

УДК 658

Лісова О. – ст. гр. БА-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПАТ «ЛЬВІВГАЗ» ЗОЛОЧІВСЬКЕ УЕГГ

Науковий керівник: к.т.н., доцент Стойко І.І.

Вибір мети та стратегії розвитку підприємства становить основу самостійної планово-управлінської діяльності менеджерів у вільних ринкових відносинах. У процесі довгострокового планування підприємство може також використовувати такі відомі стратегії, як розробка товару, стабілізація виробництва, проникнення на ринок, скорочення витрат, зміна цін та інші функціональні або цільові стратегії. На українських підприємствах широке поширення має стратегія виживання, на зарубіжних – завоювання лідерства на ринку. Кожне підприємство під час перспективного планування повинно саме вибрати найкращу стратегію розвитку чи зростання з урахуванням його реальних можливостей і досягнутих результатів на даному етапі економічної діяльності.

Якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції, стабільний розвиток і має на меті подальше зростання обсягів збуту, прибутку та масштабів діяльності, воно має три стратегії розвитку.

1. Стратегії інтенсивного росту. Інтенсивне зростання виправдане тоді, коли є можливості для удосконалення вже освоєних товарів і ринків. Вибір стратегії залежить від рівня насичення ринку й можливості певної організації постійно оновлювати виробництво. Особливості стратегії інтенсивного зростання, умови її здійснення, тактичні особливості реалізації, а також ефективність використання в практичній діяльності характеризуються індивідуальними факторами підприємства. Слід тільки зазначити, що неправильний вибір стратегії інтенсивного зростання може мати руйнівні наслідки для організації.

Вибір стратегії інтенсивного росту має базуватися на наявності таких можливостей фірми:

- підвищення ринкової частки та обсягу збуту певних товарів на існуючих ринках; за наявності такої можливості – глибоке проникнення;
- знаходження нових ринків збуту для існуючих товарів фірми; при наявності – стратегія розвитку ринку;
- пропозиція нового товару на існуючому ринку – стратегія розвитку товару.

2. Стратегії інтегративного росту (від терміна "інтеграція" – включення) належать стратегії, які передбачають збільшення результатів діяльності підприємства внаслідок об'єднання зусиль з іншими підприємствами. Залежно від того, з ким об'єднується підприємство, виділяють наступні види стратегій: пряма інтеграція, зворотна інтеграція, вертикальна інтеграція, горизонтальна інтеграція.

3. Стратегії диверсифікації застосовуються у випадках, коли підприємство відкриває для себе нові можливості в інших сферах бізнесу. В окремих випадках така стратегія може бути необхідною, коли ринок, на якому діє підприємство, скорочується, і фірма вимушена шукати для себе інші види діяльності.

Отже, на мою думку, для ПАТ «Львівгаз» Золочівське УЕГГ потрібно вибрати стратегію інтегративного росту, тому що до неї відносять стратегії, які передбачають збільшення результатів діяльності підприємства внаслідок об'єднання зусиль з іншими підприємствами.