

УДК 330.1

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Малєєва М.С., магістрант

*(Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка)*

Постійна мінливість ринкового середовища викликає у підприємств інтерес та необхідність у розробці стратегічного підходу до системи господарювання в компанії. Оскільки, не передбачаючи майбутні перспективи та тенденції розвитку досить складно розробити свою тактику у сучасних ринкових умовах.

Стратегія – це комплекс дій, які допомагають визначити ключові проблеми компанії, її ціль та мету і розподілити ресурси для їх звершення. Стратегія - це довгостроковий плановий документ, результат стратегічного планування [1].

Стратегічне планування – це розробка і прийняття стратегічних (управлінських) рішень щодо вибору довгострокових цілей і шляхів щодо їх досягнення. Основні етапи: Визначення мети-формування стратегічних цілей-аналіз ринку, оцінка явності поставлених цілей-обміркування потенціалу та перспектив у розвитку організації-визначення базової стратегії-розгляд стратегічних альтернатив-розробка субстратегій-втілення, спостереження і оцінювання результатів.

Якщо підприємство добре продумало свою стратегію на майбутнє, то це чітко дає зрозуміти і зробити правильний вибір у довгостроковому напрямку розвитку та визначає на які конкретні ділові позиції має наміри стати керівництво. Одна із важливих функцій підприємницького менеджменту є розробка стратегій [2].

Також важливим є те, що стратегічні кроки та бачення підприємства базуються на нововведеннях в виробничій, збутовій, економічній чи управлінській сферах, а це означає, що вони мають інноваційний характер.

Як показує практика закордонних компаній, що навіть коли ефективно функціонування підприємства на ринку та його стала конкурентоспроможність, це не повинно гальмувати чи припиняти запровадження стратегічних змін.

Отже, постійне запровадження стратегічних змін дасть змогу підприємству підвищити ефективність своєї діяльності у довгостроковому періоді та дозволить компанії досягти сталої конкурентної переваги.

Список літератури

1. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : підруч. / М.Г. Саєнко. – К.: Економічна думка, 2006. – С. 200-201.
2. Гіржева О.М. Стратегічний інструментарій ризик менеджменту підприємств аграрної сфери / Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Харків: «Міськдрук», ХНТУСГ. Вип. 185. – 384.– К., 2010. – С. 115–123.