

ХАРАКТЕРИСТИКА БАЗОВИХ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Долина І.В., Кучіна С.Е.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Все різноманіття бізнес-стратегій, які комерційні та некомерційні організації демонструють у реальному житті, є різними модифікаціями кількох базових стратегій, кожна з них ефективна за певних умов та стану внутрішнього та зовнішнього середовища, тому важливо розглядати причини, чому організація обирає ту, а не іншу стратегію [1].

Таблиця – Характеристика базових стратегій підприємства

Найменування стратегії	Характеристика стратегії	Мета	Види	Мотивація вибору
Стратегія концентрованого зростання	Стратегія посилення позицій на ринку	Збільшення об'ємів продажу	1) Стратегія посилення позицій на ринку; 2) Стратегія розвитку ринку; 3) Стратегія розвитку продукту (чи інновація).	Здійснюється коли підприємство намагається покращити свій продукт чи почати виробляти новий, не змінюючи своїй галузі.
Стратегія інтегрованого зростання	Стратегії бізнесу, пов'язані з розширенням фірми шляхом додавання нових структур	Зростання в межах індустріального технологічного ланцюжка	1) Стратегія зворотної вертикальної інтеграції 2) Стратегія випереджальної вертикальної інтеграції	Здійснюється шляхом щорічного значного підвищення темпів зростання порівняно з попереднім періодом.
Стратегія диверсифікованого зростання	Стратегія, що забезпечує зниження ризиків у діяльності підприємства	Посилення конкурентних переваг	1) Стратегія концентричної диверсифікації; 2) Стратегія горизонтальної диверсифікації 3) Стратегія конгломератної диверсифікації	Реалізується в тому разі, коли підприємство не може розвиватися на певному ринку з певним продуктом у межах певної галузі.
Стратегія скорочення	необхідність цілеспрямованого та планомірного скорочення виробництва	Збереження та розвиток у бізнесовій перспективі		Застосовується у випадках, коли необхідна реструктуризація після тривалого зростання або у зв'язку з необхідністю підвищення ефективності в періоди спаду.

Отже, базові стратегії дають можливість вибрати оптимальному стратегію для кожного конкретного випадку.

Література:

1. Стратегічне планування як головна функція стратегічного управління організацією: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту» (Одеський національний політехнічний університет, м.Одеса, 28 травня 2018) [Електронний ресурс], Одеса: ОНПУ, 2018 – 242 с. – С.23-25: Режим доступу: <https://economics.opu.ua/files/science/men/2018/s1.pdf>.

2. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 272 с.

3. Кучіна С.Е. Вплив можливостей реалізації економічного потенціалу підприємства на стратегію його функціонування *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: тези доп. XXVIII міжнарод. наук.-практ. конф. MicroCAD-2020 (м.Харків, 28-30 жовтня 2020 р.). Харків: НТУ «ХПІ». – С.178