

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто процес розробки стратегії розвитку підприємства. Визначено основні етапи розробки стратегії.

Аннотация. Рассмотрен процесс разработки стратегии развития предприятия. Определены основные этапы разработки стратегии.

Annotation. The process of development strategy for the company is considered. The main stages of strategy development are defined.

Ключові слова: стратегія розвитку підприємства, стратегічний аналіз, стратегічна альтернатива.

На сучасному етапі розвитку України стратегія є основною умовою стабільного розвитку та збереження конкурентоспроможності фірми у теперішній період та на тривалу перспективу. Щоб ефективно функціонувати, діючі підприємства повинні адаптуватися до конкурентних умов, які постійно змінюються, і розробляти відповідну стратегію на основі пріоритетного розвитку тих чи інших конкурентних переваг.

Стратегія підприємства – це визначення основних довготривалих цілей разом з відповідним планом дій та розподілом ресурсів для досягнення цих цілей.

Основа ефективної стратегії полягає в тому, щоб підприємство зайняло сильну позицію на ринку та успішно працювало, не звертаючи уваги на непередбачувані обставини, потужну конкуренцію та внутрішні проблеми.

Розробка стратегії розвитку підприємства передбачає виконання таких етапів:

1-й етап. Формування місії та цілей підприємства. Місія – це поняття, яке розкриває сенс існування і визначає в загальному вигляді сферу його діяльності. Формування місії повинно бути яскравою, лаконічною, динамічною конструкцією, зручною для сприйняття, і відображати такі аспекти: коло потреб, які будуть задоволені; характеристика продукції підприємства та її конкурентних переваг; перспективи зростання бізнесу. Місія фірми чудово демонструє перспективи зростання бізнесу – "Від копіювальної техніки до офісу майбутнього" [1]. Під цілями розуміють конкретні кінцеві стани, до яких у кожний момент часу прагне підприємство. Спроможність підприємства формулювати цілі відповідно до характеру змін у середовищі належить до найважливіших складових його конкурентоспроможності. Без цілей неможливо управляти підприємством.

2-й етап. Стратегічний аналіз. Мета стратегічного аналізу полягає в доскональному вивченні нинішнього та майбутнього становищ підприємства з урахуванням стану зовнішнього середовища. Тобто проводиться аналіз внутрішніх можливостей та аналіз зовнішнього середовища підприємства. Аналіз внутрішніх можливостей включає аналіз продукції, виробничого потенціалу, маркетингу; визначення слабких та сильних позицій підприємства; формування конкурентних переваг підприємства. Аналіз зовнішнього середовища включає аналіз ринку, покупців, конкурентів; аналіз і оцінку впливу макросередовища; вибір цільового ринку та ринкового сегменту. Результатом стратегічного аналізу є визначення відповідності стратегічних цілей реальним можливостям розвитку підприємства та розробка шляхів усунення можливої невідповідності.

3-й етап. Аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегії. Стратегічні альтернативи – набір різних окремих стратегій, що дозволяють досягти стратегічної цілі організації у рамках обраної базової стратегії й обмежень на використання наявних ресурсів. Кожна стратегічна альтернатива надає організації різні можливості і характеризується різними витратами і результатами [2]. Після аналізу стратегічних альтернатив здійснюється вибір стратегії із низки можливих альтернатив. Він повинен бути заснований на чіткій концепції розвитку організації, а саме: формулювання – однозначним і ясним, тому що обрана стратегія на тривалий час обмежує волю дій керівництва і впливає на всі прийняті ним рішення. Тому обрана альтернатива ретельно досліджується й оцінюється. При цьому мають братися до уваги численні фактори: ризик, досвід минулих стратегій, вплив власників акцій, фактор часу тощо.

4-й етап. Реалізація стратегії. Це етап, у ході якого здійснюється впровадження рішень стратегії, підбір людей на ключові позиції, визначення стратегічно важливих переваг, мотивація, створення культури організації.

Можна погодитися з авторами роботи [3], які вважають, що для реалізації стратегії і контролю за її здійсненням на підприємстві треба проводити необхідні зміни, розробляти систему взаємопов'язаних планів, які відображають прийняті стратегічні рішення і розподілення ресурсів.

Таким чином, розробка стратегії дозволить визначити напрямки розвитку бізнесу, відслідковувати зовнішній вплив на організацію, нарощувати потужність та уникати можливих загроз.

Наук. керівн. Шишмарьова Л. О.

Література: 1. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / Маркова В. Д., Кузнецова С. А. – М. : ИНФРА-М, 2007. –

196 с. 3. Поршнев А. Г. Управление организацией : учебник / А. Г. Поршнев, З. П. Румянцева, Н. А. Саломатин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 672 с.