УДК 658.012.23

ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Студ. С.О. Зікій, гр. БПТТ 14
Науковий керівник проф. Ареф'єв С.О.
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Визначити складові та особливості формування стратегічного набору підприємства, які можуть стати передумовою його сталого розвитку. Для досягнення мети дослідження сформульовані наступні завдання. Проаналізувати поняття стратегічний набір як складової асортиментної політики. Обґрунтувати характеристики та особливості стратегічного набору підприємства, які визначають його місце на ринку та впливають на вибір необхідної стратегії.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процес визначення складових та особливостей формування стратегічного набору підприємства в сучасних умовах господарювання. Предметом дослідження є обґрунтування зв'язків між інтересами учасників та необхідністю впровадження стратегій промисловими підприємствами.

Методи та засоби дослідження. Для досягнення поставленої мети використовуються загальноекономічні методи.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Набуло подальшого розвитку дослідження заявленої в темі роботи та меті.

Результати дослідження..Промислові підприємства функціонують у нестабільному середовищі, що вимагає від них прогнозувати тенденції ринку та формувати стратегії. Це особливо важливо стає при обмеженості інформації для прийняття управлінських рішень. Вибір цільової функції має ґрунтуватись на закономірностях економічного зростання та обмеженості оптимізації організаційних змін. Підприємство як цілісна соціально-економічна система самостійно забезпечує свій розвиток та виробничу діяльність ресурсами. Тому, стратегічний набір повинен відповідати таким основним вимогам: орієнтування на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей; ясність змісту та розуміння необхідності застосування певного набору (системи) стратегій; ієрархічний характер, оскільки можна відокремити загальну стратегію, продуктово-товарні стратегії окремих підрозділів; надійність, що передбачає його всебічну обґрунтованість, зваженість; відображення господарських процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку; гнучкість і динамічність; баланс рівноваги між прибутковими та витратними стратегіями, основними та компенсаційними, резервними [1].

Єдність структурних та функціональних елементів підприємства в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва вимагає нівелювати можливість появи «сліпих» зон, які не дозволяють досягти загальних цілей. Тому, аналіз «сліпих» зон заснований на тому, що стратегічний успіх залежить від проведення правильного дослідження та прийняття правильних рішень, які дозволять фірмі добре робити правильні речі [3] .

Розуміючи під стратегічним набором систему стратегій певного спрямування та функціонального навантаження, що відображають специфіку функціонування і розвитку підприємства. Він формується на певний відрізок часу та ґрунтується на аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища. Оскільки, стратегічний набір має певні характеристики, то до нього ставляться такі вимоги: орієнтація на досягнення реальних взаємозв'язаних цілей; ієрархічний характер; гнучкість і динамічність

стратегічного набору; збалансованість між прибутковими і ресурсомісткими стратегіями; їхня відповідність у рангу конкурентоспроможності; забезпечувати платоспроможність та ліквідність підприємства; можливості підвищення кваліфікації персоналу.

З метою отримання переваг від наявності стратегічного набору його необхідно сформувати згідно з наступними принципами: 1. Актуальність характеризує своєчасність сформованого стратегічного набору з огляду на вимоги ринку. 2. Ієрархічність підтверджує необхідність побудови взаємопов'язаних стратегій на всіх рівнях управління. 3. Узгодженість проявляється в тому, що основою для формування стратегічного набору є сукупність цілей підприємства, структуризація і ранжування яких забезпечує розподіл стратегічних ресурсів та відповідальності за їх використання серед окремих рівнів управління. 4. Обґрунтованість забезпечує відповідність цілей підприємства його можливостям (потенціалу). 5. Гнучкість і динамічність передбачає можливість і необхідність врахування змін в усіх елементах процесу стратегічного управління (суб'єкти і об'єкти управління, зовнішнє і внутрішнє середовище) у процесі формування стратегічного набору підприємства [2].

При формуванні стратегічного набору необхідно забезпечити інтереси курівництва та співробітників підприємства; узгодити стадії життєвого циклу стратегічних бізнес-одиниць; запропоновані економічні результати діяльності підприємства із запланованим використанням ресурсів; оптимізувати вартість капіталу при здійсненні перетворень та впровадження стратегій; раціональне використання ресурсів, які знаходяться у розпорядженні підприємства.

Висновки. Процес формування стратегічного набору промислового підприємства включає певну кількість взаємопов'язаних стратегій, завдяки яким воно підтримує свій конкурентний статус, забезпечує гармонізацію із зовнішнім середовищем, створює передумови найбільш повного використання наявних ресурсів. Наведені принципи формування стратегічного набору дозволяють адекватно зо складових зовнішнього середовища сформувати перспективні напрями бізнесу та повніше задовольнити потреби споживачів. Вчасно сформований стратегічний набір дозволить забезпечти також максимальну вартість підприємства на підставі узгодження причинно-наслідкові зв'язки між обраною підприємством стратегією розвитку та його складовими й ресурсною базою.

Ключові слова. *трategічний набір, конкурентоспроможність, стратегія, ресурси, діяльність.*

ЛІТЕРАТУРА

1. Дикань В.Л. Стратегічне управління /В.Л. Дикань. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1329030554052/menedzhment/strategichniy_nabir.

2. Ревенко О.В. Особливості формування стратегічного набору підприємства // Матеріали третьої міжнародної науково-практичної конференції «АЛЬЯНС НАУК: ученый – ученому», 2007 // www.confcontact.com.

3. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://booksshare. net /index. php?id1=4&category= economics&author=flyaysherk&book=2005&page=87