

Пономаренко С. І., к.е.н., доцент,
Новицька О. М., здобувачка вищої освіти 4 курсу, група ПМ-171
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Становлення та розвиток ринкових умов господарювання зумовлюють зміну місця і ролі підприємства в системі економічних відносин. Хід суспільного виробництва в цілому, успіхи економічного і соціального розвитку країни стали залежати від підсумків діяльності окремих підприємств. Такий перехід певним чином впливає на організаційні структури підприємства та форми взаємодії учасників відтворювального процесу, вони приймають новий вигляд.

Ефективність економіки України безпосередньо пов'язана з управлінням стратегічним розвитком підприємств. Турбулентність економічних процесів, що виникають у внутрішньому і зовнішньому середовищі, ускладнює діяльність вітчизняних підприємств і знижує її результативність [3, с. 344].

З метою досягнення безперервного зростання обсягів діяльності підприємство повинно формувати власну стратегію розвитку.

Стратегія підприємства - це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення [2, с. 176].

Отже, стратегію розвитку підприємства можна охарактеризувати як довгостроковий гнучкий план дій інноваційного спрямування з відповідним рівнем ризику, який базується на детальному аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, залежить від людських чинників та потребує інвестицій для досягнення ефективних результатів, підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства [1, с. 347].

Основними елементами стратегічного управління є підприємство та зовнішнє середовище. Підприємство, яке є складовою частиною зовнішнього середовища, для забезпечення ефективної діяльності повинне вміти адаптуватися до наявних та можливих змін зовнішнього середовища. Зовнішньому середовищу, яке є динамічною системою, властиві постійні зміни. Підприємство як складова частина даної схеми повинне завжди оперативно реагувати на такі зміни. Саме тому успіху можуть досягнути не ті підприємства, які здатні сформулювати вдалу стратегію, а ті, які здатні вчасно адаптувати її згідно із змінами та враховувати ризику [4, с. 100].

Основні характеристики, які відображають сутність стратегії розвитку підприємства представлено на рис. 1.



Рисунок 1 - основні характеристики, які відображають сутність стратегії розвитку підприємства [1, с. 349].

На практиці підприємства застосовують так звані базисні, або еталонні, стратегії розвитку бізнесу:

- стратегії концентрованого зростання, що пов'язані зі зміною продукту і (чи) ринку;
- стратегії інтегрованого зростання;
- стратегії диверсифікованого зростання;
- стратегії скорочення [2, с. 176].

Використовуючи стратегію концентрованого зростання підприємство намагається поліпшити існуючий або виробляти новий продукт, не змінюючи галузі. Підприємство

також веде пошук можливостей для того, щоб поліпшити своє становище на наявному ринку або ж для переходу на новий ринок.

Стратегії інтегрованого зростання пов'язані з розширенням підприємства через додавання нових структур. Підприємству доцільно використовувати цю стратегію, коли воно перебуває в сильному бізнесі, але не може здійснювати стратегії концентрованого зростання. Водночас інтегроване зростання не суперечить довгостроковим цілям підприємства. Підприємство може здійснювати інтегроване зростання шляхом придбання власності або розширення зсередини. Водночас в обох випадках змінюється положення.

Стратегія диверсифікованого зростання реалізується тоді, коли підприємство далі не може розвиватися на цьому ринку із цим продуктом у рамках цієї галузі. Як правило, основні фактори, що впливають на вибір стратегії диверсифікованого зростання, такі:

- ринки знаходяться в стані насичення або ж скорочення попиту на продукт, який перебуває в стадії занепаду;
- поточний бізнес потребує значних грошових надходжень, що можуть бути вкладені в більш прибутковий;
- новий бізнес може викликати ефект синергії за рахунок ефективного використання устаткування, комплектуючих виробів, сировини тощо;

- антимонопольне законодавство не дає можливості розширювати бізнес у рамках галузі;
- скорочення податкових витрат;
- полегшення виходу на світові ринки;
- залучення нових кваліфікованих службовців або ефективного використання потенціалу наявних менеджерів.

Стратегію скорочення використовують для цілеспрямованого згорання виробництва. На практиці підприємство може одночасно реалізовувати кілька стратегій [2, с. 177].

Таким чином, за постійного зростання швидкості ринкових змін уміння володіти часом є особливо актуальним. Швидкість, з якою підприємства пристосовуються до змін, модифікують свою діяльність, є значущим стратегічним конкурентним фактором, завдяки якому можна досягти переваг за багатьма стратегічно важливими показниками. Підприємства можуть одночасно здійснювати не одну, а декілька стратегій. Так, багатогалузеві компанії для одного виду товару можуть розробити стратегію глибокого проникнення на ринок (завоювання кращих позицій на даному ринку), для іншого вибрати стратегію розвитку ринку (вихід на освоєний ринок з новим продуктом) і т.д. Завдання керівництва полягає в тому, щоб при виборі стратегії всебічно врахувати конкретні умови і цілі бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. Економіка і суспільство. 2018. № 8. С. 346-352.
2. Гура О. Л., Бобівський В. А. Стратегія розвитку підприємств в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 175–181.
3. Гуржій Н.М. Особливості сучасних підходів до стратегічного управління розвитком підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. №14. С.344 - 347.
4. Єпіфанова І. Ю. Дзюбка М. Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах. Вісник ОНУ ім. Т.Г. Шевченка. 2017. Вип. 2 (55). С. 99-102.

Швець В. О., здобувачка вищої освіти 2 курсу, група ПУА-191

Науковий керівник – **Лашук О. С.**, к.держ.упр.

Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ

Обґрунтована молодіжна політика – це політика, яка формується на основі достовірних даних (статистичних, емпіричних, психологічних, маркетингових тощо) щодо становища молоді, її проблем і прагнень у конкретних містах і селах [1].

Формування молодіжної політики та організація молодіжної роботи на рівні громади передбачає врахування всіх наявних ресурсів та налагодження взаємодії спеціалістів різних сфер діяльності (освіти, культури, соціального захисту тощо), залучення до співпраці представників громадського сектору і бізнесу [2].

Метою дослідження було отримання даних про те, наскільки молодь бере участь в реалізації державної молодіжної політики, діяльності громадських і політичних об'єднань,