

Клочковський О. В.

кандидат економічних наук, доцент

Гуцол Д. С.

студент

Донецький національний університет імені Василя Стуса

м. Вінниця, Україна

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах нестабільності бізнес-середовища, яке характеризується невизначеністю, підвищеною турбулентністю, впливом значної кількості дестабілізуючих чинників, глобальними та локальними викликами, виживання, стабілізація та розвиток підприємства у значній мірі залежать від правильно сформованої економічної стратегії. Необхідність постійного її коригування спричинена появою нових факторів підвищення рівня невизначеності: суперечлива єдність глобалізації та регіоналізації економіки, неузгодженість тенденцій на споживчому ринку і динаміки прибутків, розвиток процесу масової індивідуалізації товарів та інші. Ці явища обумовлюють необхідність наукового пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, стрижнем якого є стратегія розвитку підприємства.

Така стратегія повинна базуватися на засадах інтенсивного розвитку, тобто сприяти більш ефективному використанню матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, оптимізації асортименту виготовленої продукції чи наданих послуг, максимальній віддачі вкладеного капіталу, цілковитому задоволенню потреб споживачів щодо якості продукції, гарантійних умов та сервісного обслуговування тощо. Стратегія розвитку підприємства повинна містити не лише перелік запланованих дій та способів їх досягнення, але й урахувати виникнення можливих негативних ситуацій, щоб вчасно адаптуватися до нових умов.

Метою дослідження є спроба здійснити типологізацію стратегій розвитку підприємств, які спроможні забезпечити підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання у сучасних умовах. Кожне підприємство є унікальне за своєю сутністю, а також процес вироблення стратегії є специфічний для кожного підприємства, тому що він залежить від динаміки його розвитку, позиції підприємства на ринку, поведінки конкурентів, потенціалу, стану економіки, характеристик продукту, які виробляється та багато іншого.

Постійна економічна та політична нестабільність в Україні збільшує рівень невизначеності зовнішнього оточення, в якому беруть участь вітчизняні організації. Щоб досягнути очікуваний результат до самовиживання, суб'єкти господарювання повинні зменшувати рівень конкуренції та вміти швидко адаптуватись, але цього недостатньо, тому вони повинні заздалегідь попереджати і передбачати ці зміни. В умовах політичної і економічної кризи позитивному результату господарської діяльності в умовах сприяє вибір пріоритетних напрямків стратегії і діяльності розвитку підприємства [1].

В процесі обґрунтування перспективних напрямків функціонування підприємства можуть формуватися різноманітні типи стратегій, які можна класифікувати за наступними ознаками:

1. Залежно від масштабу розробки:

- загальна (генеральна) стратегія;
- допоміжні (підтримуючі) стратегії [2].

2. За напрямками діяльності: маркетингова, виробнича (операційна), фінансова, інвестиційна, стратегія здійснення інших напрямків та видів діяльності.

3. Залежно від виду ресурсів, управління якими здійснюється, розробляються допоміжні стратегії формування та використання трудових ресурсів, основних фондів та матеріально-технічної бази, формування власного капіталу, залучення позикового капіталу та інших необхідних підприємству ресурсів [3].

4. Залежно від темпів розвитку:

– стратегія прискореного зростання – передбачає значне підвищення рівня коротко- та довгострокових цілей над досягнутими показниками. Така стратегія характерна для підприємств, що розвиваються, та пов'язана з високим ризиком;

– стратегія обмеженого зростання – характерне встановлення цілей від досягнутого. Така стратегія характерна для підприємств, що в основному задоволені своїм становищем, прибуткові та ефективні;

– стратегія збереження становища – орієнтована на забезпечення стабільного становища підприємства на ринку, зміцнення його ринкових позицій. Показники діяльності підприємства визначаються, виходячи з темпів, що прогножуються, та характеру зміни ринку діяльності підприємства;

– стратегія скорочення – приймається тоді, коли показники діяльності підприємства продовжують погіршуватися, при економічному спаді та при загрозі банкрутства. В межах даної стратегії можливі наступні альтернативи:

- ліквідація підприємства;
- «відсічення зайвого», тобто реорганізація або ліквідація окремих підрозділів підприємства;
- скорочення обсягів діяльності та її переорієнтація (диверсифікація) [4].

5. Залежно від способів забезпечення розвитку розрізняють такі види стратегії:

– стратегії концентрованого розвитку – подальший розвиток підприємства забезпечується за рахунок удосконалення діяльності в межах освоєного ринку функціонування (ринкової ніші). До них зазвичай відноситься:

– стратегія посилення позиції на ринку (при даній стратегії підприємство намагається зайняти найліпші позиції з даним продуктом і на даному ринку);

– стратегія розвитку ринку (коли підприємство шукає нові ринки збуту для продукту, який вже добре себе зарекомендував на інших ринках);

– стратегія розвитку продукту (на вже завойованих ринках відбувається удосконалення продукту за рахунок модернізації, модифікації тощо);

– стратегія диверсифікованого розвитку – за рахунок диверсифікації діяльності та освоєння нових ринків збуту;

– стратегія інтегрованого розвитку – за рахунок утворення нових структурних підрозділів, розвитку нових видів діяльності, застосування різноманітних форм інтеграції із своїми контрагентами. Серед них основними є:

– стратегія вертикальної інтеграції «зворотня» (дана стратегія передбачає, що виробниче підприємство об'єднує свою діяльність з підприємствами-постачальниками);

– стратегія вертикальної інтеграції „вперед” (передбачає, що виробниче підприємство об'єднує свою діяльність з підприємствами збутової мережі);

– стратегія горизонтальної інтеграції (передбачає, що підприємство об'єднує свою діяльність з іншими підприємствами, від яких дане підприємство ні функціонально, ні організаційно не залежить) [5].

Отже, з викладеного можна зробити висновок, що розглянуті типи стратегії мають свої характерні особливості й повинні застосовуватися зважено і продумано. Будь-яке підприємство має право вільно обирати стратегію свого розвитку, але цей вибір має бути всебічно обґрунтованим і тому він залежить від детального вивчення всіх зовнішніх і внутрішніх умов, що впливають на розвиток та функціонування підприємства. Визначення певного типу стратегії для підприємства принципово залежить від конкретної ситуації, що склалася в середині підприємства, та у зовнішньому середовищі на час розробки стратегії, практично можна стверджувати, що скільки існує підприємств, стільки існує конкретних стратегій.

Література:

1. Василенко В. О. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 с.
2. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
3. Верлока В.С., Коноваленко М.К., Сиволовська О.В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. Харків 2007. 287 с.
4. Шелегеда Б.Г., Касьянова Н.В., Берсуцькій А.Я. та ін. Стратегічне управління потенціалом підприємства: монографія / НАН України, Інститут економіки промисловості. Донецьк: ДонУЕП, 2006. 219 с.
5. Стратегія розвитку підприємства [Електронний ресурс] Режим доступу - <https://sites.google.com/site/kostia03061992/strategia-rozvitku-pidpriemstva-1>