

Горова О.О.
ІНВЕСТИЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.012

Постановка проблеми. Поняття інвестиційної привабливості підприємства визначає максимальну ефективність інвестиційного рішення. Поняття використовується переважно при характеристиці і оцінці об'єктів інвестування, рейтингових зіставленнях, порівняльному аналізі процесів. В сучасних уявленнях немає єдиного підходу до сутності і оцінки цієї економічної категорії. В умовах ринкової економіки для кожного підприємства важливим є створення, збереження та зміцнення конкурентних позицій у довгостроковій перспективі, що неможливо без розробки інвестиційної стратегії розвитку та її впровадження. Недостатня розробка питань оцінки інвестиційних стратегій у теорії визначення інвестиційної привабливості підприємства впливає на якість розробки стратегії конкретного підприємства у вітчизняній господарській практиці, що призводить до негативних наслідків, втрати часу та коштів, помилок і, зрештою, до стримування розвитку підприємства або вибору неправильних стратегічних альтернатив.

Аналіз публікацій. Питанням розробки стратегії діяльності підприємства та визначенню її впливу на результати його діяльності у світовий і вітчизняній економічній літературі приділено велику увагу, але стосуються вони переважно теоретичних положень науки управління в цілому і стратегічного управління зокрема. Вивчення робіт показує, що питанням обґрунтування бази розробки стратегії підприємств у сучасних умовах ринкової економіки приділено недостатньо уваги [1-5]. Такі питання мають описовий характер. Їх детальне вирішення, що сприятиме більш точному встановленню стратегічних орієнтирів, можливе в межах стратегічної оцінки й діагностики підприємства.

Мета статті. Дослідження принципів підходів до формування інвестиційної стратегії діяльності підприємства.

Основний матеріал дослідження. Формування інвестиційних стратегій передбачає постановку цілей, розробку стратегії, пошук необхідних ресурсів і підтримку зв'язків із зовнішнім середовищем, що відповідає потенціалу й можливостям підприємства та дозволяє миттєво реагувати на зовнішні зміни.

Процесний підхід до розробки інвестиційної стратегії підприємства базується на структуруванні прогнозу стратегічного управління, що передбачає виділення таких етапів: стратегічний аналіз, стратегічне прогностування та стратегічне планування. З позиції процесного підходу роль стратегічного аналізу в інвестиційному управлінні підприємством є дуже важливою. На цьому етапі не тільки виявляються основні закономірності та довготривалі тенденції між вхідними й вихідними параметрами підсистем підприємства, визначається вплив головних чинників, оцінюється ступінь невизначеності в системі забезпечення виробництва, але й визначається передпрогнозна орієнтація підприємства. В межах стратегічного аналізу вивчається багато питань - техніко-економічного та математико-статистичного аналізу масивів вихідної інформації, розробляються пошукові науково-технічні прогнози галузей, маркетингові прогнози, що спираються на перспективний прогноз потреб. Від якості результатів стратегічного аналізу значною мірою залежать зміст та ефективність подальших стадій стратегічного управління - стратегічного прогнозування та стратегічного планування. Враховуючи вимоги до результатів стратегічного аналізу й обсяги різноманітних робіт, що виконуються на цьому етапі стратегічного управління, пропонується дещо зменшити обсяг стратегічного аналізу шляхом введення такого етапу, як стратегічна діагностика, яка має передувати стратегічному аналізу.

Діагностичний підхід припускає визначення характеру порушень господарської діяльності, у якій відбуваються відхилення від нормальної динаміки різноманітних процесів, що виражаються через темпи зміни відповідних показників. Стратегічна діагностика інвестицій розглядається як передумова стратегічного аналізу, як своєрідний експрес-аналіз, метою якого є виявлення обсягу та горизонту стратегічного аналізу, що дає можливість отримати як інформаційну базу для прийняття стратегічних рішень у ході розробки стратегії, так і сукупність прийомів і методів обробки інформації та прийняття рішень, необхідних для розробки низки заходів для ліквідації стратегічного розриву або перегляду стратегії. Це значно підвищує якість управлінських рішень у стратегічному управлінні на подальших етапах, особливо на етапах стратегічного аналізу та стратегічного прогнозування.

Стратегічна діагностика інвестицій підприємства, що розглядається як етап процесу стратегічного управління, спрямована на визначення поточного стану підприємства з метою виявлення його відповідності вибраній стратегії, оцінки стратегії, що реалізується, а також розробку системи заходів для ліквідації стратегічних розривів або корегування стратегії. На відміну від стратегічного аналізу стратегічній діагностиці властива цільова проблемна спрямованість і використання заздалегідь відомого інструментарію.

Стратегічна діагностика багато в чому спирається на отримані в минулому знання та досвід у діяльності підприємства для перенесення їх на майбутнє з урахуванням можливих змін зовнішнього середовища. Стратегічна діагностика впливає на процес розробки стратегії діяльності підприємств, значно підвищуючи ефективність останнього шляхом скорочення часу та витрат при прийнятті управлінських рішень за рахунок надання інформаційно-аналітичного забезпечення й чіткої структуризації процесу розробки та реалізації рішень.

Основна мета стратегічної діагностики - це надати інформацію про стан підприємства в порівнянні із станом конкурентів, показати вплив виявлених чинників на діяльність підприємства, визначити можливості підприємства та можливі загрози його діяльності. Тобто у стратегічній діагностиці має бути підготовлена

інформація про подальші напрями стратегічного аналізу. Період стратегічної діагностики підприємства може охоплювати тривалий час - до трьох-п'яти років за умов української економіки.

Головною відмінною рисою стратегічної діагностики є аналіз як окремої стратегії, так і функціонування підприємства в цілому, а також підприємства, що тільки створюється. Крім того, стратегічна діагностика розглядає такі підприємства в нерозривному зв'язку із зовнішнім середовищем, що постійно змінюється, досліджує можливі взаємні впливи середовища та підприємства, реальні та потенційні можливості й загрози, шляхи їх ініціації чи усунення, адаптації підприємства до середовища, що змінюється.

При врахуванні впливу різноманітних чинників у межах стратегічної діагностики оцінюються ймовірності майбутніх подій для побудови прогнозів, що потребує використання статистичних, звітних і стохастичних даних.

Одним з головних у стратегічній діагностиці є питання інструментарію, що застосовується. У стратегічній діагностиці використовуються переважно аналітичні інструменти для дослідження внутрішніх і зовнішніх середовищ діяльності підприємств.

Для їх розробки розглянуто й узагальнено існуючі моделі аналізу стратегічних альтернатив, аналізу переваг підприємства та загроз, аналізу домінуючих ресурсів підприємства. Такі результати використані при розробці інструментарію стратегічної діагностики підприємства.

Змістом стратегічної діагностики макросередовища підприємства є моніторинг і аналіз таких тенденцій та подій, які не підконтрольні підприємству, але можуть вплинути на його стратегічний вибір. З огляду на важливість маркетингової стратегії і її впливу на формування стратегії підприємства запропоновано доповнити стратегічну діагностику макросередовища розглядом низки ринкових чинників, зокрема ємності ринку, його захищеності урядом, рівня й розподілу доходів, географічного розміщення підприємства та ринків збуту його продукції, чинників форс-мажорних обставин. Метою стратегічної діагностики мікросередовища підприємства необхідно вважати отримання характеристики ситуації в галузі в цілому для винесення суджень про її відносну привабливість у найближчій і довгостроковій перспективі. Аналіз мікросередовища підприємства передбачає аналіз учасників ринку, що безпосередньо контактують з підприємством, впливають на нього і, у свою чергу, піддаються впливу з боку підприємства. Суперечливість інтересів цих груп і їх пріоритети потрібно враховувати при прийнятті кожного стратегічного рішення й розробці стратегії в цілому.

У ході стратегічної діагностики мають розглядатися складні економічні процеси, що не завжди піддаються кількісній оцінці. Тому виникає потреба не тільки встановити існуючі на даний час тенденції, але й відстежити їхню зміну на майбутнє, що припускає необхідність використання різноманітних інструментів - методу експертних оцінок, аналізу витрат і кривої досвіду, моделі "продукт-ринок", аналізу динаміки ринку, моделі життєвого циклу, портфельних моделей аналізу стратегії, аналізу ланцюжка цінностей, аналізу витрат й оцінки конкурентоспроможності або їх поєднання.

Стратегічна діагностика макро-, мікро- та внутрішнього середовищ підприємства має як спільні риси, так і свої особливості, однією з яких є виділення критичних елементів. Критичними елементами вважаються найбільш вагомі чинники макро-, мікро- та внутрішнього середовищ, які значною мірою впливають на стратегічні напрями діяльності конкретного підприємства або умови реалізації його стратегії. Саме тому вони підлягають аналізу в першу чергу. Виділення критичних елементів дозволяє заощадити час і витрати на збір і обробку виключно релевантної інформації. Межі стратегічної діагностики середовища залежать від числа й характеру критичних елементів макро-, мікро- та внутрішнього середовищ.

Висновки. В оцінці конкурентної позиції підприємства особливу увагу може бути приділено частині ринку, яка належить підприємству, здатності конкурувати за ціною, якістю, знанням споживача та ринку. Ранжируванням значущості кожного з показників у частках одиниці визначається його питома вага, а експертна оцінка конкурентоспроможності підприємства за кожним з показників дозволяє давати кількісну оцінку конкурентної позиції підприємства - як суму зважених оцінок.

Джерела та література:

1. Верховглядова Н. І. Економіка підприємства / Н. І. Верховглядова. – К. : Професіонал, 2008. – 384 с.
2. Белоусова Л. І. Аналіз і оцінка ефективності інвестиційної діяльності підприємства : навч. посіб. / Л. І. Белоусова. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2003. – 198 с.
3. Костырко Л. А. Финансовый анализ : учеб. пособие / Л. А. Костырко, Л. И. Белоусова, А. М. Антипов. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2003. – 168 с.
4. Круш П. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / П. В. Круш. – К. : КНТ, 2009. – 778 с.
5. Мних С. В. Економічний аналіз діяльності підприємств / С.В. Мних. – К. : КНТЕУ, 2008. – 514 с.