

В.А. Муштай, к.е.н, доцент

vamushtai@gmail.com

Сумський національний аграрний університет, м.Суми, Україна

Стратегічний розвиток як основа забезпечення конкурентних переваг підприємства

За сучасних ринкових умов для більшості підприємств все більшої актуальності набуває питання підвищення ефективності їх виробничо – комерційної діяльності, що обумовлено недостатнім рівнем практичних навичок в запровадженні запланованих заходів розвитку господарюючих суб'єктів, неефективністю управлінських рішень в процесі вибору стратегічних напрямів подальшого розвитку, що в кінцевому підсумку призводить до недостатності або відсутності конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників, котрі покликані забезпечувати підвищення ефективності їх функціонування та стабільне економічне зростання. Тому, стратегічний розвиток підприємств являється однією з важливих умов створення та утримання ними конкурентних переваг, їх сталого розвитку та подальшого підвищення ефективності функціонування, в кінцевому підсумку – конкурентоздатності. При цьому його вибір обумовлюється станом оточуючого середовища, наявним потенціалом підприємств, їх місією та цілями.

Змістовно досліджуючи сутність категорії «розвиток» було виявлено, що більшість науковців розвиток підприємства розглядають в контексті отримання кількісних та якісних показників, котрі забезпечують отримання максимального економічного ефекту від здійснення господарської діяльності як в поточному, так і в прогностичному періодах.

Райко Д. в своїй праці розвиток визначає як цілеспрямований процес кількісних та якісних перетворень у внутрішньому середовищі суб'єкта господарювання, що обумовлює подальші зміни в його зовнішньому середовищі через вирішення наявних суперечностей між інтересами всіх контрагентів ринку, а саме товаровиробників, постачальників, посередників та споживачів на основі їх ринкових взаємодій [1, с. 113].

Литвинов О.І. має свій погляд і пропонує розвиток розглядати у вигляді процесу формування та реалізації прогресивних змін економічної діяльності підприємства, котрі за думкою автора, покликані призводити до формування принципово нових кількісних та якісних перетворень, елементів, властивостей, характеристик, що здатні забезпечувати ефективне функціонування підприємства у довгостроковій перспективі [2].

Розвиток підприємства найчастіше пов'язують з визначенням та подальшим формуванням його конкурентних переваг як запоруки ринкової стійкості. Саме характер конкурентних переваг вказує на необхідність адаптації підприємства до оточуючого середовища, обумовлюючи основні ризики для результативних показників його господарювання.

Викладене дозволяє стверджувати, що підвищення конкурентоздатності вітчизняних підприємств, внаслідок обґрунтовано визначених конкурентних переваг, без сумніву залежить від чітко сформованої та об'єктивно обраної стратегії його подальшого розвитку. З огляду на те, що дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища організації являється необхідним елементом формування місії та визначення цілей організації, саме сформовані стратегії обирають за інструменти досягнення останніх.

Боковець В.В. та Іванченко Г.В. в своєму дослідженні наголошують на тому, що задля досягнення окресленої мети вкрай важливо детально розробляти та надавати обґрунтування напрямів дій підприємства, формуючи їх з огляду на можливості самого підприємства, стану ринкового середовища та конкуренції на ринку. Саме це, на думку авторів обумовлює необхідність стратегічного планування [3, с. 146].

Каличева Н.Є. зазначає, що ефективний розвиток підприємства в умовах сьогодення обумовлюється саме стратегічним плануванням, в основі якого має покладатися програмно – цільовий підхід задля вирішення важливих завдань подальшого розвитку господарюючого суб'єкта та забезпечення йому конкурентних переваг на цільовому ринку та конкурентоспроможності взагалі [4, с.34].

На нашу думку, саме врахування конкурентних переваг під час формування напрямів розвитку підприємств дозволяє обрати обґрунтовану послідовність дій щодо реалізації концепції та формування системи стратегічного управління суб'єктом господарювання, що в перспективі сприятиме збільшенню шансів підприємства на виживання, стійкому розвитку та забезпечить прихильність споживачів.

Отже, високий рівень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання має ґрунтуватися на диференційованих конкурентних перевагах, під якими варто розуміти наслідок різних видів діяльності. Зазначене сприятиме отриманню кращого ніж у конкурентів результату та являтиметься вагомою умовою формування конкурентоспроможності підприємств. Основною ж задачею сучасних підприємств є постійне покращення показників своєї діяльності для посилення існуючих та створення нових переваг на обраному ринку, що й витікає з визначеної раніше сутності поняття розвитку підприємства.

Огляд літературних джерел дозволив дійти висновку, що поняття «розвиток» та «стратегія» являються взаємопов'язаними категоріями, оскільки з наведеного вище, розуміємо, що розвиток являється наслідком правильно обраної та запровадженої стратегії. Стратегія в свою чергу являється одним з інструментів, що забезпечують розвиток підприємства. Саме за використання стратегії у підприємства з'являється можливість формувати бачення його майбутнього розвитку.

Тож, обґрунтований вибір стратегічного розвитку підприємства є запорукою підвищення ефективності реалізації виготовленої продукції, зростання прибутку, укріплення та поліпшення позицій на ринку. Орієнтація на довгострокову перспективу та цілісне і систематичне дослідження потреб

ринку призводить до розробки ефективних диференційованих товарних інновацій і таким чином, створюються стійкі конкурентні переваги.

Маковська Ю.А. в своїй роботі пропонує під стратегічним розвитком розуміти набуття підприємством нових якостей, котрі сприяють ефективному досягненню поставлених цілей, що обумовлені безпосередньо місією підприємства, а саму стратегію розглядати як програму або ж стратегічний план досягнення мети [5].

Значущість стратегічного розвитку підприємства підтверджується через його сутність як процесу котрий спрямовується на формування конкурентних переваг підприємства та зміцнення ефективних конкурентних позицій підприємства на опанованих ним ринках збуту, що є запорукою високої конкурентоспроможності суб'єкту господарювання в мінливих ринкових умовах його діяльності. Проте, слід брати до уваги, що стратегічний розвиток підприємства неможливий без злагодженої роботи всіх його функціональних підрозділів задля досягнення поставлених цілей.

Отже, під час дослідження питання стратегічного розвитку сучасних підприємств доходимо висновку, що метою зазначеного процесу є створення конкурентних переваг суб'єктів господарювання та укріплення їх стратегічних позицій на цільових ринках, що, в перспективі має сприяти розвитку їх стратегічних потенціалів, забезпеченню ринкової стійкості в поточному періоді та довгостроковій перспективі. Викладене вказує на необхідність переорієнтації діяльності підприємств на засади якісно нового напрямку соціально - економічного зростання з акцентуванням управлінського впливу на підвищенні ефективності функціонування суб'єктів господарювання та забезпеченні їх стратегічного розвитку в перспективі.

Список використаних джерел:

1. Райко Д. В. Визначення розвитку маркетингової діяльності промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. Т.1. № 3. С. 109 - 117. URL: <https://clck.ru/TLMWT> (дата звернення: 03.02.2021).

2. Литвинов О.І. Стратегічні напрями стабілізації та розвитку економічної діяльності торгівельних підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL: <http://surl.li/louq> (дата звернення: 27.01.2021).

3. Боковець В.В., Іванченко Г.В. Вибір стратегії управління корпорацією в контексті забезпечення її ефективності і масштабності розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: науковий журнал*. 2017. №2. Т. 1. С. 145-148. URL: <http://surl.li/lour> (дата звернення: 04.02.2021).

4. Каличева Н.Є. Вплив стратегічного планування на забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту. *Інтелект XXI*. 2019. №1. С. 34 – 36. URL: <http://surl.li/louo> (дата звернення: 04.02.2021).

5. Маковська Ю.А. Механізм забезпечення стратегічного розвитку дорожньо – експлуатаційних підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/205.pdf (дата звернення: 05.02.2021).

Відомості про автора:

а) прізвище, ім'я, по батькові: Муштай Валентина Анатоліївна;

б) вчене звання: доцент

в) науковий ступінь: к.е.н.

г) місце роботи: СНАУ, кафедра маркетингу та логістики

д) адреса для листування: 40000, м. Суми, вул. Г. Кондратєва 160, кафедра маркетингу та логістики