

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІН ПРОЦЕСУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 65. 014

Бовтрук А. О., студентка 3 курсу
факультету економіки і права
ХНЕУ ім. Семена Кузнеця

Анотація: У статті розкрито сутність поняття «стратегія підприємства». Проаналізовано два підходи щодо класифікації стратегій. Виявлено, які стратегії підходять відповідно до стадії життєвого циклу підприємства та розглянуто функціональні стратегії підприємства.

Annotation: The article describes the essence of the concept of "enterprise strategy". Two approaches to strategy classification are analyzed. It is revealed which strategies are suitable according to the stage of the enterprise life cycle and considered the functional strategies of the enterprise.

Ключові слова: стратегія підприємства, стратегічне планування, менеджмент, стратегічна поведінка, управління, функціонування підприємства.

Key words: enterprise strategy, strategic planning, management, strategic behavior, management, operation of the enterprise.

Стрімкі зміни розвитку підприємства, які пов'язані з появою інновацій, науково-дослідними розробками, посиленням конкуренції, обумовлюють необхідність його пристосування до змін оточуючого середовища. В описаних умовах функціонування все більшої актуальності набуває теорія та практика вибору, розробки та впровадження стратегії підприємства, в межах якої компанія визначає мету діяльності підприємства та шляхи її реалізації з огляду на зовнішні та внутрішні фактори впливу на діяльність організації. Тому актуальною проблемою є визначення стратегії підприємства як інструменту змін процесу функціонування підприємства.

Методичним фундаментом здійснення дослідження даної тематики стали праці науковців різних напрямів. Дослідженню стратегії підприємства займалися: М. Г. Саєнко [1], Г. В. Строкович [2], Д. О. Горєлов [3], Л. Е. Босовський [4], В. А. Василенко [5], та ін.. Проте ці дослідження не є вичерпними та потребують подальшого розвитку та уточнення.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні процесу вибору стратегії підприємства як інструменту для здійснення змін під час функціонування підприємства.

Зміни є невід'ємною складовою для будь-якого підприємства, оскільки середовище, у якому воно існує, динамічне та мінливе, тому підприємство, що хоче вижити в умовах постійного прогресу та бути лідером серед конкурентів, повинне реагувати на зміни середовища шляхом ефективного впровадження стратегії підприємства.

Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [1].

В умовах ринку, коли зовнішнє середовище достатньо не стійке, слабо передбачуване і переважно не залежить від зусиль підприємства, ігнорування ним стратегічного контексту діяльності може спричинити катастрофічні наслідки. Діяльність кадрів за принципом «сьогодні – на сьогодні» без заходів, які нині не дадуть віддачі, а забезпечать успіх підприємства в майбутньому, явно веде до банкрутства.

В даному контексті, про необхідність розробки стратегії підприємства достатньо влучно висловився американський вчений І. Ансофф, він писав: «...компанії, за відсутності планованої і керованої стратегії, приречені на вимирання, за винятком хіба що монополій і субсидованих компаній. В 11 компаніях, яким вдається вижити, стратегічною поведінкою принаймні керують».

Так, наприклад, середовище, в якому діють підприємства в Україні, характеризується нестабільністю і непередбачуваністю. Україна стала на шлях впровадження ринкових відносин, а будь-який ринок характеризується слабкою передбачуваністю умов росту і розвитку підприємства. На Україні внаслідок суттєвих прорахунків у проведенні реформи в зв'язку з тим, що ринок лише зароджується, непередбачуваність середовища є до певної міри навіть загрозлива. Тому екстраполяційне довгострокове планування (від досягнутого рівня) уже не

може бути інструментом коригування росту і розвитку підприємств. На зміну приходить стратегічне планування і стратегічне управління, тобто стратегічний менеджмент.

Таким чином, стратегічне планування і стратегічне управління, на сьогоднішній день, розглядається як інструмент змін процесу функціонування підприємства.

Сучасні стратегії ґрунтуються на активному обліку сьогочасних умов, в рамках яких працює визначене підприємство, усвідомленні завдань, які стоять перед ним, що сприяє виникненню різноманітних проектів розвитку, які зумовлюють вибір такого варіанту стратегії розвитку, який забезпечить стабільність підприємства та високі економічні результати [2].

Варто зазначити, що виділяють відповідні функціональні стратегії, що спрямовані на підтримку та реалізацію цілей, поставлених перед кожним підрозділом компанії.

У системі функціональних стратегій підприємства першочерговим завданням є визначення маркетингової стратегії, яка може бути визначена як загальний план узгодження маркетингових цілей фірми та її можливостей, дослідження ринків та вимог споживачів, визначення на цій основі тих товарів, які мають найбільшу цінність для споживача і найкращі перспективи збуту [3].

Далі на базі маркетингової стратегії формується виробнича. Виробнича стратегія – це загальний план нарощування виробничих потужностей і матеріально-технічного забезпечення виробничого процесу відповідно до маркетингової стратегії підприємства.

Наступним кроком у побудові стратегічних планів підприємства є побудова фінансової стратегії. Фінансова стратегія – це загальний план визначення фінансових результатів і фінансових потреб, а також альтернативного вибору джерел фінансування з метою мінімізації вартості капіталу та максимізації прибутку. Особливе місце серед функціональних стратегій посідають організаційна і соціальна. Перша з них формується під впливом потреб менеджменту. Вона тісно пов'язується з маркетинговою, виробничою і фінансовою стратегіями, адаптується та впливає на них. Друга – соціальна стратегія – розробляється підприємством під впливом суспільства, його соціальних

груп та інституцій. Вона також тісно взаємопов'язана з іншими функціональними стратегіями [4].

Необхідно відмітити, що існує класифікація стратегій відповідно до стадії життєвого циклу підприємства. До них відноситься: стратегія зростання, скорочення та утримання.

Стратегія зростання є характерною для тих підприємств, бізнес яких лише починається або розвивається. Ця стратегія передбачає вибір цільових сегментів, посилене інвестування, науково-дослідні розробки та інновації [2].

Стратегія утримання – це стратегія підприємств, бізнес яких досягнув зрілості. Підприємства в цьому стані намагаються захищати свої позиції від конкурентів, знижувати витрати і ціни, шукати нові ринки збуту. Стратегія утримання пов'язана зі здійсненням вибіркового інвестування і утриманням балансу між витратами і доходами [6].

Стратегія скорочення передбачає комплексні дії щодо поступового згортання бізнесу, що перейшов у завершальну стадію життєвого циклу. У цьому стані можливі різні лінії поведінки – зниження цін і активізація маркетингових зусиль із метою продовження життєвого циклу або припинення будь-якого інвестування і реалізація стратегії «жнив» (отримання максимального прибутку від продажу продукції і активів) [7].

Таким чином, автором було узагальнено розуміння сутності дефініції «стратегія підприємства», відповідно до якого, це процес, що враховує всі аспекти зовнішнього та внутрішнього функціонування підприємства. Стратегія є інструментом планування всіх найважливіших дій (підприємницьких, конкурентних, функціональних), які потрібно реалізувати за допомогою такого варіанту стратегії розвитку, який забезпечить стабільність підприємства та високі економічні результати. У подальших дослідженнях автор зосередить свою увагу на розробленні стратегії розвитку підприємства.

Література

1. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

2. Стратегія підприємства: навч. пос. для вищих навч. закладів / Г. В. Строкович / Нар. укр. акад. [каф. економіки підприємства]. – Харків: Вид-во НУА, 2011. – 180 с/
3. Стратегія підприємства : навч.-метод. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д. О. Горєлов, С. Ф. Большенко. – Харків : Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.
4. Басовский Л. Е. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Е. Басовский. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 365 с.
5. Василенко В. А. Менеджмент устойчивого развития предприятий: монография / В. А. Василенко. – К. : Центр учеб. лит., 2005. – 648 с.
6. Глумаков В. Н. Стратегический менеджмент. Практикум / В. Н. Глумаков, М. М. Максимцов, Н. И. Малышев. – М. : Вузов. учебник, 2010. – 186 с.

Науковий керівник,
к.е.н., доц.

Іпполітова І.Я.