

6. Analysis of the Determinants of Social Capital in Organizations / M. P. S. R. Mercado, Vargas-Hernández, J. G. – Mexico: University of Guadalajara, 2019. – p. 124 – 38 133. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://doi.org/10.21272/bel.3\(1\).124-133.2019](http://doi.org/10.21272/bel.3(1).124-133.2019)

ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

***ЗУБКО Т.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ***

Розвиток підприємства тісно пов'язаний зі стратегічним управлінням підприємством: і розвиток, і стратегія орієнтовані на перспективу. Стратегічне рішення спрямоване на перспективу. Приймається воно на основі аналізу можливих альтернатив розвитку підприємства і його наслідків, що дозволяє організації виживати і досягати певної мети в довгостроковому періоді [1, 2]. Високий рівень мінливості ринкового середовища зумовлюють провідне значення проблем розробки стратегічних рішень підприємств на основі системного підходу. Це визначено тим, що стратегія підприємства являє собою систему заходів з оптимізації його діяльності, отже, найважливішим фактором виживання є стратегічне управління. Питання обґрунтування і вибору стратегії діяльності фірми постійно постає перед її керівним складом. На цей час не існує готових рецептів прийняття рішень, і жодний підхід не є універсальним. [1-5]

У науковій літературі найбільш широко висвітлено стратегії розвитку підприємств, які зазвичай називаються базисними, або еталонними. Вони відображають чотири різні підходи до розвитку підприємства і пов'язані зі зміною стану одного або декількох елементів: продукту, ринку, галузі, положення підприємства всередині галузі, технології. Види стратегій розвитку за групами еталонних стратегій включають наступні групи [1, 5]:

–Перша група – це стратегії концентрованого зростання пов'язані зі зміною продукту або ринку. Підприємство намагається поліпшити свій продукт або почати виробляти новий, не змінюючи при цьому галузі. До цієї групи належать такі типи стратегій: стратегія посилення позиції на ринку, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту.

Друга група - стратегії інтегрованого зростання припускають розширення підприємства шляхом додавання нових структур. Це стратегії зворотної вертикальної інтеграції та прямої вертикальної інтеграції.

- Третя група – стратегії диверсифікованого зростання реалізуються в тому разі, якщо підприємства далі не можуть розвиватися на даному ринку з даним продуктом у рамках даної галузі. Це стратегії центральної диверсифікації, горизонтальної диверсифікації, конгломеративної диверсифікації.

- Четверта група - стратегії запланованого скорочення, які включають дві стратегії: ліквідації, що здійснюється тоді, коли підприємство не може далі функціонувати або стратегія «збору врожаю», що передбачає відмову від довгострокового погляду на бізнес на користь максимального отримання доходів у короткостроковій перспективі.

Процес формування стратегії можна визначити як один з бізнес-процесів організації. Відповідно можна сформулювати такі визначення процесу формування стратегії розвитку [4]:

Процес формування стратегії розвитку – це набір логічно взаємопов'язаних дій, які виконуються для досягнення певного «виходу» діяльності, що є стратегією розвитку підприємства.

Процес формування стратегії розвитку – це структуроване кінцеве безліч дій, спроектованих для виробництва специфічної послуги (стратегії розвитку підприємства) для конкретного споживача (керівництва підприємств).

Процес формування стратегії розвитку - це систематизоване послідовне виконання функціональних операцій, які дають специфічний результат (в даному випадку дозволяють вибрати стратегію розвитку підприємства).

Процес формування стратегії розвитку не є дією, що реалізуються реально в поточний момент часу, це всього лише уявлення таких дій, абстракція, модель. Це уявлення дій може бути реалізовано чи ні. [5]

Таким чином, процес формування стратегії розвитку – це модель управлінських впливів, що складається з структурно взаємопов'язаних процедур, що виконують окремі функції стратегічного менеджменту з метою створення стратегії розвитку підприємства.

В даний час кризова ситуація в країні призводить до того, що підприємства працюють в умовах сильної невизначеності. Тому для

підвищення ефективності діяльності необхідна методика, яка дозволила б створити стратегію розвитку, пристосовану до того чи іншого рівня невизначеності, що, своєю чергою, надасть підприємству можливість сформувати сценарій майбутнього свого розвитку. Ефективний економічний розвиток організації, розглянутий із системних позицій, може бути визначений як ступінь досягнення результату, заданого напрямком розвитку. Базові стратегії лежать в основі забезпечення розвитку підприємства та є невід'ємною частиною цього процесу. Тільки успішне використання базових стратегій з урахуванням можливих ринкових ситуацій дозволить підприємствам функціонувати стабільно та забезпечить позитивні перспективи розвитку.

Література.

1. Біловол Р.І. Методологічні підходи до формування політики і стратегій в управлінні підприємством / Р.І. Біловол // Економіка і суспільство. Мукачівський державний університет. Випуск 10. 2017 р. С. 65 – 78.
2. Гуржій Н.М., Колтунік А.Ю. Особливості сучасних підходів до стратегічного управління розвитком підприємства / Н.М. Гуржій, А.Ю. Колтунік // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип.14, 2016р. С. 344 – 347.
3. Крочак М.С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності / М.С. Крочак // 4. Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. - №1(7). – С. 85 – 90.
4. Повержук У.-Ю.М. Концептуальні засади побудови формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства / У.-Ю. М. Повержук // Економіка та управління підприємствами . – 2018. - №20. - С. 97 – 103.
5. Шершньова З. Є. Стратегії як основа реорганізації систем управління бізнес-організацій / З. Є. Шершньова // Вісник КНЕУ. 2018. – С. 284 - 290.