

СТРАТЕГІЯ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ КРИТЕРІЙ УСПІХУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Т.О. Нагавичко

Національний університет харчових технологій

В результаті формування ринкових відносин в Україні підприємство повинно керуватися рішеннями прийнятими в умовах, які формуються зовнішнім середовищем та використовувати сприятливі для діяльності можливості, що надаються факторами зовнішнього середовища. Проте ринки на яких здійснюють свою діяльність суб'єкти господарювання є місцем динамічної конкуренції та передбачувати дії конкурентів стає важко. Тому вітчизняним підприємствам не можна дозволити собі діяти на ринку лише за рахунок виробництва продукції та працювати в монотонному режимі, необхідно щоразу посилювати позиції конкурентноздатності цієї продукції за рахунок асортименту, встановлення цін, пошуку постачальників та споживачів, а найголовніше – оцінювати та прогнозувати поведінку навколишнього середовища та формувати довгострокові цілі та стратегії їх досягнення. Саме стратегія є центральним елементом всієї системи планів суб'єкта господарювання. Маючи ефективно діючу стратегію підприємства можуть обґрунтовано та цілеспрямовано займати свої позиції в жорстких умовах ринкової конкуренції. Проте період на який розробляється стратегія та підхід щодо її обґрунтування залежать від численних факторів, що робить майже неможливим використання якогось одного оптимального методу прийняття стратегічних рішень. Таким чином, на ряду з організаціями, які розробляють довгострокові стратегії свого розвитку, при цьому обґрунтовують їх детальними розрахунками існує безліч підприємств, які доволі часто змінюють свої стратегії у процесі їх реалізації та діють відповідно до ситуації, що склалася та той момент.

Не існує єдиної стратегії для всіх, оскільки підприємства можуть знаходитись на різних рівнях свого життєвого циклу і на різних стадіях

розвитку. Складну та багатомірну сукупність стратегій вчені, зокрема І. Ансофф, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд, П. Доль, Д. Аакер, К. Редченко, В. Василенко, Т. Ткаченко, А. Белошапка, С. Покропивний, В. Колот, В. Паситухова, А. Наливайко, З. Шершньова, М. Портер класифікують по своєму, використовуючи велику кількість класифікаційних ознак.

Класифікація стратегій багатоланцюгова. Це пояснюється тим, що стратегія є досить складною категорією і її можна розділити на головні та локальні стратегії за різними ознаками. Тому в різних літературних джерелах можна зустріти різноманітні ознаки, за якими проводиться класифікація численних стратегій.

Загальна більшість спеціалістів зі стратегічного управління приходять до висновку, що майбутнє підприємств у конкурентному середовищі можна описати за допомогою ієрархії стратегій, які виділяють три рівні: 1) головна (корпоративна) стратегія, 2) стратегія бізнесу, 3) функціональні стратегії.

Класифікація економічних стратегій підприємства поєднує різні за змістом та напрямом дії стратегії. Одні з них спрямовані на зовнішнє конкурентне середовище, інші реалізуються безпосередньо на підприємстві, проте всіх їх об'єднує єдина мета – запобігання банкрутству суб'єкта господарювання.