

**Науковий реферат статті Ганнечі О. М.
"Удосконалення процесу перегляду стратегій
швейних підприємств"**

Незважаючи на досить значний інтерес до проведення перегляду стратегій підприємства, його процес залишається недостатньо вивченим. Саме тому основною метою цієї статті є дослідження теоретико-методичних основ процесу перегляду стратегій та можливостей їх практичного застосування в діяльності швейних підприємств.

Розкриваючи основний зміст перегляду (рекомбінації) стратегій підприємства, необхідно відзначити, що його першочергове завдання полягає у визначенні того, яким чином зміни в зовнішньому середовищі вплинули на реалізацію стратегії та можливість досягнення цілей за нових умов.

Перегляд стратегій у роботі визначено як процес, що передбачає з'ясування можливостей досягнення цілей за нових умов та необхідності внесення змін до стратегії підприємства з метою мінімізації негативних впливів із боку зовнішнього середовища, забезпечення його довгострокового функціонування і розвитку.

Процес перегляду стратегій підприємства має відбуватись у певній послідовності. Прийняттю рішення на користь про перегляду стратегії має передувати аналіз загального стану галузі, основних конкурентів, власної конкурентної позиції. Доцільним у цьому випадку буде використання широкого кола загальних (аналітичних, статистичних, економіко-математичних тощо) та специфічних методів і моделей стратегічного аналізу (методу розриву, кривої досвіду, моделі життєвого циклу товару, матричних моделей портфельного аналізу). Особливу увагу слід звернути на методи портфельного аналізу: росто-дольову матрицю BCG, матрицю MCC (аналізу відповідності бізнес-напрямку місії підприємства та його ключовим компетенціям), 9-секційну матрицю GE/McKinsey, матрицю ADL/LC, матрицю стратегій бізнесу, що перебуває на етапі спаду, матрицю зростання пропозиції Хассі (Hussey). З точки зору з'ясування необхідності перегляду конкурентних стратегій підприємства досить корисною може також бути як матриця М. Портера, так і модифікована матриця BCG, у дослідженні функціональних стратегій, – матриця "ціна – якість", матриця фінансових стратегій Франсона – Романа тощо.

За результатами дослідження, проведеного серед найбільших виробників швейної продукції, можна зробити висновок про необхідність та практичну корисність застосування перегляду стратегій підприємств з метою поліпшення їх конкурентних позицій, підтримки стабільного функціонування та розвитку. Подальші розвідки в цьому напрямі передбачають розробку систем стратегічних показників.

Література: 1. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. – 12-е изд. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2006. – 928 с. 2. Фридман М. Искусство и наука стратегии лидерства: новый подход к корпоративному управлению / М. Фридман, Б. Трегоу ; пер. с англ. Е. Богдановой. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 272 с. 3. Slatter S. Corporate Recovery: Managing Companies in Distress / S. Slatter, D. Lovett. – Washington : Beard Books, 2004. 4. Пересмотр стратегии развития бизнеса – Ernst & Young – Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ey.com/RU/RU/Home>. 5. Система розкриття інформації на фондовому ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.smida.gov.ua.

Інформація про автора

Ганнеча Олександр Михайлович – аспірант кафедри менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана (03068, м. Київ, пр. Перемоги, 54/1, e-mail: km@kneu.edu.ua).