

- 5 Мирлис Дж. Информация и стимулы: экономика кнута и пряника – В кн.: Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т./ Т. 5. В 2 кн. Кн. 2 / Джеймс Мирлис – М.: Мысль, 2005. – С. 142-167.
- 6 Нейсбитт Дж. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000 / Джон Нейсбитт, Патриция Эбурдин – М.: Республика, 1992. – 416 с.
- 7 Стиглер Дж. Экономическая теория информации – В кн.: Теория фирмы / Джордж Стиглер – СПб.: Экономическая школа, 1995. – 701 с. (с. 507-529).
- 8 Стиглиц Дж. Информация и смена парадигмы в экономической науке – В кн.: Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т./ Т. 5. В 2 кн. Кн. 2 / Джозеф Стиглиц – М.: Мысль, 2005. – С. 536-629.
- 9 Шумпетер Й. Десять великих экономистов от Маркса до Кейнса / Йозеф Шумпетер – М.: Институт Гайдара, 2011. – 400 с. (с. 138-161)..

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Продіус О.І., к.е.н., доцент
Продіус Ю.І., к.е.н., доцент
Рябова К.І.

Одеський національний політехнічний університет

Трансформація ринкових та економічних умов господарювання, в яких функціонують сучасні підприємства позначається на необхідності вирішення принципово нових проблем, в основі яких – пошук адекватних методів і способів досягнення та утримання конкурентних позицій, розробка стратегії і тактики забезпечення успішного довгострокового успіху. Сьогодні економічний успіх підприємства залежить від того, наскільки менеджери турбуються про стратегічне майбутнє свого бізнесу. Тому однією з найголовніших складових успіху сучасних високоприбуткових підприємств є ефективне використання стратегічного управління.

В сучасних складних умовах ведення бізнесу стратегія розвитку підприємства – це один з найголовніших факторів управління будь-якої організації. Саме вона має здатність надати та забезпечити стабільний економічний розвиток підприємства, збільшити рівень його конкурентоспроможності як у сфері послуг так і в виробництві продукції.

Розвиток українських підприємств відбувається в складних умовах нестабільної економіки й формування ринкового середовища. Істотний негативний вплив на функціонування підприємств усіх галузей здійснює внутрішня і зовнішня політична ситуація, неможливість через фінансові проблем застосовувати нову техніку і технології, а також значна міжнародна конкуренція. Вжити і успішно розвиватися в таких умовах можуть тільки ті організації та підприємства, які змогли розробити ефективну стратегію і цілеспрямовано просуваються в напрямку досягнення поставленої мети [1].

Саме тому особливу актуальність набуває проблема формування стратегії розвитку підприємства, яка надасть можливість не тільки покращити функціонування самого підприємства, але й стабілізувати економіку країни в цілому. Стратегія підприємства являє собою сукупність дій та заходів, безпосередньо необхідних для досягнення поставленої мети шляхом раціонального використання ресурсів економічної системи. Мета стратегії полягає в отриманні довгострокових конкурентних переваг, які забезпечать виробничій системі високу рентабельність і життєздатність. Нерідко поняття стратегії розуміється саме в аспекті довгостроковості, але період, на який визначається стратегія, є похідною величиною і залежить від мети діяльності підприємства, сутності та обсягу стратегічних дій, які передбачаються до реалізації. Тобто можна сказати, що стратегія не є функцією часу, а насамперед виступає функцією змісту, напрямки розвитку [2].

Розробка стратегії представляє собою складний, ітеративний процес розгляду певної кількості альтернатив розвитку підприємства, постійної переоцінки і періодичної перевірки здійснюваної стратегії в залежності від стану середовища діяльності. Стратегічний план є

інструментом встановлення, документального оформлення та впровадження в поточну діяльність елементів стратегії підприємства [3].

Стратегія спрямована на досягнення певних цілей у майбутньому, але для цього потрібно оцінити сучасний стан підприємства. Тільки реально оцінивши внутрішньому та зовнішньому середовищі функціонування підприємства можна розробити стратегію його розвитку. Для того, щоб правильно оцінити стратегічні перспективи, сформулювати цілі і завдання підприємства менеджери повинні володіти інформацією про сучасний стан підприємства і ситуації на ринку. Без цієї інформації вони можуть сформулювати стратегію, не відповідає вимогам сьогодення і не дозволить підприємству досягти конкурентних переваг [4].

В економічній літературі питання сутності поняття стратегії, її значення і процес формування були розглянуті в наукових працях багатьох вітчизняних вчених, а саме: О. Кузьміна, Л. Довганя, З. Шершньової, Н. Карачина, В. Захарченко, С. Оборської, А. Золотарьова, В. Хмелевського, В. Немцова і в працях закордонних вчених: І. Ансоффа, П. Друкера, Б. Карлофа, Ф. Котлера, Г. Мінцберга, А. Саймона, Дж. Стрікланда, А. Томпсона, А. Чандлера.

Якщо ретельно розглядати методи формування ефективної стратегії розвитку підприємства можна прослідкувати певну послідовність виконання аналізу. Саме ця послідовність і забезпечує вибір найкращого шляху визначення стратегії підприємства. Розпочати формування потрібно з ретельного вивчення середовища, ринку та конкурентів підприємства. Це надасть певний старт для чіткого визначення цілей та місії організації, без яких неможливо формування стратегії розвитку. Також не останню роль відіграє визначення головних показників макро та мікросередовища. Загалом отримавши усі перелічені вище дані, керівники підприємства в змозі провести вже більш глибокий аналіз формування стратегії, який найчастіше виступає у вигляді SWOT- аналізу, SNW- аналізу. Щоб збільшити ефективність отриманої інформації щодо вибору стратегії розвитку підприємства необхідно використовувати SPACE-аналіз, що базується на обробці інформації про фінансову силу підприємства, конкурентоспроможність підприємства, привабливість галузі та стабільність галузі. Для проведення аналізу будують графік, де позитивна частина осі абсцис – це привабливість галузі, негативна частина – конкурентоспроможність підприємства; позитивна частина осі ординат – фінансова сила, негативна частина – стабільність галузі. На відповідні осі наносять оцінки за факторами та отримані координати з'єднують отримуючи в результаті чотирикутник. Та сторона чотирикутника, яка має найбільшу довжину є дисбалансом факторів і вектором стратегії, яку необхідно зараз використовувати. Якщо вектор вказує в область (+; +) – слід дотримуватися агресивної стратегії, (+;-) – слід дотримуватися конкурентної стратегії, (-;-) – оборонна стратегія, (-; +) – означає консервативну стратегію. У результаті ми отримуємо потужний інструмент для відповіді на питання про стратегію підприємства в будь-який момент часу, змінюючи вхідні дані вищевикладених чотирьох чинників [5].

Слід зазначити, що прискорення виходу економіки України з кризового стану потребує дослідження ефективних шляхів адаптації підприємств до конкурентного середовища, а саме формування такої стратегії розвитку, в якій важлива роль належить реструктуризації суб'єктів господарювання та збільшення їх інвестиційного потенціалу. В умовах світової фінансової кризи багато хто з українських підприємств не змогли бути конкурентними та фінансово стійкими, у зв'язку з чим посилюються вимоги до впровадження саме антикризової реструктуризації та стратегії розвитку вітчизняних підприємств з метою забезпечення їх конкурентоспроможності. У зв'язку з цим, на наш погляд, доцільно використовувати у здійсненні стратегічних змін заходів такі методики, як Система збалансованих показників, СЗБ (Balanced scorecard, BSC), та реінжиніринг бізнес-процесів (Business Process Reengineering, BPR), що широко застосовуються в розвинутих країнах з ринковою економікою, але є новими для України.

Перший напрямок – використання СЗБ (BSC). Як зазначає А. Загорулько, СЗБ є сучасним інструментом менеджменту, який суттєво знижує ризик прийняття неефективних управлінських рішень за рахунок того, що дозволяє перешкодити багатьом помилкам, оскільки первинно сприяє тому, щоб компанія розробляла вірний курс розвитку у вигляді стратегії, яка в подальшому розподіляється на цілі ключових аспектів діяльності, що вимірюються за допомогою набору показників [6]. Другий напрямок, що є методом революційного перетворення діяльності підприємства, докорінної перебудови його бізнесу, одержав назву реінжиніринг бізнес-процесів, РБП – (Business Process Reengineering, BPR), з'явився на Заході у

90-і роки минулого сторіччя. РБП – це створення кардинально нових і більш ефективних бізнес-процесів без урахування того, що було раніше. РБП використовує велику кількість інструментів і методів усередині звичайної структури, але його фокус насамперед спрямований на об'єднання функцій на макроорганізаційному рівні. РБП використовує переваги не тільки комп'ютерних технологій, але також технологій управління змінами та працівниками, щоб дати можливість набагато швидше й ефективніше керувати підприємствами, ніж раніше.

Таким чином, розвиток бізнес-середовища йде настільки стрімкими темпами, що існуючі методики забезпечення конкурентного позиціонування на ринку вимагають впровадження сучасних стратегій розвитку підприємства. Слід врахувати, що вибір стратегії, у рамках стратегічного управління, це передусім аналіз, що можливо провести лише на основі інформації про чинники зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а його точність визначається прямо пропорційно достовірності цієї інформації. Отже, завдяки комплексному використанню різних методів формування стратегії підприємства, а також запровадження нових методик її визначення можна забезпечити покращення функціонування підприємства, що підвищить його конкурентоспроможність в цілому.

Література

- 1 Усик С.П. Вибір стратегії розвитку з урахуванням ступеня готовності підприємства до стратегічних змін / С.П. Усик // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 142-150.
- 2 Левицьки Сирил. Как разработать стратегию: Практические рекомендации по созданию реально работающей стратегии / Левицьки Сирил. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 328 с.
- 3 Довгань Л.Є. Стратегічне управління. Навч. посіб. / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
- 4 Момчева А.М. Теоретичні аспекти розробки стратегії розвитку підприємства / А.М. Момчева // Наука й економіка. – 2009. – Випуск 4 (16) – Том 2 – С. 113–118.
- 5 Сич Є.М. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібн. / Є.М. Сич, О.В. Пилипенко. – К.: Каравела, 2010. – 304 с.
- 6 Загорулько А.А. ССП – інструмент прийняття ефективних управленческих рішень / А.А. Загорулько // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6 – С. 263-270.

ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сак К.В.

Одеський національний політехнічний університет

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність підприємства залежить від величини його економічного потенціалу. Для будівництва ефективних, адаптованих до конкретних умов розвитку, виробничих відносин та розробки механізмів управління підприємством необхідне всебічне, комплексне та системне дослідження такої категорії, як економічний потенціал підприємства, його структурних елементів та характеру взаємодії між ними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В роботах вітчизняних авторів досліджуються питання сутності потенціалу підприємства, як економічної категорії, визначаються складові, що його формують, досліджуються механізми управління потенціалом.

Але недостатня відпрацьованість деяких аспектів проблеми дозволяє говорити про труднощі у визначенні основних її складових. У всякому разі складність і неоднозначність проблеми ефективного використання економічного потенціалу підприємства вимагають проведення додаткових досліджень у даному напрямку.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування комплексної оцінки використання економічного потенціалу підприємства та засобів підвищення ефективності функціонування.