

тації на міжнародні ринки є зниження бар'єрів входу через досягнення гнучкості у розподілі ресурсів, контролю витрат, доступу до місцевих спеціалістів, збільшення кількості та результативності джерел інновацій. З цією ж метою до партнерів стратегічних альянсів залучаються компанії, що розташовані у стратегічно привабливих країнах.

Таким чином, спроможність компаній конкурувати на міжнародних ринках безпосередньо пов'язана із розробкою ефективних інноваційних стратегій з урахуванням глобальних економічних та соціальних тенденцій.

Література

1. Global Risk Report 2011 — World Economic Forum. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_ExecutiveSummary_2011_EN.pdf

2. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: Монографія: У 2 т. — Т. I. / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.; За заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. — К.: КНЕУ, 2006. — 816 с.

3. *Соболева Т. О.* Інноваційна діяльність в контексті глобалізаційних процесів / Т. О. Соболева // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Збірник наук. праць «Проблеми економіки та управління». — 2010. — № 684. — С. 228 — 232.

4. Від локальної компанії до мультинаціональної корпорації [Електронний ресурс]. Журнал «Києво-Могилянська Бізнес Студія». — № 12. — 2005. — Режим доступу: <http://www.educate.com.ua/article/0/12.html>.

Л. В. Старих, викладач кафедри адміністративного
та медичного менеджменту,
Міжрегіональна академія управління персоналом,
вул. Фрометівська, 2, ауд. 15, м. Київ, Україна, 03039,
e-mail: Lyuba_Starych@ukr.net

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬТЕРНАТИВИ ТА ЇХ ВІДПОВІДНІСТЬ БАЗОВИМ СТРАТЕГІЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні кожному підприємству вкрай важливо зважено підходити до процесу розробки та реалізації корпоративної стратегії, врахувавши вплив внутрішніх і зовнішніх чинників. Саме

визначення правильного стратегічного напрямку діяльності підприємства формує його пріоритети на відносно довгострокову перспективу та надає можливість своєчасно реагувати на зміни в бізнес-середовищі, забезпечує формування та підтримку конкурентних переваг у ринкових умовах. У зв'язку з цим, питання оптимізації процесу розробки та реалізації корпоративної стратегії підприємства є актуальним.

Корпоративна стратегія підприємства визначає загальний напрямок його діяльності, формується його вищим керівництвом і передбачає три основні завдання:

а) вибрати головний напрямок діяльності підприємства та його стратегічних одиниць бізнесу;

б) визначити конкретну роль кожної стратегічної одиниці бізнесу та кожного його підрозділу щодо реалізації корпоративної стратегії;

в) визначити розміри та способи розподілу ресурсів між стратегічними одиницями бізнесу та іншими підрозділами.

Корпоративна стратегія підприємства повинна відповідати одному з наступних типів базових стратегій:

- стратегії зростання;
- стратегії стабілізації;
- стратегії виживання;
- стратегії побудованій на комбінаціях перерахованих стратегій.

У межах базової стратегії підприємство може вибрати один із кількох напрямів дій, що називаються стратегічними альтернативами, з яких і формується майбутня стратегія. Стратегічні альтернативи — це можливі варіанти розвитку підприємства чи стратегічних одиниць бізнесу в рамках кожної із трьох базових корпоративних стратегій: зростання, стабілізації, скорочення.

Так, стратегія зростання включає в себе такі стратегічні альтернативи, як інтенсифікація, диверсифікація, інтеграція, техніко-технологічний розвиток. У свою чергу стратегічними альтернативами стратегії стабілізації є економія витрат, збирання «врожаю», постійна адаптація до зовнішнього середовища, збереження науково-технічного і кадрового потенціалу. Стратегія виживання має такі альтернативи: організаційна санація, економічна і фінансова санація, маркетингова санація, соціальна санація, ліквідація бізнесу. Вибір стратегічних альтернатив повинен відповідати обраній базовій стратегії підприємства (рис. 1).

Наприклад, для стратегії виживання та стабілізації немає альтернативи жорсткій економії ресурсів і скороченню витрат, що

погребує поліпшення структури продукту (послуг), підвищення ефективності маркетингової діяльності, збільшення обсягів реалізації та забезпечення відносної економії постійних витрат, а відтак і сукупних витрат підприємства. Стратегія розвитку вимагає інтенсифікації діяльності і розширення ринків збуту, диверсифікації та стимулювання пріоритетних напрямів туристичної діяльності. Ця стратегія виступає як сукупність окремих груп, стадій і різновидів стратегій загального циклу росту.



Рис. 1. Відповідність стратегічних альтернатив базовим стратегіям діяльності підприємства.

Підводячи підсумок, слід відзначити, що відповідність стратегічних альтернатив базовій стратегії не потрібно сприймати як незмінну: вони можуть «перехрещуватись». І, все-таки, кожна із базових корпоративних стратегій має безліч альтернативних варіантів реалізації. У свою чергу, стратегічні альтернативи реалізуються через набір заходів, при якому по кожному з них і в цілому по кожному напрямку доцільно визначати затрати та очікуваний економічний ефект.