

УДК 338

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ РИНКОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Баланович А. М., старший викладач кафедри Менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця, Харків, Україна

Анотація – Детальний аналіз ринкових тенденцій та їх вплив на рівень розвитку промислових підприємств підтверджує наявність кризових явищ в соціально-економічній сфері. Високий динамізм, складність і ризикованість здійснення бізнес-процесів, зростаючий рівень конкуренції на традиційних ринках вимагають від вітчизняних промислових підприємств безперервного зростання і прогресивного розвитку, активізації існуючого потенціалу, вибору оптимальних стратегічних альтернатив розвитку, що відповідають поточним соціально-економічним умовам.

Ключові слова – механізм розвитку, механізм формування стратегії, розвиток підприємства, промислове підприємство, ринкові тенденції.

Одним з ключових завдань забезпечення стабільної економічної діяльності машинобудівних підприємств є не тільки максимально можлива реалізація існуючого потенціалу, але й їх комплементарний розвиток. Це можливо здійснити на основі переходу до стратегії розвитку та зростання, яка, в свою чергу, повинна бути орієнтована як на зниження можливих управлінських та економічних ризиків, так і на структурні зрушення в виробництві. У прикладному аспекті важливим є досягнення високих економічних показників за рахунок впровадження ресурсозберігаючих та інноваційних технологій, організації стабільного виробництва конкурентоспроможної продукції,

підвищення рентабельності виробництва та його соціально-економічної ефективності.

Універсальним інструментом, здатним забезпечити якісний, перманентний в часі й іманентний у ринковому середовищі процес адаптації промислових підприємств до сучасної дійсності та їх функціонування в умовах інтеграційних процесів, є механізм формування стратегії розвитку промислового підприємства, особливістю якого має бути швидка адаптація до існуючих ринкових тенденцій.

Акцентуємо увагу, що комплексний аналіз розвитку суб'єктів машинобудівної промисловості Харківської області, який здійснено в підрозділі 2.2, свідчить про те, що наявні виробничо-економічні можливості більшості підприємств не завжди відповідають належному рівню ефективності, в зв'язку з чим виникає економічна необхідність нарощування існуючого потенціалу та розробки нових стратегічних рішень, спрямованих на стабільний соціально-економічний розвиток машинобудівних підприємств.

Отже, питання удосконалення процесу обґрунтування стратегій розвитку промислового підприємства включає в себе, в першу чергу, розробку дієвого механізму, спрямованого на організацію, координування та контроль процесу формування та реалізації стратегії розвитку підприємства з урахуванням ринкових тенденцій.

Сутність та особливості розробки механізму формування стратегії розвитку підприємства є предметом наукових робіт багатьох вчених. Враховуючи існування великої кількості визначень поняття

Таблиця 1

Узагальнення та класифікація методів, що використовуються при формуванні стратегії розвитку підприємства

1-й рівень класифікації	2-й рівень класифікації	3-й рівень класифікації
Математичні методи	Методи класичної математики	Математичний аналіз, теорія ймовірностей
	Методи прикладної математики	Методи оптимального та лінійного програмування, математичної статистики, теорія ігор, симплексний метод тощо
	Методи математичного прогнозування	
	Імітаційне моделювання	
Методи прогнозування	Методи експертного прогнозування	Методи круглого стола, Дельфі, мозковий штурм
	Методи функціонально-логічного прогнозування	Методи прогнозних сценаріїв, морфологічний аналіз
	Методи структурного прогнозування	Метод побудови дерева цілей
	Методи математичного прогнозування	Спектральний аналіз, факторний аналіз
	Методи прогнозування за аналогією	
Методи портфельного аналізу	Модель БКГ (матриця «зростання / доля ринку»)	
	Модель McKinsey (матриця оцінки довгострокової привабливості галузі та конкурентної позиції підприємства)	
	Модель Shell / DPM (матриця вибору напрямів)	
	Модель життєвого циклу продукту (матриця ADL/LC)	

«механізм», за допомогою контент аналізу визначимо його головні сутнісні складові, що у подальшому дозволить коректно обґрунтувати структуру механізму формування стратегії розвитку та врахувати всі його особливості.

Важливу роль при формуванні стратегії розвитку підприємства має правильний вибір та подальше використання інструментів і методів розробки стратегії підприємства. У західних країнах, наприклад, відомою є практика застосування стратегічних матриць для вибору перспективних напрямків розвитку підприємства. Але, враховуючи не тільки певну суб'єктивність та неточність результатів оцінки різних видів бізнесу, але й відсутність системної роботи з проведення подібних досліджень українськими підприємствами, методи портфельного аналізу мають певні труднощі в їх практичній реалізації. Тому альтернативними способами аналізу і вибору напрямків діяльності стають математичні методи та методи прогнозування. Зазначимо, що найбільш широке застосування в даний час при виборі стратегії розвитку підприємства отримали такі математичні методи, як математичне програмування та імітаційне моделювання [Савин, с.7]. Що стосується методів прогнозування, то достатню популярність мають експертні оцінки, серед яких можна виокремити такі інтуїтивні методи, як: круглого столу, Дельфі, аналізу ієрархій, програмного прогнозування, колективна генерація ідей тощо.

Отже, аналіз існуючих методів, що використовуються при формуванні стратегії розвитку підприємства, дозволив їх узагальнити та класифікувати (табл.1).

Досліджуючи та узагальнюючи методи, що використовуються при формуванні стратегії розвитку підприємства, зазначимо про їх достатнє різноманіття.

Виділити та обрати один з них представляється неможливим через наявність їх особливостей, недоліків та переваг.

Так, в ході оптимізаційного моделювання можна отримати більш точні, ніж при проведенні портфельного аналізу, кількісні оцінки потенціалу різних підприємств. Імітаційне моделювання дозволяє аналізувати різноманітні фактори, які можуть і надалі негативно впливати на досліджувану систему. Однак потрібно зазначити, що методи математичного моделювання також страждають істотним недоліком – в ході аналізу оцінюються лише кількісні параметри. Ряд істотних якісних

факторів може при цьому залишитися за рамками дослідження. Тому на думку автора, необхідним та важливим є вміле комбінування різних методів при формуванні стратегії розвитку підприємства.

підприємства / І.О. Максименко // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 161. – С. 126–128.

Список використаної літератури

1. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом : теоретико-методичні засади : монографія / Н. Е. Аванесова, О. В. Марченко ; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. – Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 195 с.
2. Гончаров В. М. Формування стратегії управління розвитком промислового підприємства на основі показників ефективності : монографія /В. М. Гончаров, Н. В. Макаренко. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007.– 136 с.
3. Максименко І.О. Деякі підходи до визначення рівня економічного розвитку

Автор

Баланович Анна Миколаївна, старший викладач кафедри Менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця, Харків, Україна

anyanyuta@gmail.com

Тези доповіді надійшли 08 лютого 2018 року.
Опубліковано в авторській редакції.