

РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Самошкіна Ірина Дмитрівна кандидат економічних наук, доцент
Сумський національний аграрний університет, Україна

Шумський Іван Сергійович здобувач другого (магістерського) рівня
вищої освіти Сумський національний аграрний університет, Україна

З'ясовано сутність та роль фінансової стратегії для розвитку підприємства, досліджено низку факторів, під впливом яких формується фінансова стратегія, представлені методики, за допомогою яких підприємство зможе виконати поставлені завдання для покращання фінансових результатів своєї діяльності.

Сьогодні зберігати стійку конкурентну перевагу стає все складніше. Змінність економічного середовища існування бізнесу створює певні умови невизначеності [1, с. 31]. Компанії всього світу знаходяться в безперервному пошуку нових важелів, задіявши які можна було б зайняти лідируючі позиції на ринку. Точне формулювання стратегічних цілей, чітке визначення свого ринку та галузі, висока якість розробки та реалізації стратегії стають важливими факторами підтримки конкурентоспроможності та досягнення лідерства у бізнесі.

В умовах фінансової нестабільності більшість підприємств орієнтовані на вирішення короткострокових проблем та не ставлять довгострокових цілей. Такий підхід небезпечний тим, що при успішній реалізації короткострокових цілей підприємство може зазнати збитків у довгостроковій перспективі, а також не відреагувати на зміну ринку та втратити свою конкурентоспроможність.

Успішна ринкова стратегія дозволяє компанії не тільки продавати свої товари чи послуги, але й створювати нові продукти та підвищувати рентабельність. Щоб досягти своїх цілей, компанії потрібно чітко уявляти собі, де вона знаходиться по відношенню до покупців та конкурентів. Правильна

ринкова стратегія благотворно впливає всю діяльність компанії, включаючи її фінансові результати.

Стратегія являє собою детальний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей.

Стратегія виробляє правила та прийоми економічно ефективного досягнення одностипних за масштабами впливу на конкурентний статус фірми стратегічних цілей. Узгодження та координація за часом та ресурсами локальних стратегічних цілей дозволить досягти глобальних цілей економічної стратегії – створення та підтримки конкурентних переваг підприємства.

Орієнтація на споживчий попит, проведення маневреної науково-технічної, інноваційної та ринкової політики є основоположними ідеями нової філософії управління підприємством та його розвитку.

На формування стратегії підприємства впливають багато чинників. Взаємодія цих факторів носить специфічний характер для кожної галузі та компанії та завжди змінюється в часі. Фактори, що визначають стратегію, завжди відрізнялися один від одного. Тому необхідно оцінювати всю сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів, перш ніж приймати рішення про вибір тієї чи іншої стратегії.

До основних факторів, які формують стратегії, можна віднести такі [2, с.76]:

- Соціальні, політичні, цивільні та регулюючі норми;
- Привабливість галузі та умови конкуренції;
- Специфічні ринкові можливості та загрози;
- Сильні та слабкі сторони організації, її конкурентні можливості;
- Особисті амбіції, філософія бізнесу та етичні погляди менеджерів;
- Цінності та культура компанії.

Основними елементами аналізу стратегічного управління є:

- Визначення місії та цілей, організація розробки та реалізації стратегії;
- Розвиток організаційної структури підприємства;

- Ефективне управління виробництвом та напрями його розвитку на підприємстві;

- Техніко-економічне обґрунтування інноваційних (стратегічних) рішень.

Стратегічне планування передбачає всебічний аналіз підприємства, що дозволяє оцінити його внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, розвивати стратегію, підвищувати конкурентоспроможність та ефективність виробничої діяльності.

Стратегічний аналіз – це основний елемент стратегічного планування. Цей аналіз полягає у дослідженні двох блоків: внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Дані, отримані під час проведення аналізу, є ключовими для розробки стратегії розвитку підприємства.

На кожному етапі стратегічного планування потрібна специфічна інформація, що відповідає цілям цього етапу, тому серед різноманітності методів дослідження. Класифікацію методів дослідження в залежності від етапу прийняття рішення розглянуто нижче:

- Етап 1 визначення цілей організації. На даному етапі застосовують методи, що відображають потреби організації (в основному, в галузі маркетингу): SWOT-аналіз, аналіз STEEP-факторів, соціологічні методи, методи теорії цінностей, збалансована система показників.

- Етап 2 – виявлення проблем, визначення того, що може перешкодити досягненню цілей. Застосовуються наступні методи: методи імітаційного моделювання; методи експертного опитування.

- Етап 3 - виявлення джерел виникнення проблем. Необхідно провести глибокий аналіз внутрішнього середовища фірми: - аналіз історії фірми; регресійний та кореляційний аналізи; факторний аналіз.

- Етап 4 - створення бази даних можливих рішень: евристичні методи (наприклад метод «мозкової атаки»); морфологічний аналіз; лінійне чи динамічне програмування; моделювання діяльності організації та еволюції її оточення.

- Етап 5 - вибір найкращих рішень: лінійне та динамічне програмування; методи оцінки ефективності варіантів рішень (наприклад, "витрати - вигоди"); функціонально-вартісний аналіз; методи статистики та методи порівняння (наприклад, кластерний аналіз), збалансована система показників.

- Етап 6 - узгодження рішень з персоналом: ділові ігри, методи «внутрішнього маркетингу», психологічні методи взаємодії малих групах, оцінка ступеня задоволеності інтересів стейкхолдерів.

- Етап 7 - затвердження рішення: методи оцінки ризику та методи управління ризиком. Підготовка рішення до введення в дію: методи програмування діяльності підрозділів.

- Етап 8 - контроль застосування рішення: методи мотивації персоналу, методи вибіркового обстежень, статистичні методи, методи теорії вимірювань, методи теорії автоматичного регулювання.

- Етап 9 - моніторинг виконання: методи вибіркового обстежень, соціологічні методи, методи контролю, аналіз надійності, методи аналізу ефективності.

Цілком очевидно, що для використання такого широкого інструментарію при розробці стратегії розвитку підприємства, перш за все, необхідно систематизувати його та визначитися, які методи найбільш прийнятні для формування конкретної стратегії.

Щодо фінансової стратегії, зазначимо, що у ринкових умовах підприємства, тією чи іншою мірою зацікавлені у високих результатах фінансово-господарської діяльності та стійкому фінансовому стані, оскільки ці параметри торкаються інтересів не лише власників, а й осіб та організацій, пов'язаних із підприємствами господарсько-економічними інтересами.

Ефективність діяльності підприємств частіше визначається якістю управління, зокрема, управлінням фінансами, у якого основною функцією є формування та постійне удосконалення фінансової стратегії [3, с 192]. Розробка фінансової стратегії - це складна багатопланова діяльність з розробки

генерального плану дій у зв'язку із забезпеченням підприємства достатніми фінансовими ресурсами та їх оптимальної структури та складу.

Фінансова стратегія охоплює всі сторони діяльності підприємства та ґрунтується на комплексному фінансовому аналізі та фінансовому плануванні. Від рівня достовірності оцінок, отриманих у результаті фінансового аналізу, залежить якість показників фінансового планування, що визначають напрямки розвитку підприємства та можливості ресурсного забезпечення цього розвитку, а, отже, і можливість реалізації фінансового плану.

Таким чином, оптимальна стратегія покликана не лише описувати план дій для регулювання успішної роботи підприємства, а й передбачати напрями виходу з критичних ситуацій.

Список літератури

1. Брінь П.В. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Підприємництво та інновації*. Випуск 21. 2021. С. 31-34. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/5af192ec-92b0-43e2-9cee-b94cb2f07477/content> (дата звернення: 06.01.2024)

2. Погорелов Ю.С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2017. № 1. С. 76–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ejopu_2017_1_15 (дата звернення: 05.01.2024)

3. Самошкіна І.Д., Король К.П. Фінансовий моніторинг в системі стратегічного управління розвитку торговельного підприємства. *The V International Scientific and Practical Conference «Trends of modern science and practice»*, February 8 – 11, 2022, Ankara, Turkey. P.191-193. URL: <https://isg-konf.com/uk/trends-of-modern-science-and-practice-ua/> (дата звернення 03.01.2024)

The essence and role of the financial strategy for the development of the enterprise is clarified, a number of factors under the influence of which the financial strategy is formed are investigated, methods are presented, with the help of which the enterprise will be able to fulfill the tasks to improve the financial results of its activities.

Відомості про авторів

а) прізвище, ім'я, по - батькові: Самошкіна Ірина Дмитрівна

б) вчене звання: доцент

в) науковий ступінь: кандидат економічних наук

г) місце роботи: СНАУ, кафедра фінансів, банківської справи та страхування

д) адреса для листування: 40020, м. Суми, вул. Герасима Кондратьєва, 160, кафедра фінансів, банківської справи та страхування

а) прізвище, ім'я, по - батькові: Шумський Іван Сергійович

г) місце навчання: СНАУ, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти кафедри кафедра фінансів, банківської справи та страхування

д) адреса для листування: 40020, м. Суми, вул. Герасима Кондратьєва, 160, кафедра фінансів, банківської справи та страхування