

Кобзева Я.М.

РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ПРИКЛАДІ АТЗТ «МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД «ЧЕРВОНИЙ ЖОВТЕНЬ»

Стратегія - це детальний всебічний комплексний план, призначений для забезпечення здійснення місії організації і досягнення її цілей.

За умови, коли незадовільний стан економіки країни викликає кризу на підприємстві розробка стратегії антикризового управління діяльністю підприємства передбачає аналіз зовнішніх факторів макросередовища і конкурентного середовища, аналіз стану підприємства, перегляд місії та системи цілей і планування стратегічних альтернатив виходу підприємства з економічної кризи та здійснення вибору стратегії.

Проаналізувавши діяльність АТЗТ «Машинобудівний завод «Червоний жовтень» за визначений період, можна зробити наступні висновки: обсяг виробництва у період 2008-2009 рр. знизився майже у 2 рази, кількість замовлень скоротилася, про що свідчить зменшення обсягу реалізації продукції на 23997,4 тис.грн, що складає близько 45% від рівня 2008 року, чистий прибуток внаслідок цього зменшився на 5,5% порівняно з 2008 р., що означає критичне положення підприємства, інвестиційна привабливість підприємства також зменшилася на 2,07 %. Все це явно свідчить про те, що АТЗТ «Машинобудівний завод «Червоний жовтень» не змогло використати кризу конкурентів як перевагу для розширення своєї частки ринку, стратегія розвитку була обрана невірно, що і обумовило той стан, у якому зараз знаходиться підприємство.

Можна припустити, що у даному випадку вірно обрані місія, стратегія та переорієнтування на споріднені види продукції відіграли б істотну роль у збереженні підприємством, яке аналізується, місця на внутрішньому і зовнішньому ринках. Так, збитки від зменшення кількості іноземних замовлень можна було б частково компенсувати випуском цегли для внутрішнього ринку власними силами на обладнанні, яке виготовляє підприємство. До того ж, орієнтація на внутрішній ринок є суттєвим внеском у розвиток економіки держави у цілому, певний обсяг державних замовлень є також прийнятним виходом у період кризи.

Таким чином, якщо підприємство своєчасно відстежує появу зовнішньої загрози і має у своєму розпорядженні час, достатній для вироблення ефективної реакції, то може послідовно ліквідувати всі проблеми. Але в кризовій ситуації реалізацію змін треба здійснювати в жорстко обмежений термін за умови мінімальних витрат, тому при розробці і реалізації елементів стратегії необхідно прагнути до максимальної паралельності робіт. Впровадження вдосконаленої стратегії найбільш ефективно, якщо вона поєднується з уже адаптованою структурою і підпорядковується збалансованій системі цілей.

Розглянуте у статті підприємство має великий потенціал за умови розробки детальної стратегії розвитку, вмілого керування, раціонального планування і оперативного корегування, орієнтованого на нестабільність

ринку та довгострокову перспективу.

Робота виконана під керівництвом доц. каф. менеджменту Бабенко К.Є.