

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА*Запорізька державна інженерна академія, кафедра ФБСС*

Важливе місце в сучасних ринкових умовах господарювання для кожного підприємства займає не тільки забезпечення ресурсами, які необхідні для досягнення поставлених цілей та ефективність діяльності підприємства в цей період, але й стратегічний розвиток на перспективу, без якого неможливе ефективне функціонування в ринковому конкурентному середовищі. Формування стратегії розвитку підприємства дає змогу визначити як підприємство буде функціонувати на ринку та виробити сценарії із врахуванням умов зовнішнього середовища (розвиненість і вік галузі, кількість конкурентів та їх позиції, характеристика та прибутковість ринку тощо) та внутрішнього середовища (потенціал підприємства, технічне оснащення, якість, ціна, продукція, фінансування, ресурси, персонал тощо), характер їх змін; визначити мету діяльності та оцінити стратегічні конкурентні переваги.

Слово "стратегія" походить від давньогрецьких слів "stratos" – "армія" та "agos" – "я керую". Відповідно, поняття "стратегія" первинно тлумачили як мистецтво або наука ведення воєнних дій. Свідченням цього є давньокитайський трактат про військове мистецтво "Сунь-Цзи", датований V ст. до н.е. [1, с. 23]. На початку 60-х років XX ст. це поняття почало вживатись у сфері управління.

Розробка стратегії розвитку промислового підприємства здійснюється поетапно:

1 етап – усвідомлення місії підприємства. Під місією підприємства прийнято розуміти генеральну глобальну ціль (причину, мотив) створення та функціонування підприємства (з точки зору його власників).

2 етап – вивчення стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність підприємства.

3 етап – оцінка сильних та слабких сторін діяльності підприємства (комплексний аналіз ефективності господарської діяльності, оцінка конкурентоспроможності підприємства, визначення конкурентного статусу).

4 етап – формування системи стратегічних цілей розвитку підприємства. Процес формування цілей складається з двох взаємопов'язаних етапів роботи: якісного визначення цілей (наприклад, завоювання ринку, досягнення достатнього збільшення прибутку для фінансування діяльності підприємства або входження в нові сфери та ін.); уточнення, узгодження, конкретизації та кількісного визначення поставлених цілей у вигляді системи найважливіших показників господарської діяльності, яких прагне досягти підприємство у визначений період часу.

5 етап – розробка стратегічних альтернатив розвитку підприємства та їх оцінка (вибір).

Оцінка розроблених стратегічних альтернатив та вибір найбільш доцільної для реалізації проводиться за наступними основними параметрами: узгодженість стратегії із зовнішнім середовищем; внутрішня збалансованість стратегії; реалізованість стратегії з урахуванням наявного ресурсного потенціалу підприємства; прийнятність рівня ризиків, пов'язаних із здійсненням стратегії; результативність стратегії.

6 етап – здійснення заходів, що спрямовані на реалізацію розробленої стратегії розвитку підприємства: розробка системи забезпечуючих (функціональних) стратегій; формування політики підприємства за окремими найважливішими напрямками діяльності; розробка системи тактичних планів ведення господарсько-фінансової діяльності.

7 етап – моніторинг ходу реалізації стратегії та оцінка необхідності її коригування.

Стратегія має формуватися на засадах комплексного оцінювання діяльності

підприємства.

Література: 1. Александров І. О. Фінансова стратегія підприємства / І. О. Александров, Н. О. Подлужна // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Донецьк: ДонНТУ, 2003. – № 59. – С. 121–128. 2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання / В. Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 360 с.