



¹Національний університет водного господарства та природокористування м. Рівне

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Розглянуто доцільність формування стратегій розвитку, що сприяють досягненню поставлених цілей підприємства. В цілому варто зауважити, що в більшості випадків, стратегії розвитку підприємств використовують для виживання їх в довгостроковому періоді часу.

Проаналізовано значну частину можливих варіантів стратегій підприємства. Особливої важливості з формування стратегії розвитку підприємства, є сфери де діють динамічні ринкові трансформації з високим ступенем невизначеності та коливаннями оціночних параметрів зовнішнього оточення. Така ситуація вимагає від менеджменту підприємства гнучкості у формуванні стратегії та відповідного підбору кадрів. Також військовий стан в Україні, це значний ризик непередбачуваності можливих змін та відповідного впливу зовнішнього середовища, зниження ефективності через ризики і їх страхування в життєдіяльності підприємств. Втрата контролю над ризиками веде до недостатнього або дорогого рівня інвестування тощо. Саме стабільні інвестиційні вкладення є гарантією з реалізації обраної стратегії розвитку підприємства. І це потребує значної уваги до питань формування і відбору та реалізації обраної стратегії розвитку підприємства.

Проведений аналіз визначень «стратегії» різних авторів та різних стратегічних підходів їх створення веде до висновку що в більшості випадків їх різноманіття доповнюють одне одного. Виявляють та доповнюють методи, принципи та способи розробки, формування та реалізації стратегії, яку розглядають як вдосконалену техніку керування підприємством, що забезпечуватиме постійний його розвиток. І найефективнішу діяльність в умовах мінливого зовнішнього бізнесового середовища та внутрішньої організаційної діяльності підприємства.

Проведений аналіз також певною мірою обґрунтовує потребу у фахівців для відповідного напрямку роботи, а також для здійснення капітальних вкладень через різні інвестиційні проєкти тощо. Отож, аналіз стратегій розвитку підприємств є базою для ухвалення різнопланових специфічних як правило довгострокових управлінських рішень.

Ключові слова: аналіз; стратегія розвитку; підприємство; стратегічне планування; менеджмент; ринок; ціна; фактори впливу; управлінські рішення; інвестиції; класифікація стратегій; ризик; витрати.

Постановка проблеми. Стратегія підприємства та її ефективність багато в чому визначається станом або інколи наявністю стратегічного менеджменту підприємства. Тож стратегія розвитку будь-якого підприємства можлива насамперед при наявності фахівців з менеджменту та критично важливої кількості функціональних керівників, що переконані у важливості дотримання стратегічних пріоритетів та необхідності відповідних змін. Потрібності аналізу і розгляду усіх можливих варіантів стратегій підприємства. Це є перший необхідний крок. Далі йде якісний неупереджений аналіз, спрямований на розробку та вибір оптимальної стратегії підприємства. Вибір параметрів та показників оптимальності для побудови класифікації стратегій підприємства. Важливо, щоб визначальною метою та завданнями її складання характеризувалися під конкретний об'єкт і також з конкретною факторно-часовою прив'язкою. Особливої важливості з формування стратегії розвитку підприємства є сфери, де діють динамічні ринкові трансформації з високим ступенем невизначеності та коливаннями параметрів зовнішнього оточення. Така ситуація вимагає від менеджменту підприємства гнучкості у формуванні стратегії та відповідного підбору кадрів. Саме через війну, що провокує постійні зміни в середовищі, запропонована тема статті і є особливо актуальною на сьогодні. Галузеві тенденції відображають стан економіки будь-якої країни. Адже розвинені підприємства – це високотехнологічні виробники продуктів і як правило щільно пов'язаний з багатьма іншими галузями виробництва та сферами послуг. Значна кількість підприємств, які шукають шляхи розвитку перебувають в пошуках інвестиційних проєктів незалежно від джерел фінансування і форм власності об'єктивно реалізуються в різних сферах. Доцільним є формування стратегій розвитку, що сприяють досягненню поставлених цілей підприємства в довгостроковому періоді їх діяльності. В цілому варто зауважити що в більшості випадків, стратегії розвитку підприємств використовують для виживання цих підприємств в довгостроковому періоді часу. Тому в процесі формування цих програм здебільшого потребують інвестиційно-інноваційних системних вкладень, які характеризуються певним рівнем ризику. Так, військовий стан в Україні – це значний ризик непередбачуваності впливу зовнішнього середовища, зниження ефективності через ризик і їх страхування в життєдіяльності підприємств. Втрачання контролю над ризиками веде до недостатнього або дорогого рівня інвестування тощо. Саме стабільні інвестиційні вкладення є гарантією з реалізації обраної стратегії розвитку підприємства. І це потребує значної уваги до питань



формування і відбору та реалізації обраної стратегії розвитку підприємства.

Аналіз також певною мірою обґрунтовує потребу в підготовці необхідних фахівців для відповідного напрямку роботи, а також для здійснювання капітальних вкладень через різні інвестиційні проекти тощо. Отож, аналіз стратегій розвитку підприємств є базою для ухвалення різнопланових специфічних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у розвиток теоретичних підходів до питань стратегічного планування розглядають у своїх працях чимало вітчизняних та зарубіжних науковців. Варто відзначити наукові роботи О.Є. Кузьміна, О.Г. Мельник, А.П. Міщенко, О.С. Виханського, Г.І. Кіндрацької, Б.О. Короля, У. Кінга, Ф. Котлера, М. Мескона, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Дж. Стрікланда та багатьох інших авторів [1–8].

Попри все залишаються невирішеними раніше частини загальної проблеми. Так, огляд публікацій вказує на обмеженість розкриття проблеми наприклад у відпрацьованій технології стратегії розвитку підприємств. Автори розглядають стратегічне планування в загальних рисах та висвітлюють зазвичай лише окремі аспекти або елементи такого планування.

Частина досліджень дозволяє судити про тенденції, фактори впливу на поведінку на ринку різних учасників та споживачів, адміністративні перепони, використання досліджень методів оцінки інвестицій, податкових особливостей, та ін. Ускладнюються інколи штучними труднощами прогнозування через можливе просування лобістських законів або ж складних міждержавних стосунків політичного характеру, що суттєво впливає на економічні стосунки і процеси взаємодій.

Мета статті (постановка завдання). Проаналізувати стратегії розвитку підприємств, виявити основні фактори впливу на підприємства та тенденції і динаміку цих змін. Виявити можливості та перспективи розвитку та шляхи вдосконалення відповідного чинника через прямі та дотичні впливи на бізнес, які базуються на проведенні аналізу, дослідженнях та обґрунтуваннях застосування тих чи інших стратегій розвитку підприємств.

Для досягнення дослідницької мети необхідно вирішити такі основні завдання:

- проаналізувати базові стратегії розвитку підприємства;
- виділити та проаналізувати основні типи стратегій інтегрованого зростання;

- розглянути відмінності в характеристиках стратегій розвитку підприємств;

- сформулювати основні критерії, які впливають на вибір стратегії диверсифікованого зростання;

- проаналізувати базові стратегії розвитку моделей Томпсона-Стрікланда та інших.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи визначення стратегії розвитку, можемо сказати, що на сьогоднішній день немає єдиного прийнятого підходу щодо вивчення цього питання. Власне така ситуація дещо ускладнює процес подальшої систематизації, тому вважаємо за доцільне навести основні визначення стратегії, а пізніше вже стратегії розвитку.

Школа Гарварду запропонувала метод встановлення саме конкурентних переваг і цілей для підприємства як стратегію [12]. Такий сформульований підхід визначає виділення сегментів бізнесу, в яких буде здійснювати діяльність підприємство.

І. Ансофф обґрунтовує, що стратегія є методом визначення досяжних та базисних цілей для функціонального, ділового та корпоративного рівнів [4], тобто він стратегію розглядає як систему, яка може врівноважити та задати напрямок функціонування і загального росту підприємства.

Дюпон Чандлер відстоює, що стратегія – це метод виявлення, який визначає довгострокові цілі підприємства, виробничі та функціональні програми дій та пріоритетні напрями спрямування і використання ресурсів [5]. Постановка довгострокових цілей без їх перегляду (або за винятком суттєвих змін зовнішнього або внутрішнього середовища підприємства) є головною відмінністю його бачення і підходу.

Майкл Портер визначає стратегію як визначення та адаптацію сильних і слабких сторін підприємства. Також його погляд спрямований на те, що це спосіб можливого реагування підприємства на зовнішні загрози та використання можливостей. Головною метою розробки стратегії за Портером є досягнення конкурентних переваг базового підприємства над усіма конкурентами в довгостроковій перспективі діяльності та в кожному напрямі ведення бізнесу.

Г. Хамель розглядає стратегію підприємства як спосіб розвитку в бізнесі існуючих ключових конкурентних переваг. Також вважає що унікальні можливості підприємства та залучені внутрішні ресурси лежать в основі конкурентоспроможності.



А. Томпсон і А. Дж. Стрікленд трактують, що стратегія – це певний набір послідовних рішень та дій, виконання яких сприяє досягненню бажаних показників діяльності, що були обумовлені і встановлені [11].

Деякі українські вчені визначають стратегію як план для максимально ефективного розподілу ресурсів для досягнення поставлених довгострокових цілей та систематизації таких цілей.

Л. Є. Довгань зазначає, що слід вкладати у визначення поняття «стратегія» більш комплексний підхід, де стратегія це не лише засіб досягнення цілі, а також спосіб, з допомогою якого підприємство розвиває свою взаємодію на ринку та з конкурентами зокрема. Це певна програма функціонування підприємства у його зовнішньому середовищі. Досягнення рівня задоволеності клієнтів, а також у який прийнятний спосіб реалізуються інтереси працівників підприємства та власників, і спосіб, з допомогою якого зміцнюються конкурентні позиції підприємства в цілому на ринку.

Ф. Ф. Бутинець в своїх напрацюваннях розглядає стратегію як набір правил, які необхідні для розробки та ухвалення тих чи інших управлінських рішень, що безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства [7, С. 256].

Всі вищезазначені визначення та поняття «стратегії», що були наведені, попри різні підходи, в більшості випадків доповнюють один одного. Виявляють та доповнюють основні методи, принципи та способи розробки, формування та реалізації стратегії. Яку розглядають як вдосконалену техніку керування підприємством, що забезпечуватиме постійний розвиток підприємства. І найефективнішу діяльність в умовах мінливого зовнішнього бізнесового середовища та внутрішньої організаційної діяльності підприємства.

Для того, щоб обрати стратегію для незалежного господарюючого суб'єкта, в першу чергу потрібно провести оцінювання його різнобічного стану на даний період часу а також дослідити основні тенденції розвитку зовнішнього оточення підприємства.

Характерними ознаками для стратегії діяльності підприємства є ряд кроків:

1. Розробляється не конкретний план дій підприємства, а загальний напрямок діяльності – орієнтир.

2. Увага концентрується на розв'язанні основних проблемних напрямках.

3. Коли підприємство досягає визначеної бажаної цілі та господарських позицій, розроблена стратегія підприємства перестає бути потрібною.

4. В період розробки стратегії інформація є неповною та неточною й узагальненою.

5. Стратегія бізнесу розглядається як інструмент досягнення цілей та мети підприємства.

6. Орієнтири підрозділів та стратегія підприємства є майже взаємо замінюваними на різних рівнях функціонування організації: те, що є орієнтиром для нижчих рівнів менеджменту, може бути стратегією для вищих, і навпаки.

Традиційно вважається, що стратегічні цілі підприємства матимуть успіх, коли діяльність всіх підрозділів підприємства є взаємоузгодженою та координується, всі ресурси підприємства використовуються ефективно, а зовнішні комунікації та взаємодія з учасниками ринку є стабільними та прогнозованими. Все ця комплексна взаємодія є основою систематизації стратегій, що розробляються на підприємстві.

Все ж для повного розуміння та аналізу необхідно брати до уваги найпоширеніші та широко висвітлені стратегії розвитку бізнесу, які називаються базисними, їх охарактеризовано в таблиці. Вони відбивають загально визнані підходи до стратегій зростання підприємства і пов'язані зі зміною стану одного чи кількох основних елементів оцінки стратегій [3]: 1) продуктів; 2) ринків; 3) галузей; 4) місця (рейтингу) підприємства всередині галузі; 5) технологічності підприємства. Також кожний із зазначених елементів може перебувати, як правило, в одному з двох станів: закріпленому (освоєному) чи новому. Наприклад, щодо виготовлення продукту, то це може бути стратегічне рішення виробляти базовий продукт, або переходити на виробництво нового. Першу групу загально визнаних стратегій становлять стратегії концентрованого зростання, які пов'язані зі зміною продукту і (чи) ринку. При використанні такої стратегії підприємство може покращити або виробляти новий продукт, залишаючись у тій же галузі. Ця стратегія також передбачає пошук можливостей поліпшення положення підприємства на існуючому ринку або ж переходу на новий ринок.

Таблиця

Основні стратегії розвитку підприємств

Назва стратегії	Продукти	Ринки	Розвиток
Стратегії концентрованого зростання			
Посилення позицій	Освоєні	Освоєні	Ресегментування й репозиціювання
Розвиток ринку	Освоєні	Нові	Маркетинг нових ринків



продовження таблиці

Розвиток продукту	Нові	Освоєні	Інноваційні розробки
Стратегії інтегрованого зростання			
Зворотня вертикальна інтеграція	Освоєні	Освоєні	Інтеграція з постачальниками
Створення стратегічних альянсів	Освоєні та нові	Нові	Співробітництва для ефективності управління, створення спільного продукту, залученню нових клієнтів, реклами
Стратегія кооперації через франчайзинг	Нові	Комбіновані	Використанням технології управління та маркетингової системи збуту.
Стратегія управління за контрактом	Комбіновані	Нові	Спосіб виходу на зарубіжний ринок з мінімальним ризиком і отриманням доходів з самого початку діяльності під-ва
Пряма вертикальна інтеграція	Освоєні	Освоєні	Інтеграція з торговельними посередниками
Стратегії диверсифікованого зростання			
Центрована диверсифікованість	Нові	Освоєні	Розширення старого виробництва для випуску нового продукту
Стратегія географічного розширення	Комбіновані	Нові	Збільшенням збуту за рахунок впровадження наявних чи нових товарів на нові ринки в різних кутах світу
Горизонтальна диверсифікованість	Нові	Освоєні	Освоєння нової технології на старому виробництві для но
Конгломератна диверсифікація	Новий	Новий	Нові технології на новому виробництві для нового продукту й нового ринку

Щодо типів стратегій концентрованого зростання, то реалізація цих стратегій потребує великих маркетингових заходів. Горизонтальна інтеграція передбачає, що підприємство намагається встановити контроль над своїми конкурентами [1]:

Отже, виходячи з загальновизнаних підходів розуміння стратегії наведених вище, можна виділити чотири узагальнюючі підходи обґрунтувань стратегічного розвитку підприємств, а саме:

- 1) Напрями розвитку, тобто комбінація стратегічних напрямів

розвитку з розроблених альтернатив і функціональних стратегій керування, що встановлює на визначений період певну сукупність норм, орієнтирів, сфер, напрямів, способів і правил спільної діяльності, які забезпечують стабільний рух підприємства. Стабільність діяльності підприємства є основою зростання і підвищення конкурентоздатності, що, в свою чергу, зміцнює позиції на ринку, тобто це є певна програма, яка змінює стани підприємства. Ці стани є якісно іншими за попередні, через що у підприємства як у складної системи з'являються нові властивості та якості або характерні риси, розкриваючи які можна реалізувати нові можливості. 2) Це напрям вмілого використання ресурсів. Знаходження ефективних шляхів використання (розрахунку) ресурсів і резервів підприємства для максимально ефективної реалізації стратегії підприємства на всіх життєвих етапах розвитку. Тобто генеральна комплексна програма дій, виражена і в кількісній, і в якісній формі, що дають чітке представлення про можливі майбутні параметри розвитку підрозділів господарювання з урахуванням поставлених цілей і ресурсів, необхідних для їх досягнення. 3) Напрямок, пов'язаний з розробкою та прийняттям управлінських рішень, передбачає певні процедурні етапи виявлення, збору та обробки інформації та дотримання технологій розробки рішень, а також установлення цілей підприємства та розробки стратегічного плану дій. 4) Напрямок, пов'язаний з розбудовою, адаптацією організаційних структур підприємства, продиктований насамперед зовнішніми змінами та відповідно адаптацією підприємства до взаємодії з зовнішнім середовищем, а також перерозподілом внутрішніх потенціалів підприємства згідно з обраними стратегічними орієнтирами розвитку.

Висновки. Отже, у реальній діяльності підприємство може одночасно реалізовувати кілька стратегій, які наближають його до поставленої мети, особливо це притаманно в багатогалузевих компаніях з широким асортиментом продукції.

Стратегія розвитку підприємства значною мірою визначається за результатами вивчення зовнішніх впливів на бізнес і можливих внутрішніх резервів і перспектив переорієнтації діяльності з урахуванням мінливих ринкових обставин. Вона полягає у розробці систематизованих показників для довгострокової орієнтації підприємства. По можливості для будь-якого виду виробничої діяльності і досягнення відповідного планованого положення як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Таким чином, виходячи з досвіду світових практик бізнесу, які



досягли успіху впливає, що вони займаються впровадженням та адаптацією системи стратегічного управління на постійній основі.

За концепцією стратегічного менеджменту, результати аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища – незамінний елемент при формуванні місії та цілей підприємства, що виступає як визначальний елемент стратегії розвитку. А стратегія є інструментом досягнення цілей як її адаптована та упорядкована система. Варто зазначити, що стратегічне бачення – це сучасна концепція ведення бізнесу, яка охоплює визначення цілей та завдань, напрямів діяльності, створює орієнтири для підрозділів і розрахунку ресурсів для реалізації заходів і досягнення поставлених цілей і виступає як обґрунтована концепція менеджменту для підприємства.

Отже, стратегія – це довгостроковий виражено визначений напрям розвитку підприємства, спрямований на якісне закріплення його позицій через задоволення потреб споживачів та оптимальне досягнення поставлених цілей. А основне призначення стратегії розвитку підприємства – забезпечення розуміння менеджментом підприємства визначеного в часі довготривалого впровадження змін та інновацій на підприємстві. З забезпечення та вчасного перерозподілу досяжних ресурсів для підприємства з метою досягнення його цілей, враховуючи вимоги зовнішнього середовища як механізму передбачення майбутніх змін у діяльності підприємства і його адаптивної внутрішньої координації.

1. Величко Т. Г. Основні напрями стратегічного управління підприємством в умовах сталого розвитку. *Агросвіт*. 2020. № 7. С. 92–96. 2. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. К. : Знання, 2006. 366 с. 3. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка і суспільство*. Мукачівський державний університет, 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/48.pdf. (дата звернення: 12.04.2024). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-48>. 4. Ансофф І. Стратегічне управління / скор. пер. з англ. І. Ансофф ; під ред. Л. І. Євенко. К. : Економіка, 1989. 519 с. 5. Chander A. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise : Alfred Chandler. *Massachusetts Institution of Technology*. The Mit Press, 1962, 1990. 465 p. 6. Балабаш О. С. Управління конкурентоспроможністю підприємства готельного бізнесу на засадах процесного підходу. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2019. Вип. 5 (268). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2019/268/pdf/31-43.pdf>. (дата звернення: 12.04.2024). 7. Бутинець Ф. Ф., Шигун М. М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навч. посіб. Житомир : ЖДТУ, 2004. 352 с. 8. Khetagurova D. O., Balabash O. S. Strategic analysis of the environment of hotel industry enterprises. Article. Odesa. 2022. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/290-291/pdf/95-101.pdf>. (дата звернення: 12.04.2024). 9. Polinkevich Oksana. Strategies for the development of the hotel and restaurant business in Ukraine. Article. *Economic journal of Lesya Ukrainka East European National University*. 2020. Lutsk, 2020.

10. M. Khmelyarchuk, I. Demko, N. Kozmuk, O. Balueva, O. Balabash. The Role of Entrepreneurship in Strategic Management of the Tourism Industry. *Journal of Entrepreneurship Education*. 2019. Vol. 22. Issue 2. **11.** Galasyuk S. S., Galasyuk, K. A. Development trends of the hotel industry establishments. *Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities* : Collective monograph. Poland : Publishing House "Baltija Publishing", 2019. P. 489–502. **12.** Томпсон А. А., Стрікленд Дж. Стратегічний менеджмент: концепції й ситуації для аналізу / пер. з англ. Москва : Вільямс, 2003. 924 с. **13.** Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 19–23.

REFERENCES:

1. Velychko T. H. Osnovni napriamy stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom v umovakh staloho rozvytku. *Ahrosvit*. 2020. № 7. S. 92–96. **2.** Kindratska H. I. Stratehichniy menedzhment : navch. posib. K. : Znannia, 2006. 366 s. **3.** Hudz O. I. Stratehiia rozvytku pidpriemstva: sutnist ta klasyfikatsiia. *Ekonomika i suspilstvo*. Mukachivski derzhavnyi universytet, 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/48.pdf. (data zvernennia: 12.04.2024). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-48>. **4.** Ansoff I. Stratehichne upravlinnia / skor. per. z anhl. I. Ansoff ; pid red. L. I. Yevenko. K. : Ekonomika, 1989. 519 s. **5.** Chander A. Strategu and Structure: Charters in the Historu of the Industrial Enterrrise : Alfred Chandler. *Massachusetts Institution of Technologu*. The Mit Rress, 1962, 1990. 465 p. **6.** Balabash O. S. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva hotelnoho biznesu na zasadakh protsesnoho pidkrodu. *Naukovyi visnyk ONEU*. 2019. Vyp. 5 (268). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2019/268/pdf/31-43.pdf>. (data zvernennia: 12.04.2024). **7.** Butynets F. F., Shyhun M. M. Modeli i metody pryiniattia rishen v analizi ta audyti : navch. posib. Zhytomyr : ZhDTU, 2004. 352 s. **8.** Khetagurova D. O., Balabash O. S. Strategic analysis of the environment of hotel industry enterprises. Article. Odesa. 2022. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/290-291/pdf/95-101.pdf>. (data zvernennia: 12.04.2024). **9.** Polinkevich Oksana. Strategies for the development of the hotel and restaurant business in Ukraine. Article. *Economic journal of Lesya Ukrainka East European National University*. 2020. Lutsk, 2020. **10.** M. Khmelyarchuk, I. Demko, N. Kozmuk, O. Balueva, O. Balabash. The Role of Entrepreneurship in Strategic Management of the Tourism Industry. *Journal of Entrepreneurship Education*. 2019. Vol. 22. Issue 2. **11.** Galasyuk S. S., Galasyuk, K. A. Development trends of the hotel industry establishments. *Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities* : Collective monograph. Poland : Publishing House "Baltija Publishing", 2019. P. 489–502. **12.** Tompson A. A., Striklend Dzh. Stratehichniy menedzhment: kontseptsii y sytuatsii dlia analizu / per. z anhl. Moskva : Viliams, 2003. 924 s. **13.** Charkina T. Yu., Martseniuk L. V., Zadoia V. O., Pikulina O. V. Stratehichni napriamy upravlinnia hotelno-restorannym biznesom v umovakh kryzy. *Ekonomika ta derzhava*. 2021. № 2. S. 19–23.



¹National University of Water Management and Environmental Engineering, Rivne

ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGIES: CURRENT TRENDS

The expediency of forming development strategies that contribute to the achievement of the set goals of enterprise is considered. In general, it is worth noting that in most cases, enterprise development strategies are used for their survival in the long term.

A significant part of the possible variants of enterprise strategies has been analyzed. Of particular importance in the formation of the enterprise development strategy are the areas where there are dynamic market transformations with a high degree of uncertainty and fluctuations in the estimated parameters of the external environment. This situation requires flexibility from the company's management in the formation of a strategy and appropriate recruitment. Also, martial law in Ukraine is a significant risk of unpredictability of possible changes and the corresponding impact of the external environment, a decrease in efficiency due to risks and their insurance in the life of enterprises. Loss of control over risks leads to insufficient or expensive level of investment, etc. It is stable investment investments that are a guarantee for the implementation of the chosen strategy for the development of the enterprise. And this requires considerable attention to the issues of formation and selection and implementation of the chosen strategy for the development of the enterprise.

The analysis of the definitions of the «strategy» of different authors and different strategic approaches to their creation leads to the conclusion that in most cases their diversity complements each other. Identify and complement the methods, principles and methods of developing, forming and implementing the strategy. Which is considered as an improved enterprise management technique that will ensure continuous development. And the most effective activity in the conditions of the changing external business environment and the internal organizational activity of the enterprise.

The carried out analysis also to some extent justifies the need for specialists for the relevant area of work, as well as for making capital investments through various investment projects, etc. Thus, the analysis of enterprise development strategies is the basis for making diverse, specific, as a rule, long-term management decisions.

Keywords: analysis; development strategy; enterprise; strategic planning; management; market; price; influencing factors; management decisions; investments; classification of strategies; risk; costs.

Отримано: 13 червня 2024 року
Прорецензовано: 18 червня 2024 року
Прийнято до друку: 21 червня 2024 року