

## **18.Фактори впливу на формування стратегії підприємства**

**Марія Римаренко, Лариса Литвинець**

*Національний університет харчових технологій*

**Вступ:** Вибір стратегії здійснює керівництво (підприємства ) фірми на основі аналізу ключових факторів, що характеризують її стан і зовнішнє середовище , портфеля продукції , а також характеру і сутності реалізованих стратегій . Слід зазначити , що єдиної стратегії не існує. Кожна фірма унікальна у своєму роді , тому і процес вироблення стратегії специфічний, тому що залежить від позиції

підприємства на ринку, динаміки його розвитку, потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого ним товару чи послуг та стану економіки.

**Матеріали і методи:** Матеріалами дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань впливу факторів на формування стратегії підприємства. Були використані загальнонаукові методи дослідження.

**Результати:** В останні роки стратегія підприємства стала невід'ємною частиною управління бізнесом практично в всіх країнах з ринковою економікою. Глобалізація економічних процесів, зростання конкуренції між виробниками, збільшення впливу високотехнічних компаній обумовили широке застосування стратегічного мислення як єдиного правильного підходу до управління підприємством в умовах ринку.

Стратегія орієнтована на максимальне використання можливостей зростання і надійний захист компанії від зовнішніх загроз.

При розробці стратегії необхідно враховувати внутрішні фактори, зокрема, наявності у підприємства відповідних ресурсів, компетенцій і можливостей для ефектної реалізації обраної стратегії. Внаслідок аналізу внутрішнього середовища проводиться оцінка стратегічного потенціалу в межах поставленої цілі: наскільки за кількістю та якістю ресурсів, стану функцій і проектів підприємство відповідає цільовим вимогам. Тобто, таким чином, проводиться аналіз фактичного та нормативного потенціалів (або порівняння з конкурентами, якщо оцінюються конкурентні переваги). По закінченню аналізу прояснюється картина сильних та слабких сторін підприємства. Сильні сторони – це можливі ключові фактори успіху[1]. Якщо підприємство не володіє ніякими особливими перевагами і можливостями, а саме так найчастіше і буває, то стратегія будується виходячи з наявних ресурсів з урахуванням слабких сторін.

Вдала стратегія максимально використовує переваги підприємства і нейтралізує недоліки.

Аналіз зовнішнього середовища підприємства, виконаний відносно цілі та кола продуктивних бізнес-процесів, дозволяє оцінити стратегічний клімат або стратегічні умови, що створюються зовнішнім середовищем: оцінити наявні і потенційні можливості та загрози.

Фактори зовнішнього середовища найчастіше класифікують за такими групами [2]:

1. Економічні - фактори, що пов'язані з обігом грошей, товарів, інформації та енергії.

2. Політичні - фактори, що впливають на політичні погляди та поділяють людей на окремі політичні групи і знаходять вираження в діяльності та прийнятті рішень місцевими органами влади та уряду.

3. Соціально-демографічні фактори, які впливають на рівень і тривалість життя людей, а також формують їхню ціннісну орієнтацію.

4. Технологічні - фактори, що пов'язані з розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій.

5. Конкуренція - фактори, які відбивають майбутні та поточні дії конкурентів, зміни в частках ринків, концентрації конкурентів.

6. Географічні - фактори, пов'язані з розміщенням, топографією місцевості, кліматом і натуральними ресурсами (зокрема, корисними копалинами).

Важливу роль у розробці стратегії відіграють умови конкуренції і загальна привабливість галузі. Стратегія повинна відповідати характеру і поєднанню конкурентних властивостей товару ціною, якістю, виробничим характеристикам,

обслуговуванню , гарантіям. При посиленні конкуренції підприємству необхідно вжити заходів щодо захисту своїх позицій; ослаблення одного або декількох конкурентів створює можливість для наступальних дій .

Основою стратегії складає глибокий аналіз існуючих тенденцій, загроз і можливостей у зовнішньому оточенні організації, всебічний прогноз його майбутнього стану, передусім науково-технічного прогресу. Він повинен дозволити сформулювати сукупність альтернативних цілей у різних сферах діяльності підприємства.

**Висновки:** Отже, при виборі стратегії підприємства необхідно враховувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. Взаємодія цих факторів та їх вплив на створювану

стратегію залежать від ситуації, тому навіть у рамках однієї галузі стратегії конкуруючих компаній досить різні. З оцінки всієї сукупності зовнішніх і внутрішніх факторів і починається розробка стратегії.

### **Література**

1.Головко Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2002. – 198 с.

Rowe A. J. ets. Strategic management: a methodological approach, 4th.ed.