

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338

Бойчук Н.Я.*старший викладач кафедри економіки і підприємництва
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах дійсності для підвищення ефективності виробництва та економічного зростання підприємство має потребу у створенні гнучкої системи реагування на зовнішні і внутрішні загрози розвитку бізнесу. Одним із найкращих методів впливу на діяльність підприємства є правильно обраний комплекс дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей, тобто стратегія діяльності підприємства, завдяки якій можливо окреслити конкретні задачі, визначити умови діяльності та досягти очікуваних результатів. У статті розглядаються джерела виникнення доходу, виявлено напрями підвищення доходності діяльності, проаналізовано можливі стратегії розвитку підприємства, завдяки яким підвищиться конкурентоздатність та зросте ефективність діяльності підприємства.

Ключові слова: ринок, стратегія розвитку, ефективність діяльності, господарські стратегії, напрям підвищення доходності, мінімізація витрат, максимізація прибутку, довгострокова перспектива.

Бойчук Н.Я. ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях действительности для повышения эффективности производства и экономического роста предприятие нуждается в создании гибкой системы реагирования на внешние и внутренние угрозы развития бизнеса. Одним из лучших методов воздействия на деятельность предприятия является правильно выбранный комплекс действий, направленных на достижение поставленных целей, то есть стратегия деятельности предприятия, благодаря которой возможно определить конкретные задачи, условия деятельности и достичь ожидаемых результатов. В статье рассматриваются источники возникновения дохода, выявлены направления повышения доходности деятельности, проанализированы возможные стратегии развития предприятия, благодаря которым повысится конкурентоспособность и возрастет эффективность деятельности предприятия.

Ключевые слова: рынок, стратегия развития, эффективность деятельности, хозяйственные стратегии, направления повышения доходности, минимизация затрат, максимизация прибыли, долгосрочная перспектива.

Boychuk N.Y. THE IMPACT OF DEVELOPMENT STRATEGIES ON THE EFFECTIVENESS OF THE COMPANY

In terms of reality, to improve production efficiency and economic growth company needs to create flexible response to external and internal threats to business development. One of the best methods to influence the activity of the company is properly selected set of actions aimed at achieving the goals that the strategy of the company, through which may define specific tasks, define conditions and achieve the expected results. In the current study examined sources of income identified areas of improvement of profitability, analyzed the possible development strategy, through which will increase competitiveness and increase efficiency of the enterprise.

Keywords: market, strategy development, performance of, business strategy, the direction of increasing profitability, minimize costs, maximize profits, long-term perspective.

Постановка проблеми. Забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємств є одним із ключових завдань для вирішення проблем, які існують в економіці. Останнім часом багато вітчизняних підприємств утратили свої позиції на ринку, що не кращим чином позначається на вітчизняній економіці. Це вимагає детального та ґрунтовного аналізу діяльності підприємств та знаходження шляхів виходу із кризової ситуації. Дохід є одним з основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства. Виявлення та аналіз напрямів підвищення доходу підприємств дасть змогу правильно оцінити ефективність його діяльності, яка необхідна для визначення перспектив розвитку та майбутнього успішного функціонування підприємства. Зміни, які відбуваються в політичному та економічному житті суспільства, не дають можливості підприємствам досягти значних результатів господарювання. Для вирішення цих проблем необхідним та доцільним є вибір такої стратегії розвитку підприємства, яка дасть змогу підвищити ефективність діяльності та активізувати розвиток підприємства. Основним завданням діяльності підприємств в умовах ринкової економіки є підвищення ефективності виробництва [1, с. 18], саме тому вибір стратегії розвитку

підприємства та визначення її впливу на ефективність діяльності набувають особливого значення та актуальності. Підприємству, яке планує тривалий час знаходитися на ринку, бути конкурентоздатним, отримувати значний дохід або прибуток, необхідно сконцентрувати свою увагу на виборі правильної стратегії розвитку, постійно вдосконалювати її відповідно до нових завдань та з урахуванням потреб підприємства, які виникають у мінливому зовнішньому середовищі.

Відповідно до підходів учених, які займаються даною проблематикою, всі виникаючі зміни можна передбачити, а процеси, що відбуваються в середовищі, мають обумовлений характер і піддаються контролю та управлінню. Тобто стратегія – це конкретний довгостроковий план досягнення певної мети, а формування стратегії – це процес знаходження певної мети і складання довгострокового плану здійснення [2, с. 185]. У реальних умовах важливо правильно поєднати сформовану й існуючу стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем підвищення ефективності діяльності підприємств, аналізу стратегій розвитку присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних учених. Найбільш відомими є праці таких учених, як

Д. Абель, Р. Акофф, Ю. Бриггем, П. Друкер, Ф. Котлер, Г. Мінцберг, М. Портер, Т. Левіт. Вагомий внесок у висвітлення окремих питань зробили вчені-економісти М.М. Алексєєва, В.Е. Губін, О.В. Губіна, Л.А. Лахтіонова, О.О. Пересада, Ю.І. Смирнов, П.М. Сухарев, І.М. Лемешівський, Д.С. Нардин, О.М. Ястремська та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на те що формуванню стратегії присвячено дуже багато праць, потреба в конкретних розробках та можливості застосування в ситуаціях, які виникають на підприємстві, залишається. Визначення напрямів підвищення доходності діяльності, розроблена стратегія розвитку на довгострокову перспективу дасть змогу підприємству обрати правильний шлях розвитку, що забезпечить конкурентоздатність та підвищить ефективність діяльності.

Дані проблемні питання вчені-економісти висвітлювали неодноразово, але у зв'язку з постійними змінами, які відбуваються в законодавстві, економіці, політичному житті суспільства та мають суттєвий вплив на внутрішнє та зовнішнє середовище підприємств, завжди залишаються питання, які потребують детального аналізу та своєчасного вирішення. Питання підвищення ефективності діяльності підприємства залежно від обраної стратегії розвитку потребує подальшого дослідження.

Мета статті полягає в аналізі стратегій розвитку та дослідженні їх впливу на ефективність діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У виробничому процесі для отримання результатів виробництва необхідно ефективно використовувати виробничі фактори в поєднанні з певною технологією. Виробничими факторами виступають робоча сила (праця людей), капітал, до якого можна віднести засоби праці та предмети праці, природні ресурси (земля) та підприємницькі здібності керівників та управлінців. За ефективного застосування виробничих факторів можуть бути отримані значні результати виробництва, до яких можна віднести обсяг валової продукції, сукупний дохід, прибуток, рентабельність виробництва. Всі вони по-різному характеризують ефективність процесу виробництва, але є важливими показниками для відображення діяльності підприємства, необхідні для аналізу та швидкого реагування управлінців під час прийняття конкретних рішень та виконання необхідних дій, тобто на ефективність діяльності підприємства впливають фактори виробництва та результати виробництва. Для підвищення результатів виробництва необхідно аналізувати показники виробничої діяльності та знаходити резерви для збільшення обсягів продукції, валового доходу, прибутку. Для досягнення поставлених ефективних цілей та отримання бажаних результатів, пов'язаних зі збільшенням обсягів реалізації продукції, покращання ефективності використання ресурсів, завоювання або відстоювання свого місця на даному ринку, для підвищення ефективності діяльності, зростання прибутковості та рентабельності, керівництву підприємства необхідно формувати правильну стратегію розвитку на довгострокову перспективу. Вибір стратегії залежить від численних зовнішніх та внутрішніх факторів. Правильне визначення цих факторів, чіткі дії працівників та керівництва підприємства допоможуть досягти поставлених цілей та значних результатів у довгостроковому періоді розвитку.

На ефективність діяльності підприємства значний вплив має збільшення обсягу продукції, підвищення

доходності діяльності, зростання рентабельності виробництва. На зростання цих показників суттєвий вплив має правильно обраний напрям діяльності підприємства, який дає змогу досягти поставлених цілей та бажаних результатів, тобто стратегія розвитку. Ефективність діяльності підприємства оцінюється за допомогою фінансових показників рентабельності або доходності. Отримання доходу – найважливіша умова і мета підприємницької діяльності. Формування кінцевого фінансового результату залежить від оперативності реагування та правильності прийнятого господарського рішення, яке впливає на вибір стратегії діяльності підприємства та дозволяє отримати бажані кінцеві результати.

Дослідження діяльності підприємств свідчить про те, що існує декілька можливих варіантів отримання доходу [3, с. 15]. Перша можливість отримання доходу з'являється в разі монополізації підприємством випуску продукції, яка є унікальною. У цьому разі необхідно враховувати антимонопольну політику держави, появу конкурентів та збільшення витрат підприємства.

Друга можливість залежить від знання економічної ситуації, яка має місце в даний період часу на ринку, вміння і можливості адаптувати під неї розвиток виробництва. У даному разі величина доходу залежить від виробничої спрямованості підприємства з випуску продукції, на яку є значний попит; від конкурентоспроможності продукції та надання сервісних послуг після продажу продукції; від масштабу виробництва (чим більший масштаб виробництва, тим більше продукції виготовляється, реалізується, тим більша величина доходу); від кількості найменуваних продукції і зниження витрат виробництва.

Третя можливість отримання доходу з'являється під час застосування правильної та необхідної для даного підприємства стратегії розвитку, використання якої в довгостроковій перспективі надасть можливість підприємству нарощувати потенціал виробництва та підвищувати доходність діяльності.

Для зростання ефективності роботи підприємства істотне значення має пошук резервів збільшення доходів. Фактори підвищення доходності поділяються на внутрішні і зовнішні [4, с. 51]. Попит та пропозиція, динаміка виробництва та споживання, активність на ринку, рівень цін на ресурси, амортизаційні відрахування, державне регулювання економіки належать до зовнішніх факторів та не залежать від діяльності підприємства, тому в процесі вибору резервів підвищення доходів варто зупинитися на аналізі внутрішніх резервів, до яких належать виробничі та невиробничі. Виробничі визначають наявність та використання ресурсів підприємства, знаходження дієвих способів ефективного поєднання виробничих факторів, створення нової продукції, організаційні та технічні нововведення. Невиробничі визначають постачання сировини, матеріалів, необхідних у процесі діяльності підприємства, збут продукції.

Для досягнення постійного зростання обсягів діяльності підприємству необхідно формувати власну стратегію розвитку. Дослідження та формування стратегії поведінки підприємства на галузевих ринках в умовах конкуренції є необхідним для підвищення ефективності управління економічною діяльністю підприємства. Завдяки цьому досягаються поставлені цілі, які допомагають підприємству покращити фінансові результати діяльності та стати конкурентоздатним.

Стратегія підприємства – це розрахована на перспективу система заходів, яка забезпечує досягнення конкретних поставлених підприємством цілей [5, с. 120]. Фактори, що формують стратегію, поділяються на зовнішні та внутрішні. Стан економіки, соціальні та політичні процеси, державне регулювання, привабливість галузі та умови конкуренції, можливі загрози та особливості функціонування підприємства – усе це формує зовнішні фактори. До внутрішніх факторів відносяться сильні і слабкі сторони організації, її здатність конкурувати з іншими фірмами, особисті інтереси й управлінські можливості керівництва, цілі, задачі, структура підприємства, технологія виробництва. Кожне підприємство, враховуючи масштабність виробництва та специфіку діяльності, кваліфікацію вищого керівництва та інших співробітників, має право й зобов'язане вибрати той підхід до вибору стратегії розвитку, який найбільш адекватно відповідає завданням, які стоять перед конкретним підприємством. Обираючи ту чи іншу стратегію, підприємство повинно усвідомлювати безперервність та комплексність розробки стратегії, орієнтуватися на довгострокові цілі діяльності, економічні інтереси власників, зважати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та пов'язаних із цим чисельних напрямів розвитку.

Для пошуку адекватної стратегії підприємства проводять аналіз основних конкурентів у даній сфері діяльності. Для оцінки стратегічного положення підприємства використовують SPACE-аналіз, який полягає в тому, що для підприємства проводиться оцінка чотирьох груп факторів [6, с. 79]. За допомогою цього комплексного методу оцінюють ситуацію на ринку та обирають стратегію розвитку підприємства.

Під час аналізу фінансового потенціалу оцінюють фондівдачу основних засобів, собівартість та рентабельність продукції, товарообіг, фінансову залежність, можливість виходу з ринку, ризики підприємства. Оцінюючи зовнішнє оточення, роблять акцент на змінах у способі виробництва продукції, інфляційних процесах, політичній та економічній ситуації в країні, доступність виходу на ринок. Під час оцінки конкурентних переваг зважають на якість та вартість продукції, використання конкурентами виробничих потужностей, яку частину ринку займає підприємство. Аналізуючи привабливість галузі (промисловий потенціал підприємства), оцінюють ступінь використання ресурсів, продуктивність праці, розвиток галузі, рівень конкуренції. Оцінивши значення кожного фактору, розраховують середнє значення факторів у середині кожної групи. Різноманітне поєднання перерахованих факторів визначає стратегічну поведінку підприємства.

За агресивної стратегії підприємство отримує конкурентні переваги, які може зберегти і примножити за допомогою умілого використання фінансового потенціалу. Необхідно збільшити зусилля на розвиток продаж, розширення збуту продукції та здійснення інвестицій, покращання використання виробничих можливостей та оновлення основних фондів, удосконалення продукції. У підприємства є можливість освоювати нові ринки для збільшення продаж. Також для збільшення продаж підприємство може знизити ціну на свою продукцію, що може призвести до цінової війни з конкурентами, тому що конкуренти будуть намагатися зберегти свої позиції на ринку. Все це є необхідним для зміцнення конкурентних переваг у перспективі. Під час застосування агресивної стратегії підприємство може стрімко роз-

багатіти та отримувати значні прибутки. А це відбувається, коли ринок прямує в сприятливому для нього напрямі, але якщо ринок змінює цей напрям, то для підприємства можуть настати скрутні часи та банкрутство. Активна стратегія припускає, що підприємство правильно оцінює ситуацію на ринку, прогнозує та оцінює ризики, шукає можливості для таких змін у поведінці, щоб забезпечити зростання ефективності.

Використовуючи конкурентний тип стратегії, підприємство отримує конкурентні переваги у відносно нестабільній ринковій обстановці. Для забезпечення стабільної обстановки необхідним є пошук фінансових ресурсів.

М. Портер виділяє основні конкурентні стратегії:

Стратегія лідерства за витратами. Виробник прагне зменшити собівартість продукції за рахунок зменшення витрат виробництва.

Стратегія диференціації. Передбачається високий рівень цін у зв'язку із диференціацією виробів та послуг для кращого задоволення споживачів.

Стратегія ринкової ніші. Увага виробника сконцентрована на задоволенні потреб конкретних споживачів, які зацікавлені в даній продукції або послугах у зв'язку з високою якістю або низькою ціною [7, с. 38].

Вибір стратегії є досить складним завданням і залежить від можливостей, які має підприємство в даний момент часу на даному ринку. Якщо підприємство обирає стратегію, орієнтовану на зниження витрат, то це означає, що воно не впевнено у своїй діяльності в найближчій перспективі, під час виробництва використовується старе обладнання, не застосовуються новітні технології та наукові новації, недостатньо кваліфіковані працівники та управлінці. Якщо під час виготовлення продукції використовуються новітнє обладнання, якісні ресурси та матеріали, висококваліфікована праця, високий рівень управління, власні конструкторські розробки, тобто підприємство виготовляє унікальну продукцію, аналогів якої немає на ринку, то воно може тривалий час залишатися на ринку та отримувати високі прибутки. Конкурентам необхідно докласти значних зусиль для того, щоб наздогнати та випередити дане підприємство, а для цього необхідно мати час та фінансові ресурси. Унікальність товару, висока якість продукції, гарна репутація підприємства, постійна клієнтура забезпечать збут продукції та зростання доходності підприємства.

Конкурентна стратегія – це ефективна модель розвитку в умовах обмеженості ресурсів та жорсткої конкуренції. За допомогою правильно визначених стратегічних цілей та способів їх досягнення дає змогу визначити довгострокові конкурентні переваги та забезпечити стійке підвищення конкурентоздатності. Все це є необхідним складником підвищення ефективності виробництва.

За консервативної стратегії зусилля концентруються на стабілізації фінансових ресурсів. Важливим фактором є конкурентоздатність продукції. Дії підприємства спрямовані на підвищення якості продукції, зниження її собівартості, скорочення виробництва і вихід на більш перспективні ринки. Рентабельність виробництва залишається незмінною або навіть зменшується. Підприємство із запізненням застосовує нову техніку та технології та не застосовує передові практики. У такому разі конкуренти, які готові до будь-яких дій та змін, використовують агресивну стратегію і будуть мати переваги над цією фірмою. Але, незважаючи на поведінку конкурентів, ризики підприємства, фінансову залежність, під час

використання даної стратегії підприємство частіше за все перемагає.

За оборонного (захисного) типу стратегії ринкова позиція підприємства є задовільною, але продукція недостатньо конкурентоздатна, не вистачає фінансових коштів для проведення наступальної стратегії. Особливу увагу необхідно приділяти механізмам знешкодження погроз та в критичній ситуації виходити з ринку. Для успішного застосування даної стратегії підприємство повинно мати хорошу технічну базу та кваліфікованих спеціалістів, а також гарні позиції на ринку. Для підвищення доходності діяльності особливу увагу необхідно приділяти науково-технічному прогресу та використовувати у виробництві наукові досягнення та винаходи.

Із позиції ефективності виробництва на особливу увагу заслуговує господарська стратегія [8, с. 158]. На її вибір впливають внутрішні чинники, до яких відносяться виробничі та фінансові можливості підприємства, та зовнішні: форми конкуренції, інфляція, економічна політика уряду та порівняльні переваги національної економіки на міжнародному ринку.

Господарські стратегії поділяються на стратегії першого та другого типів. Стратегії першого типу спрямовані на отримання прибутку, стабілізації фінансового стану та підвищенні конкурентоспроможності в довгостроковому періоді. До них відносяться: мінімізація витрат виробництва, збільшення частки ринку збуту, на якому підприємство проводить свою діяльність, інноваційне програмування науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок. Під час застосування даного типу стратегій зростання прибутку можливе за рахунок економії на розмірах виробництва, використанні потужного обладнання, зменшенні затрат праці. Створюючи та застосовуючи прогресивні та новітні технології, розробляючи унікальну високоякісну продукцію, підвищуючи рівень обслуговування споживачів, зменшуючи витрати на реалізацію продукції, підприємство може досягти вагомих конкурентних переваг, що суттєво позначиться на ефективності діяльності.

Стратегії другого типу спрямовані на стабілізацію та оптимізацію фінансового стану та отримання максимального прибутку в короткостроковому періоді діяльності підприємства. Дані стратегії поділяються на стратегію штучного завищення витрат виробництва та перекладання їх зростання на споживача, імітування програмування НДДКР, стратегію управління інвестиційним портфелем. Відсутність внутрішньогалузевої цінової конкуренції, яка може бути зумовлена введенням високих тарифів на імпорту готової продукції, зростанням цін на сировину і матеріали, коригування відпускних цін за незмінного рівня ефективності виробництва призводить до підвищення витрат виробництва, що впливає на зростання цін для споживачів, що може викликати падіння попиту на продукцію на зменшення обсягів продажу. Зважаючи на зростаючі темпи інфляції, швидке знецінення капіталовкладень (або навіть їх відсутність), відсутність ресурсозберігаючих технологій негативно впливають на можливість отримання прибутку під час застосування даної стратегії.

Зростання ефективності виробництва не буде спостерігатися і за імітаційного програмування НДДКР. Тимчасовий економічний результат під час застосування цієї стратегії досягається за рахунок зовнішніх змін продукції. Забезпечення конкурентоспроможності та отримання прибутку можливе лише в короткостроковому періоді діяльності підприємства.

Незначний вплив на покращання ефективності діяльності спостерігається під час застосування стратегії управління портфелем інвестицій. Проведення дій із цінними паперами, які мають місце на фондовому ринку, купівля та продаж підприємств та їх активів тимчасово покращують фінансовий стан підприємства та фінансово задовольняють власників акцій, які прагнуть отримати високі дивіденди і при цьому не зацікавлені в зростанні вартості цінних паперів підприємства, природі інвестицій, які в подальшому могли б бути застосовані у виробництві для модернізації обладнання, застосуванні ресурсозберігаючих та енергоефективних технологій, покращанні і стабілізації діяльності підприємства.

Єдиною стратегією для успішного функціонування підприємства не існує. Досвід та практика ведення бізнесу показують, що високі показники діяльності підприємства можливі за поєднання різних стратегічних підходів.

Перспективним стратегічним напрямом є господарська стратегія першого типу, яка включає в себе мінімізацію витрат виробництва. У рамках цієї стратегії підприємство має за мету налагодження мало-затратного виробництва товарів. Використовуючи в процесі виробництва власні технології, маючи можливість доступу до дешевих ресурсів, підвищити ефективність діяльності можна за рахунок масштабності виробництва. Якщо підприємство правильно оцінює всі ризики знаходження на ринку та існуючих конкурентів, є можливість підвищити ефективність діяльності, застосовуючи агресивну стратегію. Під час використання агресивної стратегії у поєднанні з мінімізацією витрат підприємство буде отримувати високі прибутки навіть за цін одного рівня із цінами конкурентів або навіть за більш низьких, ніж у конкурентів [7, с. 536, 542].

Таким чином, обрана стратегія та напрям діяльності позитивно вплинуть на діяльність підприємства. Конкурентоздатність підприємства зростає у зв'язку з можливим захопленням значної частки ринку. У зв'язку із доступом до дешевих виробничих ресурсів та масштабності діяльності знизиться собівартість продукції, ціна продажу для споживача, що спричинить збільшення попиту на продукцію, зростання обсягів продажів і, як наслідок, призведе до зростання рентабельності виробництва. Інвестування коштів у нові виробничі потужності, новітні технології посилять стійкість позиції підприємства, вплине на підвищення доходності діяльності та виправдає витрати на їх створення. Зростає рентабельність інвестованого капіталу з точки зору забезпечення власним капіталом. Відбудеться збільшення грошових надходжень за рахунок отримання прибутків від операційної діяльності у довгостроковій перспективі.

Висновки. У складних ринкових умовах для покращання економічної ситуації в країні існує необхідність підвищення ефективності діяльності підприємств. Для цього необхідно знаходити дієві методи, механізми, напрями підвищення доходності підприємства. А це можливо, коли підприємство правильно оцінює ринкову ситуацію, швидко реагує на зміни внутрішнього середовища та пристосовується до змін у зовнішньому оточенні. Все це є можливим у випадку чітко визначених цілей, прагнення їх досягнення, та правильно обраній стратегії розвитку підприємства. Аналізуючи доходність діяльності підприємства, треба обов'язково оцінювати сильні та слабкі сторони та виокремлювати найбільш очевидні напрями для покращання стану підприємства на ринку, підвищення його доходності та стабільності. Проблеми,

які виникають у процесі діяльності будь-якого підприємства, необхідно вчасно виявляти та детально аналізувати. Своєчасне усунення проблем допоможе підвищити доходність діяльності, а застосування ефективного напрямку, який може позитивно вплинути на подальший розвиток підприємства, надасть можливість підприємству стати конкурентоздатним та бути успішним протягом багатьох років.

Одним із важливих завдань даного дослідження було знаходження напрямів підвищення ефективності діяльності. Існують багато ефективних напрямів для підвищення доходності, рентабельності та прибутковості виробництва, але одним із найкращих методів впливу на діяльність підприємства є чітко сформульовані орієнтири та правильно обраний комплекс дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей, тобто стратегія діяльності підприємства, завдяки якій можливо окреслити конкретні задачі, визначити умови діяльності та досягти очікуваних результатів. Підприємство, використовуючи знання та накопичений досвід, залучаючи до роботи досвідчених менеджерів, повинно розглянути чисельну кількість стратегічних підходів, які вже існують, і залежно від конкретних умов діяльності самостійно визначитися з конкретною та необхідною стратегією.

Враховуючи кризовий стан економіки, аналізуючи переваги та недоліки розглянутих стратегій розвитку, оцінюючи їх вплив на ефективність діяльності підприємства, можна надати наступні рекомендації підприємствам та галузям. Однієї стратегії ведення бізнесу не існує. Доцільними для використання і необхідними для розвитку підприємств є всі розглянуті стратегії. Оцінюючи ефективність господарювання, варто звернути увагу на агресивну стратегію дій. Агресивна стратегія – це не ринкова стратегія, а стиль життя, манера ведення бізнесу, коли цілі підприємства чітко визначені, детально проаналізована діяльність підприємства, проаналізовані всі ризики та загрози, відомі конкуренти. Залишається лише обрати необхідний темп та спрямувати свої зусилля для оволодіння більшою часткою ринку, збільшити кількість споживачів продукції підприємства та досягти бажаних результатів. Якщо підприємство планує збільшити ринок збуту продукції, застосувати у своїй діяльності інноваційні методи та тех-

нології, виготовляти та реалізовувати унікальну продукцію, необхідно використовувати стратегію зниження витрат.

Підприємству, яке планує бути успішним та конкурентоздатним, прибутковим та рентабельним, збільшувати обсяги продажу, впливати на ринкову ситуацію, бути дієздатним та виживати в конкурентній боротьбі, необхідно розробляти стратегію розвитку на довгострокову перспективу. У даному дослідженні було вдосконалено поняття «стратегія розвитку»: це чітко сформульована та правильно сформована система заходів на певний період часу для забезпечення досягнення поставлених ефективних цілей, довгострокового успішного збуту й економічного зростання, зорієнтована на зовнішні та внутрішні зміни в оточуючому середовищі та забезпечує адаптацію підприємства до мінливого зовнішнього середовища.

Стабільність функціонування підприємств, покращання результатів їх діяльності є основою для забезпечення економічного зростання країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасимчук В.Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність : [навч. посіб.] / В.Г. Герасимчук. – К. : Вища шк., 2002. – 36 с.
2. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия : [учеб. пособ.] / И.А. Бланк. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 720 с.
3. Білоус О.Г., Панченко Є.Г. Менеджмент: конкурентоздатність і ефективність : [підручник] / О.Г. Білоус, Є.Г. Панченко. – К. : Знання, 2002. – 67 с.
4. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / К.В. Ізмайлова ; 2-ге вид., стереотип. – К. : МАУП, 2001. – 152 с.
5. Клівець П.Г. Стратегія підприємства : [навч. посіб.] / П.Г. Клівець. – К. : Академвидав, 2007. – 320 с.
6. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент : [учеб. пособ.] / Д.В. Арутюнова. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
7. Конкурентные стратегии по М. Портеру // Маркетинговые стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketopedia.ru/strategy/>.
8. Наливайко А.П. Теоретичні засади стратегії підприємства : [підручник] / А.П. Наливайко. – К. : Вища шк., 2002. – 372 с.
9. Мізюк Б.М. Стратегічне управління : [підручник] / Б.М. Мізюк ; 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів : Магнолія плюс, 2006. – 392 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с.