

Обґрунтування стратегії розвитку підприємства в умовах військово-політичної нестабільності та пандемії COVID-19

Валентина Свінцицька

здобувачка магістратури

кафедри теоретичної та прикладної економіки,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: svintsitskavi@krok.edu.ua

Галина Пекна

доцент,

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

Забезпечення гармонійного та спрямованого на конкретні цілі розвитку підприємства передбачає наявність ретельно розроблених ідей і концепцій, які повністю визначають вектори діяльності підприємства та його потенційні можливості для росту. Відсутність або недостатнє обґрунтування таких ідей може призвести до втрати підприємством можливості до швидкого і стійкого розвитку. Саме тому, важливим є удосконалення механізму формування та впровадження стратегії розвитку на підприємстві, оскільки розвиватися й успішно конкурувати можуть лише ті підприємства, які організовують фінансування та розвиток своєї діяльності стратегічно правильно. Створення ефективної стратегії розвитку підприємства потребує використання різних методик, які дозволяють оцінити можливості поточної стратегії, виявити проблеми у функціонуванні підприємства і визначити його конкурентну позицію на ринку.

Вагомий внесок у дослідженнях проблем вибору стратегії розвитку підприємства зробили такі вчені: І. Бланк, С. Булгакова, Л. Буряк, О. Горпинченко, А. Ковальова, А. Куліш, Г. Нам, О. Павловська, А. Павліковський, А. Подерьогін, В. Савчук, Л. Хоменко, Н. Шульга та ін. У працях цих науковців розкрито особливості вибору підприємством стратегії розвитку, розроблено загальні підходи до аналізу та оцінювання економічного стану підприємства.

Стратегія розвитку підприємства в сучасній економіці розглядається як ключовий фактор його конкурентоспроможності та успішності на ринку[1,2]. Цей стратегічний підхід визначає напрямки діяльності підприємства з урахуванням змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, ризиків і можливостей. Основне завдання, яке вирішує стратегія розвитку підприємства - забезпечення впровадження інновацій та змін в організації шляхом розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації та передбачення майбутніх змін у діяльності.

Дослідження стратегії ПАТ "Тернопільський радіозавод "Оріон" та напрямів її розвитку показали ключову роль підприємства на ринку та його вагому позицію в галузі радіозв'язку в Україні: виступає одним із провідних підприємств в Україні у сфері виробництва професійних засобів радіозв'язку. Основна діяльність

підприємства полягає у розробці та виробництві високоякісної радіоелектроніки.

Аналіз динаміки виробленої та реалізованої продукції на ПАТ ТРЗ «Оріон» за період з 2018-2022 рр. показав, що виробництво апаратури передавальна для радіомовлення та телебачення, до складу якої входять приймальні пристрої, та частини радіоприймальної апаратури суттєво скорочено, проте освоєння виробництва електролюмінесцентних ламп, ламп із галогеновими та світлодіодними пальниками є стратегічно перспективним для підприємства та дозволить значно наростити об'єми випуску товарної продукції.

Негативний вплив на стабільність функціонування підприємства внесла військово-політична ситуація, а також COVID 19, який призупинив функціонування економічної, соціальної та інших сфер життя. Проте діяльність ПАТ «ТРЗ «Оріон» є прибутковою, положення підприємства досить стійке та ефективне. Фінансово-економічний стан підприємства, його прибуткова діяльність великою мірою залежать від ефективно налагоджених каналів збуту продукції.

ПАТ «ТРЗ «Оріон» є найбільш популярною компанією на ринку радіозв'язку серед вітчизняних підприємств. Конкурентні переваги ПАТ «ТРЗ «Оріон»: висококваліфіковані кадри, має високий технологічний потенціал, має сучасне гнучко переналагоджуване обладнання та розвинену інфраструктуру, що дозволяє комплексно вирішувати виробничі завдання та найбільш повно задовольняти потреби свої клієнтів. Внаслідок проведеного SWOT-аналізу, де враховано високу конкурентну позицію на ринку ПАТ "ТРЗ "Оріон", було визначено інноваційну стратегію як основну стратегію для подальшого розвитку підприємства. Основою концепції даної стратегії є досягнення стійкого положення на ринку та стабільно стійких результатів діяльності за будь-яких економічних, політичних і соціальних змін у країні завдяки таким головним чинникам: технологічний рівень (інноваційний потенціал), рівень унікальності продукції. Шляхом впровадження в асортимент інновацій очікується збільшення рентабельності й конкурентоспроможності ПАТ «ТРЗ «Оріон».

Після аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища ПАТ «ТРЗ «Оріон» виявлено, що підприємство є досить розвиненим і успішним, але все ж має ряд проблем, які можна вирішити провівши конкретні заходи щодо удосконалення системи управління та розвитку підприємства. З метою досягнення бажаного рівня прибутковості, важливого значення набуває здатність підприємства до перетворення інновацій на ринковий продукт. В рамках цього запропоновано запровадити інноваційно-технологічний проект, що сприяє підвищенню результативності діяльності підприємства. Для розширення об'ємів продажу рекомендовано замінити застаріле обладнання на більш інноваційне (запропоновано закупити паяльну машину поверхневого монтажу II PHILIPS Toraz-X голландського виробника). З метою проникнення на закордонні ринки запропонована активізувати маркетингову діяльність ПАТ ТРЗ «Оріон».

Отже, ПАТ "ТРЗ "Оріон" втілює стратегію розвитку, орієнтовану на інновації, яка передбачає впровадження новітніх технологій та продуктів. Навіть при викликах військово-політичної нестабільності та пандемії COVID-19

підприємство залишається стійким та результативним.

Ключові слова: підприємство, стратегія розвитку.

Список використаних джерел

1. Савчук С. Стратегічний аналіз виробничого потенціалу та його роль в процесі формування стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2022. № 2. С. 88-89.
2. Горпинченко О.М. Стратегія розвитку промислового підприємства: теорія, методологія, практика. Тернопіль: Економічна думка, 2021. 570 с.