

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Гусаковська Т.А., Липовий А.Ю.

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава*

В сучасних умовах високої конкурентної боротьби кожному підприємству необхідно чітко сформулювати стратегічні цілі і конкретні орієнтири їх досягнення, сформулювати свої конкурентні переваги та скоординувати усі напрямки своєї діяльності для їх збереження або посилення. Проблема збалансування внутрішніх можливостей підприємства та змін у зовнішньому середовищі, з метою виживання у конкурентній боротьбі нині та у перспективі є основним завданням керівництва кожного українського підприємства. Саме ці обставини сприяють докорінним змінам певних стереотипів господарювання, появи та впровадженню системи стратегічного управління підприємством, розробці такої стратегії розвитку підприємства, яка сприяла б підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Дослідженню проблем, пов'язаних з формуванням стратегії розвитку підприємства, присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: І. Ансоффа, О.С. Виханського, В.О. Василенко О.П. Градова, В.М. Гриньової, Ю.М. Дерев'янка, В.А. Забродського, А.Т. Зуба, І.А. Ігнат'євої, Б.М. Мізюка, В.П. Мартиненка, А.А. Мазаракі, Л.Г. Мельника, М.Е. Портера, В.С. Пономаренка, О.І. Пушкаря, Т. Сааті, А. Стрікланда, Т.І. Ткаченко, А.А.Томпсона, З.Є. Шершньової та багатьох інших. Проте, ця проблема потребує подальшого комплексного аналізу. Стратегію необхідно розглядати як поєднання запланованих дій та адаптивної реакції на ситуацію, що виникла. Головною сутнісною ознакою стратегії є цілеспрямованість, а її призначення полягає у побудові підприємства, здатного успішно працювати, долаючи непередбачені обставини, виклики конкуренції, внутрішні проблеми, здобувати все нові вигідні позиції на ринку.

Стратегія розвитку - це не окремий підвид стратегії, а та стратегія на різних рівнях ієрархії, якій притаманні наступні ознаки: спрямована на досягнення цілей розвитку підприємства; може бути реалізована не завжди, не в будь-яких умовах; вимагає наявності у підприємства суттєвого науково-технічного потенціалу. Значна більшість спеціалістів зі стратегічного менеджменту виділяють наступні ієрархічні рівні стратегії розвитку: 1) корпоративна стратегія (стратегія росту та обмеженого росту); 2) конкурентна стратегія; 3) функціональна стратегія (лідерство за якістю профільної продукції, оновлення номенклатури виробництва).

Таким чином, стратегія розвитку передбачає розроблення заходів щодо змін якісних параметрів підприємства, створення інноваційної продукції, підвищення її якості, диференціація і диверсифікація виробництва, пошук нових ринкових ніш, вихід на нові зовнішні ринки, що в цілому сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності.