

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Марков В.С., аспірант,
ПВНЗ «Європейський університет», м. Київ, Україна

Стратегія розвитку підприємства завжди тісно пов'язана з ризиком, адже її формування та реалізація потребують значних фінансових ресурсів. Будь-яке вкладення капіталу несе в собі ризик, що є неминучим елементом процесу. З огляду на динамічні зміни в економічному середовищі, існує безліч факторів, які можуть вплинути на ефективність стратегії, зокрема помилки в плануванні, неправильний розподіл ресурсів і зміни на ринку. Врахування цих аспектів є важливим для мінімізації ризиків.

Сучасні стратегії підприємств потребують ретельного аналізу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що можуть вплинути на їх реалізацію. До основних аспектів стратегії відносяться інвестиційна підтримка, адаптивність до змін, аналіз ринкових умов та гнучкість у реагуванні на зовнішні виклики. Враховуючи швидкі зміни в оточуючому середовищі, стратегія повинна бути досить гнучкою, щоб змінюватися відповідно до нових обставин. У деяких випадках одна стратегія може змінюватися на іншу в залежності від нових потреб або зовнішніх факторів.

Існує кілька класифікацій стратегій, що відображають різні аспекти управління підприємством. Одним з таких класифікацій є поділ стратегій за критерієм їх орієнтації на певні бізнес-позиції та пріоритети, запропонований О. В. Козаком та О. В. Сапотницькою. Згідно з їх дослідженням, стратегії поділяються на кілька видів [5]:

1. Продуктово-ринкова стратегія, яка включає в себе стратегії розвитку продукту, технології його виробництва та маркетингові аспекти, що забезпечують успіх на ринку.

2. Стратегія диверсифікації портфеля – орієнтована на розширення діяльності підприємства в нові галузі або нові ринки.

3. Стратегія інтеграції та поглинання, що передбачає входження в нові галузі для посилення позицій на ринку або масштабування бізнесу через поглинання інших компаній.

4. Маркетингова стратегія, яка визначає заходи щодо просування товару або послуги, адаптації до змінюваних умов ринку та взаємодії з клієнтами.

5. Конкурентна стратегія, метою якої є досягнення і підтримка конкурентних переваг, визначення ключових напрямків для посилення конкурентоспроможності підприємства.

6. Стратегія інновацій, яка орієнтована на впровадження нових технологій, розробку нових продуктів і послуг, що дозволяють забезпечити стійкий розвиток компанії в умовах високої конкуренції.

Крім того, важливою є роль стратегій управління ризиками, які дозволяють підприємствам мінімізувати можливі негативні наслідки від непередбачуваних змін на ринку. З огляду на різноманітність можливих ситуацій, стратегічне управління ризиками повинно бути гнучким і адаптованим до конкретних умов, що постійно змінюються.

Загалом, успішна стратегія підприємства – це не лише планування на основі поточних умов, а й здатність оперативно реагувати на зміни, враховувати ризики і використовувати нові можливості для розвитку. У цьому контексті важливе місце займає інноваційний підхід, який дозволяє підтримувати високий рівень адаптивності підприємства до зовнішніх і внутрішніх змін.

Стратегічний підхід до управління підприємством визначає конкретну функцію та роль стратегії управлінської діяльності в цілісній системі керівництва підприємством. Він передбачає інтеграцію стратегічного планування з іншими управлінськими функціями, що забезпечує ефективне досягнення поставлених цілей та адаптацію до змін у зовнішньому середовищі [1; 2].

Процес формування та розробки стратегії включає в себе такі етапи (рис.): визначення місії та цілей підприємства, аналіз стану зовнішнього середовища, визначення конкурентних переваг, формулювання стратегічних цілей, розробка стратегічних альтернатив, впровадження заходів, спрямованих на втілення обраного варіанту стратегії, а також моніторинг ходу реалізації стратегії та її коригування.

Для забезпечення ефективного управління стратегією розвитку підприємства в сучасних умовах економіки необхідно зосередитися на управлінні інформаційними потоками, збереженні та доступності управлінської інформації, а також на оптимізації процесів попереднього аналізу даних. Використання хмарних технологій дозволяє вирішити проблему масштабування та ефективного збору інформації з різних джерел.

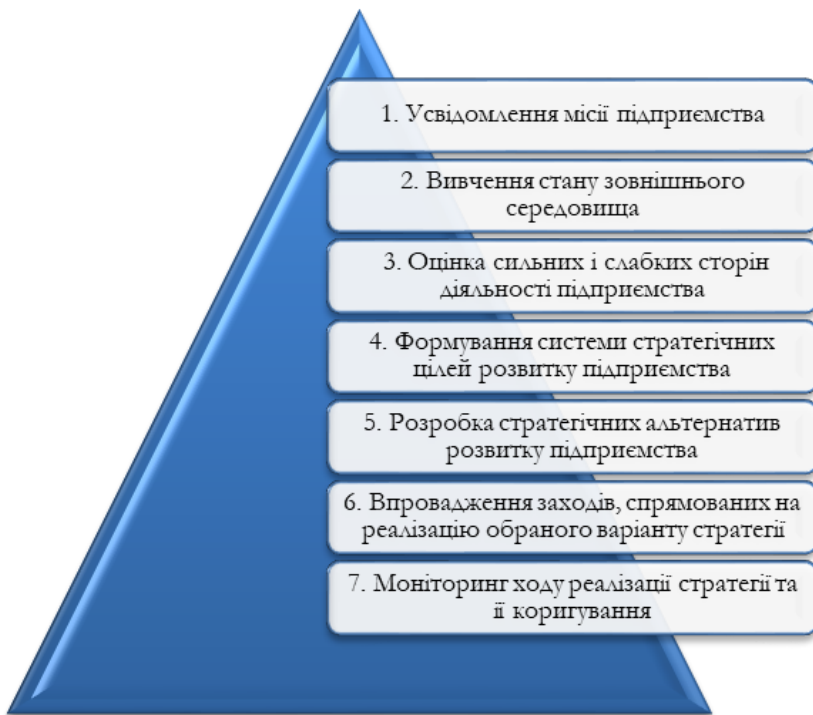


Рис. Основні етапи процесу формування стратегії розвитку підприємства

Джерело: сформовано на основі [1-4]

Впровадження інформатизації та автоматизації є важливим кроком для підвищення рівня управлінських рішень. Водночас такі заходи мають двоякий вплив на функції управління, тому важливо ретельно аналізувати кожний крок з точки зору його впливу на швидкість, точність та складність прийняття рішень.

Успішне управління стратегією розвитку підприємства неможливе без ефективної інформаційної системи, яка забезпечує автоматизацію процесів документування та контролю за інформаційними потоками. Для цього потрібна також сприятлива організаційна культура, яка сприятиме належній обробці та використанню інформації.

Література:

1. Богапко О.Л. Перспективи впровадження принципів розумної спеціалізації ЄС в українську практику державного регулювання інноваційного розвитку. *Економічні горизонти*. 2018. № 3(6). С. 4-17. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(6\).2018.156311](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(6).2018.156311)
2. Богапко О.Л. Стратегічне планування в системі управління державою і виробництвом. *Економіка України: проблеми економічного розвитку*. Колективна монографія / За ред. В.Ф. Бесєдіна, А.С. Музиченка. К. : НДЕІ. 2007. С. 83-86.
3. Космідайло І.В. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму управління державними підприємствами. Інвестиції: практика та досвід. 2012. Вип. 13. С. 44-47. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2012/13.pdf
4. Олійник А.В., Кузнецова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. *Економіка і організація управління*. 2018. № 3. С. 118-126. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2018.3.13>
5. Сапотницька Н.Я., Козак В.Є. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх синергія в умовах війни. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2(02). С. 49-52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-9>

ГАЗОВИЙ РИНОК КАТАРУ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА МІСЦЕ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Музиченко М.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7322-1459>

Катар посідає третє місце у світі (після Росії та Ірану) за доведеними запасами природного газу та шосте місце за обсягами його видобутку. Країна вже кілька років поспіль є одним із найбільших світових експортерів скрапленого природного газу (СПГ) на даний час поступаючись лише Сполученим Штатам Америки та Австралії. Незважаючи на те, що сьогодні США за обсягами експорту СПГ децю випереджають Катар, його володіння 70-ти відсотковою часткою американського проекту з експорту СПГ Golden Pass відкриває країні можливості постачання одночасно з обох континентів - північно-американського та азіяського [1].