

*Сідлецька Оксана Станіславівна*  
*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

Сучасні умови функціонування переробних підприємств характеризуються постійною економічною турбулентністю, високим рівнем конкуренції, що зумовлює жорсткі вимоги до якості товарів, необхідність гнучко реагувати на постійні, як зовнішні так і внутрішні зміни ринкового середовища.

Успіх сталого і довгострокового розвитку підприємств за таких умов залежить від здатності передбачити і змінювати структуру виробництва та

управління, розробляти і впроваджувати нові види продукції, правильно планувати обсяги виробництва товарів, інвестицій і доходів. З метою виявлення напрямків діяльності необхідно формувати ефективну стратегію розвитку підприємств. Формування конкурентоспроможної позиції діяльності підприємств слід починати з аналізу внутрішніх резервів, а також можливостей, які є за межами господарської діяльності підприємства. Це фактично формує його ринкову поведінку і визначає політику на перспективу. Підприємство повинно мати визначені цілі і уявлення про те, чого воно хоче досягнути, тобто усвідомити для себе стратегію розвитку і напрямки дій. Цілі повинні встановлюватись таким чином, щоб не перевищувались ресурсні можливості підприємства і виконувались усіма його підрозділами.

Бізнес не може не враховувати і не поєднувати аналіз внутрішніх проблем із зовнішніми аспектами своєї діяльності, які необхідно втілювати в розробку стратегії розвитку. Особливу увагу слід приділити сучасному ринку, адже конкуренція щодо продуктів та послуг стала особливо жорсткою [1, с. 44].

Щодо переробної галузі, то вона є однією з найважливіших складових економіки України, яка здатна виробляти конкурентну продукцію та забезпечити надходження до бюджету. Вона має свої особливості формування стратегії розвитку. Дослідження свідчать, що єдині підходи до формування стратегій підприємств практично відсутні, бо сфери їх діяльності мають свої особливості. Це пов'язано з постійними змінами у конкретній галузі, невизначеністю факторів зовнішнього середовища, професійним підходом до розробки стратегії по всіх напрямках діяльності. Урахування факторів впливу є головною умовою успіху підприємства та забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Всі ланки виробництва кінцевої продукції від виробництва сировини до готової продукції функціонують у режимі організаційного відокремлення і кожний суб'єкт керується своїми господарськими інтересами. Побудувати єдину економічну політику можна тільки на базі спільних економічних інтересів [2, с. 304].

В сучасних умовах існують проблеми, які стосуються ресурсного забезпечення переробних підприємств, вирішення яких надасть можливість збільшити обсяги виробництва і підвищити якість продукції. Одним із важливих шляхів у вирішенні цього складного завдання є інтеграція між виробниками сировини та її переробниками, яка повинна відобразитись при формуванні стратегії переробних підприємств.

Керівництво фірми повинно змінювати чи переглядати свою політику відносно тих умов, які не відповідають реалізації стратегії. Значний вплив на реалізацію стратегії має врахування того, щоб усі ланки підприємства діяли злагоджено з урахуванням місії і цілей фірми. Кожний наступний крок сформованої стратегії може бути здійснений тільки тоді, коли середовище, в якому знаходиться підприємство, допускає його здійснення.

Конкретизація реалізації стратегії фірми повинна відображатися в системі показників. Індикаторами ефективною реалізації обраної стратегії можуть бути: розміри ринку, який контролює фірма; зростання обсягів прибутку в порівнянні з прибутковістю конкурентів; обсяг продаж фірми; прибуток у розрахунку на акцію; прибуток на капітал тощо.

Здійснюючи аналіз обраної стратегії, стану і вимог зовнішнього середовища, перевіряється відповідність її інтересам основних суб'єктів з врахуванням факторів динаміки ринку, динаміки розвитку життєвого циклу продукту, наслідком її реалізації з точки зору появи нових конкурентних переваг [3, с. 53].

На етапі реалізації стратегії оцінка зробленого вибору має здійснюватися за допомогою запропонованої системи показників оцінки фінансово-економічного стану підприємства. Зростання рентабельності збуту продукції, підвищення ліквідності і прискорення оборотності активів свідчить про посилення позиції підприємства в переробній галузі. Покращення основних фінансово-економічних коефіцієнтів свідчить про успішний вибір оптимальної стратегії та дієвість її реалізації.

Постійний моніторинг значень рекомендованих показників дозволить контролювати процес реалізації обраної стратегії.

Найбільш ефективною стратегією є та, яка не потребує радикальних змін.

Розробка і реалізація стратегії є головною умовою успіху підприємства та забезпечення конкурентних переваг на ринку.

### **Список використаних джерел і літератури**

1. Вініченко І. І. Розробка стратегії розвитку переробних підприємств системи АПК / І. І. Вініченко, Д. В. Маховський // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 9. – С. 43-46.
2. Костевич Н. О. Розробка заходів і напрямів забезпечення конкурентних переваг підприємства / Костевич Н. О., Пітка Т. І. // Вісник КНУТД. – 2012. – №6. – С. 303-308.
3. Салига С.Я. Формування стратегічного маркетингу на промислових підприємствах: монографія / С. Я. Салига, І. А. Каладжи. – Запоріжжя: ГУ «ЗІДМУ», 2009. – 167 с.