УДК 330

Балабан, О.Т.
студентка 2 курсу освітнього рівня бакалавр
спеціальність «Міжнародні економічні відносини»
Національний університет «Львівська політехніка»
Лакіза В. В., к.е.н., доц. каф. ММП
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРАТЕГІЯ

У ринковій економіці підприємство постійно змушене пристосовуватися до зростаючої нестабільності зовнішнього середовища і в першу чергу боротися з конкурентами, що випускають аналогічну продукцію. Це об'єктивно вимагає, щоб кожне підприємство виробляло і шукало свій шлях розвитку відповідно до вимог ринку, тобто щоб бути фінансово стійким, потрібно рости, вишукувати нові форми застосування капіталу, нові економічно ефективні технології виробництва, нові форми доведення продукції до ринку. Стратегія являє собою сукупність перспективних планів і завдань, які необхідно виконати, щоб досягти поставлених цілей. А в кожного поважаючого себе підприємства головна ціль – забезпечити потреби споживачів, тим самим - отримати прибуток. Таким чином, реалізація стратегії може забезпечити постійне посилення економічної потужності підприємства, підвищення конкурентоспроможності вироблених ним товарів і надаваних послуг не тільки в межах країни але й за кордоном [2].

Україна як європейська країна, активно розвиває власну економіку. За даними Держстату, економіка України за 9 місяців 2021 року продемонструвала лише 2,2% річного зростання, що не компенсує минулорічного падіння (-4%) [1]. Проте банківська система залишається стабільною, достатньо капіталізованою, ліквідною та прибутковою. У 2021 році успішно продовжено

реалізацію ініціативи Президента України щодо стимулювання кредитування малого та мікробізнесу шляхом впровадження програми компенсації частини відсоткової ставки за банківськими кредитами, а також надання пакетних гарантій під нові інвестиційні проекти. Прибуток банківської системи за 11 місяців 2021 року становив майже 66 млрд гривень, збільшившись у 1,5 рази порівняно з відповідним періодом минулого року [1]. Значна частина цього прибутку отримана державними банками і в подальшому трансформується в податкові та інші доходи державного бюджету. Також Україна активно експортує товари в інші країни.

Так як на початку 2020 р. мільйони людей залишилися вдома, щоби стримати поширення вірусу, цифрові канали набули ще більшої найпопулярності та стали ледве чи не єдиною альтернативою переповненим магазинам і особистим покупкам. У червні 2020 р. глобальний обсяг роздрібної електронної торгівлі становив рекордні 22 млрд. відвідувань щомісяця, при цьому найвищим був попит на повсякденні товари, такі як продукти харчування, одяг та роздрібні технічні товари [4].

В системі управління підприємством існує кілька принципів, дотримуючись яких можна не тільки підтримувати діяльність на відповідному рівні, але й неухильно розвиватись, перш за все за рахунок розробки та впровадження стратегій розвитку. При виборі стратегії вирішальним фактором є її ефективність. В якості результату від реалізації стратегії може виступати показник: економічного ефекту (зростання маси і норми прибутку, чистого прибутку, термін окупності інвестицій, обсяг продажів); соціального ефекту (поліпшення умов праці, його привабливості, розвиток культури та освіти); технічного ефекту (підвищення якості та конкурентоспроможності продукції); екологічного ефекту (зниження ступеня забруднення навколишнього середовища, комплексність використання природних ресурсів)[2].

На мою думку, більш привабливою для підприємства може бути наступальна стратегія, або стратегія прориву, метою якої є завоювання певної

частки ринку. Ця стратегія, заснована на досягненнях науково-технічного прогресу, дозволяє зайняти лідируючі позиції на ринку або в галузі, але вона вимагає значних інвестицій і має високий ступінь ризику, проте в разі успіху окупаються всі витрати і підприємство може отримати високий прибуток.

Оборонна стратегія, або стратегія виживання, використовується підприємством, яке хоче зберегти власні позиції на ринку. Ця стратегія вибирається, якщо підприємство задоволено своєю часткою ринку або у нього недостатньо коштів для проведення активної наступальної стратегії. Проте в даному випадку необхідно особливо уважно стежити за конкурентами, які можуть підірвати його позиції, застосувавши наступальну стратегію.

Стратегію скорочення і зміни видів бізнесу підприємство змушене застосовувати, коли необхідна перегрупування сил після тривалого періоду зростання або у зв'язку зі структурною перебудовою, що викликає глобальні зміни в економіці.

Найцікавіше, що підприємства можуть одночасно здійснювати не одну, а кілька 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, не тільки в Україні але й за її межами.

Література

1. Офіційний сайт, Державна служба статистика України, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: < http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Офіційний сайт, *Вікіпедія, Стратегія розвитку підприємства* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Стратегія розвитку підприємства, Сутність стратегії підприємства - Економіка підприємства - Підручники для студентів онлайн (stud.com.ua)

3. Офіційний сайт, *Електронна комерція у всьому світі - статистика та факти,* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>

УДК 338.1:614.1:658.5

Бей Г.В., к.е.н., доцент
Голоскевич Є.В., здобувач вищої освіти
Донецький національний університет імені Василя Стуса

ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Події, викликані військовим вторгненням росії на українську територію, призвели до формування шокових станів у багатьох сферах підприємництва та економіки. Невизначеність, панічні настрої, масова внутрішня та зовнішня міграція населення, руйнування інфраструктури та виробничих потужностей у регіонах ведення активних бойових дій, порушення ланцюжків створення вартості виступають основними причинами повної або часткової зупинки підприємницької діяльності, в той же час, проблеми та кризові стани у найближчій перспективі лише поглиблюватимуться. Збереження підприємницьких структур залежатиме, в першу чергу, від стійкості управлінської системи, здатності правильно оцінити реалії функціонування та прийняти управлінські рішення, спроможні подовжити або відновити діяльність незважаючи на загрози.

Дослідженню питань розвитку економіки та бізнесу у період війн та військових конфліктів присвячені праці переважно закордонних вчених – Дж. Мюлера, К. Баума, Е. Бенуа, К. Діксона, Р. Мерфі, Дж. Дюна, С. Хагарда, М. Вейденміера та інших. В українському науковому полі переважає вивчення