

## **КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА**

В результаті зародження ринкового середовища в Україні на зміну довгостроковому плануванню почали впроваджуватися нові інструменти стратегічного управління підприємством. Вибір та процес впровадження корпоративної стратегії підприємства є важливим фактором впливу економічного розвитку підприємства.

Головною метою при впровадженні корпоративної стратегії є розробка направленості підприємства - місії та конкретних цілей, що забезпечують їх реалізацію. Місія підприємства - це його головна загальна ціль, суть існування підприємства. Після формулювання місії на її основі встановлюються конкретні цілі, через які здійснюється місія підприємства. Стратегічні цілі корпоративної стратегії описують стратегічний намір фірми зайняти визначене місце в бізнес середовищі. Стратегічним наміром крупної компанії може бути завоювання лідируючих позицій в галузі на національному або світовому рівні. Стратегічним наміром невеликої компанії може бути досягнення домінування на визначеному регіональному або ринковому сегменті. Стратегічний намір компаній, пов'язаних з високими технологіями та інноваціями, формулюється як прагнення лідирувати в області винаходів та розробки нових товарів, задовольняючих зростаючим запитам клієнтів. До таких компаній відносяться, наприклад, Apple, Microsoft, Sony, Samsung[3].

Формування корпоративної стратегії має враховувати всі об'єктивні фактори її функціонування, бачення її стану на різних етапах розвитку, аналіз конкретних результатів діяльності, її основні компоненти: масштаб діяльності, місія, цілі, стратегія розвитку, ресурси і синергетичний ефект від їх використання[1].

Науковці виділяють три основні типи корпоративних стратегій: стратегії зростання, що включають стратегії концентрації, вертикальної інтеграції, диверсифікації; стратегії стабілізації; стратегії захисту, що включають стратегії збору врожаю, повороту, банкрутства, ліквідації[2].

Стратегія зростання є найбільш економічною вигідною для підприємства, але потребує стабільної діяльності підприємства. В рамках даної стратегії підприємство збільшує обсяг випуску продукції, відбувається концентрація на основі розвитку продукту - підвищення його якості, збільшення сімейства продуктів.

Враховуючи сучасні висококонкурентні умови, Україна активно приймає участь у диверсифікації експорту. Концентрована диверсифікація діяльності підприємства потребує менше капіталовкладень ніж незв'язна диверсифікація, звідси її можна вважати менш ризиковою. Підприємство розширює своє виробництво в нові області, але її товари і послуги залишаються близькими до базових, говорять про концентровану диверсифікацію.

Актуальною для сучасних українських підприємств є стратегія реструктуризації, злиття, або приєднання. Реструктуризація - зміна внутрішньої структури компанії, насамперед, за рахунок звільнення від малорентабельних та непрофільних виробництв, усунення надлишкових ланок у керуванні. У результаті реструктуризації, як правило, скорочується чисельність працівників на 20 - 40%, часто приходять нові власники і менеджери, створюється нова структура компанії, більш проста, економічна і продуктивна. Злиття - ця стратегія побудована на об'єднанні компаній. Ця стратегія є єдиним виходом для неефективного підприємства уникнути банкрутства. Дана стратегія набуває форми поглинання або захоплення, коли одна компанія з метою усунути конкурента набуває його контрольний пакет акцій і позбавляє його самостійності. Приєднання - одна або кілька компаній припиняють свою діяльність з передачею всіх прав і обов'язків існуючої компанії.

Реалізація стратегії скорочення повинно враховувати незавершеність формування законодавства України у сфері процедури банкрутства. У світовій

практиці визнання банкрутства означає можливість через суд отримати відстрочку виплати боргів і заморожування вимоги кредиторів на певний період, іноді до 3-х років, що дає можливість компанії отримати перепочинок і підвищити свою ефективність.

При ліквідації компанія повністю позбавляється активів, припиняє діяльність, здійснюється виплата заборгованості кредиторів. Стратегія ліквідації має сенс для компаній в умовах, коли вигідніше створити нове виробництво, ніж вкладати кошти в реорганізацію збиткового.

Отже, корпоративна стратегія сучасного підприємства є важливим інструментом реалізації визначеної мети, що дозволяє не тільки здійснювати процеси оптимізації, але і формувати конкурентні переваги для стійкого розвитку. Стратегія зростання, яка включає в себе диверсифікацію діяльності підприємства забезпечуватиме отримання суттєвих переваг у конкурентній боротьбі, підвищення фінансово-економічних показників та розвиток економіки.

#### *Список використаних джерел:*

1. Дикань В. Л. Стратегічне управління [текст] : навч. посіб./ В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – К. : «Центр учбової використаних джерел», 2013. – 272 с.
2. Стратегічне управління підприємством. Бізнес-курс : навч. посіб. [Електронний ресурс] / О. В. Востряков, О. М. Гребешкова. — К. : КНЕУ, 2014. — 211, с.
3. Стратегічне управління: Навчальний посібник. Для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент» / Гевко О.Б., Шведа Н.М. – Тернопіль ФОП Паляниця В. А., 2016. – 152 с