

УДК 658.014.1

Нечаєва І.А.¹, Квітковська К.О.²

¹канд.економ.наук, доц.. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУЗ-519 НУ «Запорізька політехніка»

РОЗРОБКА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Дієвим інструментом управління підприємством є його стратегія. Великі підприємства зазвичай розробляють низку підпорядкованих одна одній стратегій (корпоративну, бізнес-стратегію, функціональну тощо), які регламентують різні напрями організаційної діяльності. Натомість, невеликі однопрофільні підприємства розробляють бізнес стратегію, яка є вектором їх розвитку та орієнтиром.

Обґрунтована стратегія є дороговказом на тривалу перспективу, вона дозволяє отримати та зберегти конкурентні переваги, підвищити конкурентоздатності продукції та підприємства загалом, окреслити завдання для окремих підрозділів. Однак варто зауважити що стратегія не є статичним планом, вона ніби живий організм – постійно потребує перегляду та коригування відповідно до ситуації у оточуючому середовищі.

Важливість бізнес-стратегії не піддається сумніву, однак її сутність є предметом дискусій серед науковців. Це зумовлено низкою факторів, серед яких можна виділити декілька важливих:

- багатогранність поняття «стратегія». Науковці по-різному трактують його. Зокрема частина вважає що стратегія це процес досягнення мети, інші вважають що стратегія це результат роботи підприємства, деякі дотримуються думки, що стратегія є переліком правил, спираючись на які, підприємство може приймати управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;

- багаторівнева структура стратегії. Залежно від мети діяльності, наявних ресурсів, конкурентного середовища підприємство може одночасно використовувати декілька стратегій. Це призводить до появи різних класифікаційних ознак, а від так до появи різних видів бізнес-стратегії [2];

- наявність декількох рівнів декомпонування. Це означає що стратегії підприємства мають певну підпорядкованість. Тобто стратегії розробляються таким чином щоб стратегії нижчого рівня були підпорядковані стратегії вищого рівня [3].

- інші фактори. Рівень розробки стратегії, а отже і зміст бізнес-стратегії будуть залежати від розміру підприємства, сфери його діяльності, галузі, диверсифікованості бізнесу тощо.

Загалом стратегія «виконує стабілізуючу та інтегруючу роль, яка компенсує коливання ринкової кон'юнктури та сприяє адаптації підприємства до зовнішніх викликів» [1, с. 27].

Бізнес стратегія є основою побудови бізнес-моделі та розробки на її основі різноманітних бізнес-процесів. Підпорядкованість цих категорій наведено на рис. 1.

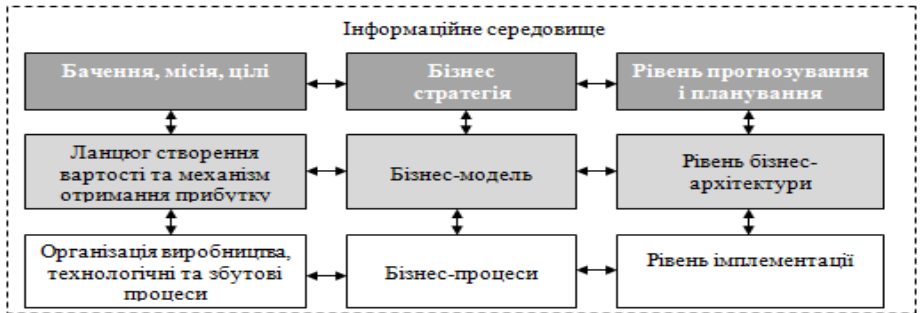


Рисунок 1 – Рівні стратегічної архітектури підприємства [4, с. 30]

Ефективність бізнес стратегії можна забезпечити за умови дотримання принципів її розробки. Основними з яких є: стратегічна орієнтація, гнучкість, системність, реалістичність, творчість. Це дозволить розробити адаптивну бізнес-стратегію, яка буде враховувати поточну ситуацію і підлаштовуватись під мінливе зовнішнє середовище. Алгоритм розробки бізнес стратегії наведено на рис.2.

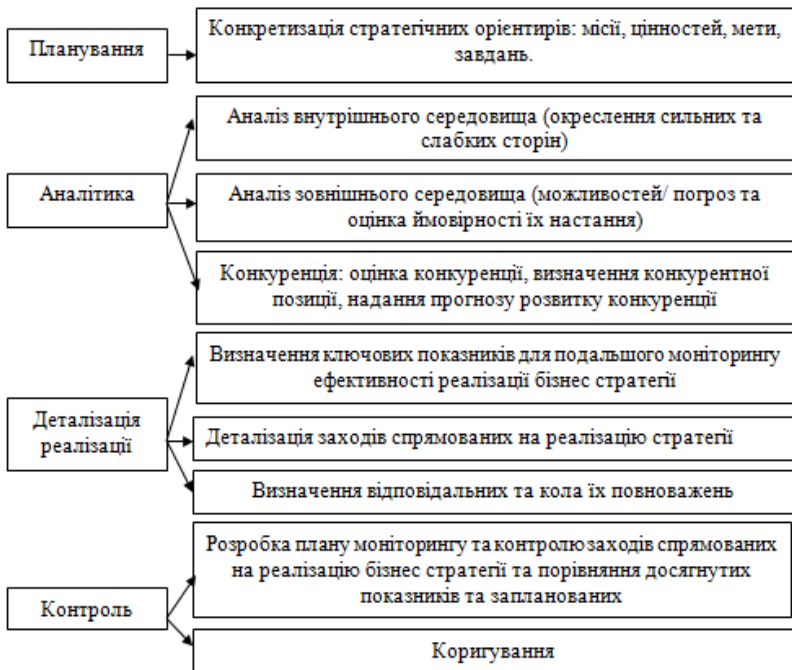


Рисунок 2 – Алгоритм розробки бізнес стратегії [запропоновано автором]

Послідовне виконання наведених етапів дозволить врахувати максимальну кількість факторів, які здійснюють вплив на роботу підприємства та окреслити певну альтернативну лінію поведінки, дотримання якої має привести до ринкового успіху, отримати суттєву перевагу у конкурентній боротьбі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бутко М.П., Дітковська М.Ю., Задорожна С.М Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М.П. – Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 376 с. URL : https://shron1.chtyvo.org.ua/Butko_Mykola/Stratehichnyi_menedzhment.pdf (дата звернення 02.04.2023)
2. Петрук І. Р., Петрук В. А. Особливості стратегій бізнесу торговельних підприємств та їх ефективність. Вісник НУБГП. 2019. Том 2. № 86 URL : <https://visnyk.nuwm.edu.ua/index.php/econ/article/view/ve220198> (дата звернення 15.03.2023)

3. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с. URL : <https://buklib.net/books/21878/> (дата звернення 01.04.2023)

4. Швиданенко Г. О., Ревуцька Н. В Формування бізнес-моделі підприємства : навч. посіб – Київ : КНЕУ, 2013. 423 с.