

В. І. Пономаренко

студ. I курсу магістратури

спеціальність «Економіка»

Науковий керівник: к.е.н., доц. Л. М. Івашко

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЙ ЕКОНОМІКО-ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ

Стратегічне планування, як елемент і функція управління підприємством, є одним із найбільш важливих і значущих економічних інструментів як на макро-, так і на мікрорівнях. Тому актуальним є дослідження основних теоретичних аспектів вибору стратегій економіко-виробничих систем, а саме підприємств. Висвітлення поняття стратегії, її класифікації, основних засад стратегічного планування та відображення власного бачення значення даного поняття і поставлено за мету у даній роботі.

Під стратегією розвитку підприємства розуміється сукупність способів і дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей і втілення завдань [1]. Це план, розрахований на тривалий період часу, без деталізації етапів, заходів і тактичних дій. Формування стратегії розвитку підприємства відіграє важливу роль в адаптації бізнесу до мінливих ринкових умов, постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

У загальному випадку на підприємстві може бути розроблено та реалізовано чотири основні типи стратегій (рис. 1):

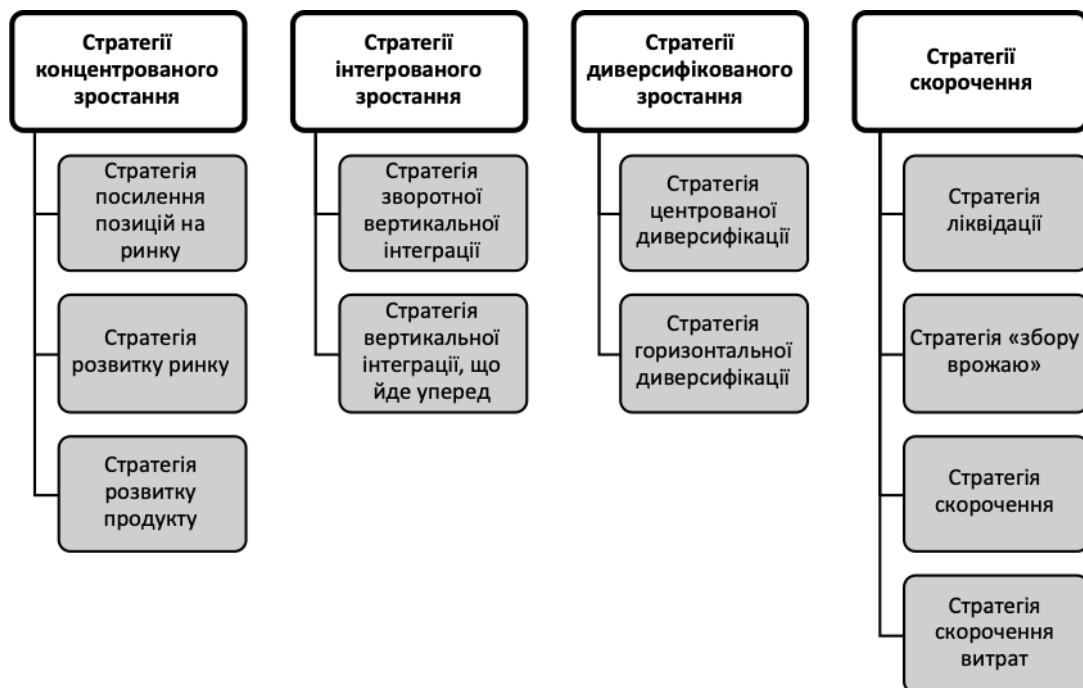


Рис. 1. Типи стратегій підприємства

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Загальна стратегія розвитку підприємства, особливо великого, як правило, є змішаною стратегією. Також слід зазначити, що у великих компаніях, особливо у компаніях з декількома філіями, стратегії можуть формуватися щодо окремих структурних одиниць, галузей, сфер функціонування. До того ж вони можуть не збігатися із загальною стратегією, а в окремих випадках навіть суперечити їй.

Таким чином, стратегія на підприємстві розробляється та реалізується на всіх рівнях стратегічного управління (рис. 2):

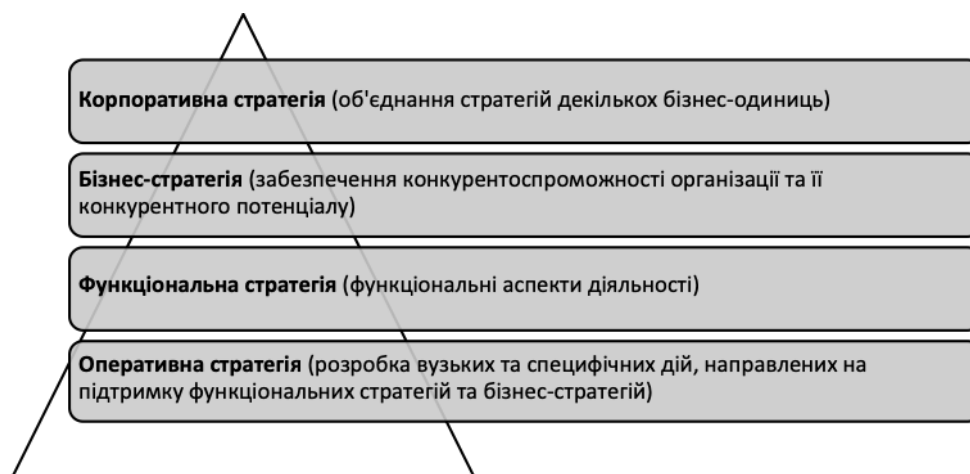


Рис. 2. Стратегії підприємства відповідно до рівнів стратегічного управління

Джерело: сформовано автором на основі [1, 2]

Стратегії повинні відповідати таким основним принципам [2]:

- простота та ясність (всі терміни та завдання повинні розумітися власниками, топ-менеджерами та рядовими співробітниками компанії однаково);
- цілісність (усі цілі, завдання, плани та бюджети повинні бути узгоджені між собою);
- вимірність (усі цілі та завдання повинні бути конкретні, вимірні, перевірятися).

Процес реалізації стратегії може бути умовно поділений на два великих етапи: процес стратегічного планування та процес стратегічного управління. Перший етап включає вироблення набору стратегій, починаючи від базової стратегії підприємства та закінчуючи функціональними, оперативними стратегіями та окремими проектами, другий – реалізацію певної стратегії у часі, її зміну відповідно до нових обставин [3].

Перший етап передбачає визначення альтернативних напрямків розвитку підприємства, їх оцінку та вибір оптимальної альтернативи. У цьому разі у якості спеціального інструментарію доцільно застосовувати кількісні методи прогнозування, сценарний метод, портфельний аналіз тощо.

Другий етап втілюється через розробку середньострокових та короткострокових планів, програм, бюджетів.

Під час реалізації стратегії кожен рівень управління вирішує завдання у межах своєї компетенції та виконує закріплені за ним функції. Вирішальна роль належить вищому керівництву.

Вдалий вибір та реалізація стратегії розвитку дає можливість підприємству успішно рости та міцно триматися у своїй ринковій ніші. Формування та реалізація стратегій дасть можливість українським підприємствам прогресивно розвивати свою діяльність, а у кінцевому підсумку побудувати ефективну конкурентоспроможну економіку.

Так, на нашу думку, для успішного вирішення проблем оптимального вибору стратегій розвитку важливо використовувати методи економіко-математичного моделювання.

Список використаної літератури

1. Стратегия – понятия и определения. Классификация стратегий. URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strategy.html> (дата звернення: 27.03.2019).
2. Стратегия развития предприятия: виды, разработка, внедрение. URL: <https://www.gd.ru/articles/9584-strategiya-razvitiya-predpriyatiya> (дата звернення: 27.03.2019).
3. Винокурова А., Боднар Д. Стратегія підприємства, як запорука сучасного бізнесу. Соціум. Наука. Культура. Економіка. *ADVANCED TECHNOLOGIES OF SCIENCE AND EDUCATION*: матеріали XIV Міжнародної наукової інтернет-конференції (19-21 квітня 2018 р.). 2018. URL: <http://intkonf.org/vinokurova-a-bodnar-d-strategiya-pidpriemstva-yak-zaporuka-suchasnogo-biznesu/> (дата звернення: 27.03.2019).