

## Важливість розуміння та вибору стратегій розвитку діяльності підприємства

**Пекна Г. Б.**

*к. е. н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: HalynaPB@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0003-4902-6052*

**Топал М. Ю.**

*здобувач магістратури  
кафедри теоретичної та прикладної економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: topalmy@krok.edu.ua*

В сучасному світі підприємство займає одне з найважливіших місць в житті людини та в економіці. Кожен день людина стикаються з підприємствами, навіть не розумівши цього. Дивлячись на різні підприємства люди не задумуються, що з самого зародження бізнесу підприємець вибирає стратегію розвитку діяльності свого майбутнього підприємства. Процес, за допомогою якого управлінці здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розроблюють стратегії для досягнення цих цілей називається стратегічним управлінням.

Стратегічне управління-це процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розроблюють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись [1].

Власне термін “стратегічне управління” введено у вжиток на межі 60-70 рр. ХХ ст. для підкреслення різниці між поточним управлінням на рівні виробництва (торговельно-технологічного процесу) і керівництвом, що здійснюється на вищому рівні управління фірмою. У травні 1971 року у Пітсбурзі (США) було проведено розширену конференцію з питань стратегічного управління, де було підбито підсумки розвитку стратегічного підходу в управлінні компаніями, а також визначено основні напрямки розвитку стратегічного управління. З цього часу відбувся розподіл між поточним та стратегічним управлінням, почали закладатися основи розвитку останнього [2].

Саме тоді підприємці і почали розроблювати свої стратегії розвитку для своїх підприємств, для успішного впровадження їх на ринок. Розробка стратегії-це, по-перше, отримання певного уявлення про майбутній розвиток підприємства (фірми); по-друге, активне використання підприємством сучасних методів управління, що забезпечують певну збалансованість і майбутні напрямки розвитку підприємства. Сучасні стратегії ґрунтуються на активному обліку сьогочасних умов, в рамках яких працює визначене підприємство, усвідомленні завдань, які стоять перед ним, що сприяє виникненню найрізноманітніших проектів розвитку, які, у свою чергу, зумовлюють вибір такого варіанту стратегії розвитку, який забезпечить стабільність підприємства та високі економічні результати.

Згодом на стратегію підприємці почали дивитися не тільки прагматично, але з філософської сторони. Філософський погляд – акцентує увагу на визначенні напрямку розвитку організації, який дає відповідь на питання: в якому бізнесі діє організація і в якому бізнесі вона повинна бути? При цьому стратегія бізнесу розробляється для того, щоб

зв'язати внутрішні можливості (потенціал) організації з її зовнішнім середовищем [3].

В сучасності класичним визначенням стратегії є її розуміння як загального напрямку дій, які визначають перспективний розвиток підприємства щодо досягнення конкурентних переваг та успіху діяльності. Крім того, в сучасних трактуваннях стратегії акцентується увага на таких особливостях, як тривалість дій застосування, як інструменту реакції на непередбачувані події в умовах конкуренції та активної взаємодії із зовнішнім оточенням, а також створенні унікальної позиції підприємства на ринку шляхом вибору видів діяльності, відмінних від конкурентів.

Кажучи про стратегію розвитку підприємства на ринку не можна забувати, що на цьому ринку є і другі гравці. А саме тому для підприємств та їх управлінців на передній план виходить конкурентна стратегія.

Конкурентна стратегія- це узагальнена модель дій і сукупність правил, якими має керуватися підприємство при прийнятті рішень для досягнення і довгострокової підтримки конкурентоспроможності спрямованих на залучення і задоволення клієнтів, протистояння конкурентам і укріплення позиції на ринку. Мета ж конкурентної стратегії- досягнення переваги над конкурентами у пропонуваних товарах і послуг.

За визначенням М. Портера, конкурентна стратегія-це ділова стратегія будь-якої організації, основою якої є стійка конкурентна перевага. За своєю суттю конкурентна стратегія хоча й є такою, що забезпечує діловий рівень управління підприємством, однак вона вужча за масштабністю, ніж загальна стратегія того ж підприємства. Тобто, якщо корпоративна стратегія показує ЩО робити, якими видами діяльності буде займатися підприємство, то конкурентна стратегія вказує ЯК треба робити, щоб досягти конкурентних переваг, а, значить, і успіху у кожній.

М. Портер виділяє три базові конкурентні стратегії, які мають універсальний характер, тобто можуть бути використані в будь-якому конкурентному середовищі будь-яким підприємством і забезпечити конкурентні переваги-лідерство у витратах, диференціацію, фокусування на сегменті.

На думку А. Юданова, конкурентні стратегії, розроблені М. Портером, найбільш широко можуть застосовувати вузькоспеціалізовані підприємства, які освоїли одну зі сфер особливих потреб споживачів, та підприємства-гіганти, що контролюють ринок або його значну частину. Однак на ринку функціонують й інші види підприємств, для яких теж доцільно сформувавши конкурентну стратегію.

За А. Юдановим, розрізняють чотири типи конкурентних стратегій підприємств, зорієнтованих на різні умови середовища та різні ресурси, що перебувають у їх розпорядженні: віолентна (силова), патієнтна (нішова), комутантна (стратегія пристосування) і експлерентна (піонерська).

Конкурентна стратегія залежить від типу підприємства. Будь-яка конкурентна стратегія зможе забезпечити собі конкурентну перевагу здебільшого за рахунок наступальних стратегічних дій. Оборонні стратегії можуть захистити, зберегти конкурентну перевагу, але вкрай рідко допомагають її сформувавши [4].

В процесі обґрунтування перспективних напрямків функціонування підприємства можуть формуватися різноманітні типи стратегій, які можна класифікувати за наступними ознаками:

1. Залежно від масштабу розробки:
  - загальна (генеральна) стратегія;

- допоміжні (підтримуючі) стратегії.

2. За напрямками діяльності розробляють такі види допоміжних стратегій як-маркетингова, виробнича (операційна), фінансова, інвестиційна, стратегія здійснення інших напрямків та видів діяльності.

3. Залежно від виду ресурсів, управління якими здійснюється, розробляються допоміжні стратегії формування та використання трудових ресурсів, основних фондів та матеріально-технічної бази, формування власного капіталу, залучення позикового капіталу та інших необхідних підприємству ресурсів.

4. Залежно від темпів розвитку розрізняють стратегії:

- прискореного зростання;
- обмеженого зростання;
- збереження становища;
- скорочення.

5. Залежно від способів забезпечення розвитку розрізняють такі види стратегії:

- концентрованого розвитку;
- диверсифікованого розвитку;
- інтегрованого розвитку.

Отже, як можна побачити багато видів стратегій для підприємства, кожна з них має свої плюси для конкретного підприємства на конкурентному ринку в конкурентному місці. З початку стратегію використали у військових справах, протягом часу нічого не змінилось. Ведення бізнесу це така ж війна яка була тисячі років назад і навіть зараз є жертви в цій війні підприємств. Змінилася лише форма та інструменти цієї війни, але сама по собі вона така ж яка була і раніше, така яка є і зараз, постійно змінюючись відкидаючи застарілі методи та використовуючи нові технології. В цьому і є секрет вибору стратегії розвитку діяльності підприємства, в питанні «Що я можу зробити щоб вижити та отримати перемогу завдяки тим ресурсам які в мене є зараз і будуть в майбутньому?».

### **Список використаних джерел**

1. Шершньова З. Є., Оборська С. В., Ратушний Ю. М. *Стратегічне управління: Навч.- метод. посібник.-К. : КНЕУ, 2018.-С. 232.*
2. Касич А. О. *Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / А. О. Касич // Бізнес Інформ.-2017.-№ 11.-С. 290-294.-Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_11\\_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_51)*
3. Пастухова В. В. *Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія.-К., 2020.*
4. Портер М. *Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей та конкурентів; 2-ге вид.; пер. з англ. М: Альпіна Бізнес Букс, 2016.*