Економіка та управління підприємствами

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Нечипоренко В.В.,
доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Задорожна В. В.
магістрант,
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна

В сучасних економічних умовах актуальним є питання формування та стратегічного розвитку підприємств у довгостроковій перспективі. Для формування та ефективної реалізації стратегії підприємства необхідно створити систему функціональних взаємопов'язаних стратегій.

Формування стратегій розглядається як один із суттєвих компонентів стратегічного управління і передбачає визначення особливостей процесу створення окремих стратегій.

В економічній літературі існує три підходи до визначення поняття стратегії підприємства. Перший - заснований на структуризації цільового простору підприємства, а саме, представленні осіб, зацікавлених в діяльності підприємства. Такими особами можуть бути керівники підприємства та його структурних підрозділів, працівники, акціонери, інвестори, постачальники, споживачі продукції і т. ін..

Інший підхід до визначення поняття заснований на стратегії вирішення окремих стратегічних рішень. Саме стратегія визначається як цілісна сукупність взаємопов'язаних стратегічних рішень, необхідних для опису ключових напрямів діяльності підприємства.

Третій підхід представлений різними комбінованими варіантами. Але, реалізація будь-якого підходу, повинна здійснюватись в певній послідовності, а

зміст стратегії повинен бути одним і тим самим. Стратегічні рішення можуть стосуватись номенклатури продукції та обсягів виробництва, відношення до постачальників та споживачів, соціального розбитку, оплати праці та інших сфер діяльності підприємства [1].

Процес розробки та формування стратегії підприємства має базуватися на його затвердженій місії, з причини чого, будь-яка стратегія повинна сприяти реалізації сформованої місії підприємства, яка є однією з головних складових ефективного стратегічного управління.

Місія визначає повний цикл діяльності підприємства – від планування складу та структури ресурсів до реалізації готової продукції. Формулювання місії допомагає зрозуміти середовище, в якому функціонує підприємство, а отже надалі – розробити та затвердити до реалізації саме ті пропозиції та розробки, що сприятимуть досягненню лідируючої позиції у цьому середовищі.

Стратегія необхідна будь-якому підприємству, що претендує на успіх, щоб визначити, в якому напрямку воно буде розвиватися. По суті, вибір стратегії означає, що з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед підприємством, воно обирає конкретний напрямок. Добре розроблена стратегія є основою підвищення конкурентоспроможності підприємства, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати у жорстких ринкових умовах [2, с. 91].

Процес формування стратегії, який включає стратегічне планування та стратегічне управління, дозволяє:

- підтримувати спрямований у майбутнє спосіб мислення та поведінки;
- координувати рішення та дії в галузі маркетингу;
- слугує для інформування співробітників про цілі та необхідні ресурси;
- мотивує співробітників, якщо від досягнення цілей підприємства залежить досягнення їх особистих цілей (кар’єра, зарплата);
- створює передумови для оцінки та контролю результатів [3, с. 158].

Перешкодами при формуванні стратегії можуть бути:

- політизованість процесів прийняття рішень, що передують розробці стратегії;
- опір руйнуванню культури і структури влади підприємства, а не тих негативних явищ, що виникають у зовнішньому середовищі;
- конфлікт, обумовлений постановкою нових завдань в процесі стратегічного планування і звичною діяльністю, спрямованою на отримання прибутку;
- дефіцит інформації про зовнішнє середовище та відсутність талановитих управлінців, здатних сформулювати стратегію.

Реалізацією стратегії є процес, в ході якого стратегії приводяться в дію шляхом розробки програм, підготовки бюджету і робочих процедур. Процес цей може включати зміни загальної культури, структури та керівництва організації.

Оцінка і контроль - це процес, за допомогою якого здійснюється моніторинг діяльності підприємства і його результатів, щоб зіставити фактичну ефективність діяльності з бажаною. Незважаючи на те, що оцінка і контроль є заключними елементами стратегічного управління, вони можуть також сприяти виявленню слабких місць в уже реалізованих стратегічних планах і стимулювати повтор всього процесу.

Таким чином, можемо зробити висновок, що стратегія підприємства є сукупністю заходів і дій, спрямованих на досягнення стратегічної мети в межах місії підприємства. Підприємство, формуючи свою стратегію, відбирає з числа альтернатив конкретну стратегію, що відповідає обраним орієнтирам управління, і конкретизує їх стосовно до своїх особливостей.

Література:

1. Ліпєц Ю.В. Впровадження стратегічного управління на підприємствах України як прогресивного напрямку їх розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ipdo.kiev.ua/files/articles/but4.pdf.
2. Стратегічна структуризація підприємств: навч. посіб. / Г. М. Заболотний, В. В. Коровій, П. С. Мартинюк, А. М. Ступницький. – Вінниця: Книга-Вега ВАТ “Віноблдрукарня”, 2003. – 304 с.

3. Кайлюк Є.М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Є.М. Кайлюк, В.М. Андрєєва, В.В. Гриненко. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: НАМГ, 2010. – 279 с.