

СЕКЦІЯ 3 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

UKD 330.3

TEORETYCZNE ZASADY FORMACJI STRATEGII INTEGRACJI PRZEDSIĘBIORSTW

Andriichuk I. V., Kukhar T. M.

Iwano-Frankiwski Narodowy Techniczny Uniwersytet Nafty i Gazu

e-mail: igorandriichuk7@gmail.com

W warunkach rynkowych prowadzenia działalności gospodarczej funkcjonowania organizacji wzrost rentowności i dalszy rozwój jest niemożliwy bez zastosowania nowoczesnych integracyjnych form współpracy. W tym kontekście szczególne znaczenie mają procesy opracowywania odpowiednich strategii integracji przedsiębiorstw. Aby zbadać najskuteczniejsze sposoby integracji, zastanówmy się nad interpretacją definicji „strategii integracji” przez wiodących naukowców krajowych i zagranicznych.

W szczególności, zgodnie z [1], strategia integracji podmiotów gospodarczych obejmuje opracowanie strategii łączenia kilku przedsiębiorstw w jedną spółkę pod pewnymi warunkami, a tym samym utworzenie ugrupowania integracyjnego, które ogólnie jest uformowaną strategią integracji.

Gorobchuk I.S. [2, s.59] traktuje strategię integracji jako zestaw decyzji, które determinują funkcjonalne i zarządcze typy interakcji przedsiębiorstw z innymi przedsiębiorstwami. W wyniku takiego procesu integracji zostaną utworzone nowe struktury organizacyjne z ujednoczoną strategią biznesową, modelem produkcyjnym i finansowym, wspólnym rynkiem i portfelami produktów.

Na szczególną uwagę zasługują założenia dotyczące kształtowania strategii integracji [3]: Istniejące zasoby, poprzez wdrożenie strategii integracji, można zwiększyć i odpowiednio podzielić.

W swojej pracy [4] Romanenko O.V. definiuje strategię integracji jako system długoterminowych celów rozwoju przedsiębiorstwa, poprzez przeprowadzanie operacji związanych z nabywaniem kompleksowych kompleksów nieruchomości i tworzeniem na tej podstawie nowych możliwości biznesowych, które można stworzyć poprzez łączenie zasobów, rozpowszechnianie najlepszych praktyk itp.

Opracowując strategię integracji podmiotów gospodarczych, należy również wziąć pod uwagę główne istniejące formy integracji: pozioma i zintegrowaną [5].

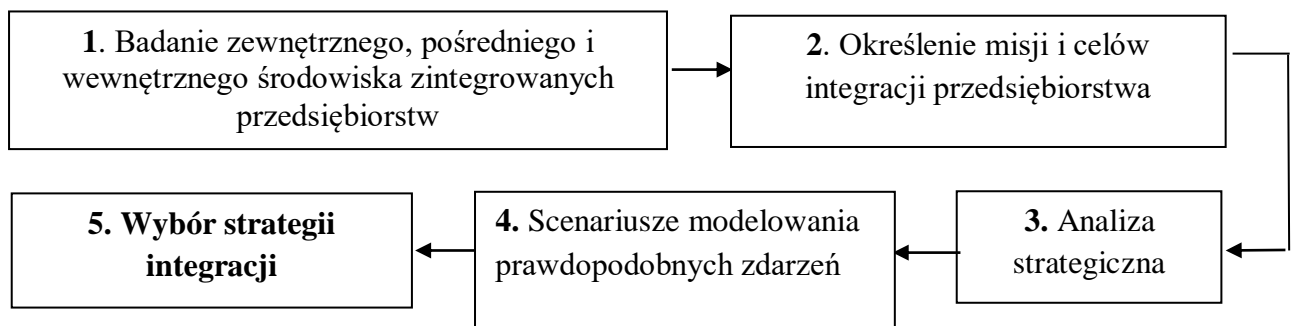
W szczególności integracja pozioma opiera się na połączeniu tych samych faz działalności (produkcji i marketingu) w ramach jednej organizacji.

Integracja pionowa, w przeciwieństwie do integracji poziomej, opiera się na połączeniu różnych technologicznie faz działalności produkcyjno-gospodarczej (produkcja i marketing) w ramach tej samej firmy.

Należy zauważyć, że głównymi celami tworzenia strategii integracji przedsiębiorstwa są [6, s. 42]:

- tworzenie trwałych warunków dla konkurencyjnego rozwoju poprzez łączenie potencjałów w celu uzyskania synergii;
- zapewnienie redukcji kosztów, ograniczenie możliwości utraty zysków, zwiększenie możliwości przyciągnięcia dodatkowych zasobów finansowych i inwestycyjnych;
- dostęp do nowych segmentów rynku, bardziej wydajne wykorzystanie dostępnych zasobów;
- uzyskiwanie korzyści finansowych i zwiększanie wartości rynkowej organizacji.

Osobno rozważamy główne etapy tworzenia strategii integracji, wykorzystując podejścia teoretyczne i metodologiczne przedstawione w [7] (ryc. 1).



Ryc. 1 Formacja strategii integracji przedsiębiorstwa

Pierwszy etap bada kluczowe elementy (wskaźniki) zewnętrznego, pośredniego i wewnętrznego środowiska zintegrowanych przedsiębiorstw. W szczególności analizowane są dane statystyczne, sprawozdawcze dotyczące produkcji i działalności handlowej podmiotów gospodarczych, tworzone są prognozy przyszłego stanu środowiska oraz oceniany jest rzeczywisty stan (konkurencyjność) zintegrowanych przedsiębiorstw.

Kolejny etap obejmuje określenie głównych punktów orientacyjnych integracji przedsiębiorstwa (misja, cele).

Jednym z głównych etapów tworzenia strategii integracji jest wdrożenie analizy strategicznej (porównanie celów i wyników badania środowiska przedsiębiorstwa, z określeniem kierunków rozwoju). Treść analizy strategicznej polega na zastosowaniu odpowiednich metod analizy. W szczególności najczęściej stosowane są metody macierzowe (BCG, McKinsey, ADL) i złożone metody analizy (SWOT, SPACE) i inne. Na tym etapie pojawiają się również alternatywne strategie.

W czwartym etapie scenariusz jest symulowany (ocenia się wpływ możliwych scenariuszy na opracowanie strategii integracji; poziom konkurencyjności podmiotów gospodarczych w przypadku realizacji jednej lub drugiej strategii integracji w danym scenariuszu).

Ostatni etap obejmuje wybór najbardziej skutecznej alternatywnej strategii integracji przedsiębiorstwa.

Dlatego w oparciu o przeprowadzone badania proponuje się, aby strategię integracji interpretować jako plan integracji podmiotów gospodarczych, w oparciu o nowoczesne formy integracji, z uwzględnieniem zewnętrznego, pośredniego i wewnętrznego środowiska funkcjonowania elementów zintegrowanych struktur i celów integracji.

Źródła:

1. Kolisnyk M. K. Stan przedsiębiorstw budujących maszyny na Ukrainie i możliwe sposoby przezwyciężenia kryzysu dzięki strategii integracji / M.K. Kolisnyk, K.E. Smikh // Region ekonomia. – 2008. – № 4. – S. 163-173.

2. Gorobchuk I. S. Typologia strategii integracji jako obszarów rozwoju przedsiębiorstwa w globalnym środowisku / IS Gorobchuk // Scientific biuletyn Uniwersytetu Stanowego Chersoń. Seria nauk ekonomicznych. – 2015. – Wydanie 14. – Część 2. – S. 59-61.

3. Urszula Kałużna-Drewińska, Negocjacje w biznesie. Kluczowe problemy., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław 2006, 202 s.

4. Romanenko O.V. Cechy kształtowania strategii działania zintegrowanych struktur korporacyjnych / OV Romanenko // Efektywna gospodarka. – 2014. – № 8. – Tryb dostępu:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3249>

5. Carl Shapiro, Hal R. Varian. Potęga informacji. Strategiczny przewodnik po gospodarce sieciowej, Helion, Gliwice 2007, 364 s.

6. Kotzko T.A., Zarządzanie integracją kompleksu paliwowo-energetycznego w oparciu o podejście procesowe / T. A. Kotzko // Economy. Zarządzanie Biznes – 2016. – № 2. – S. 40-50. – Tryb dostępu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2016_2_8

7. Oberemczuk V.F. Strategia przedsiębiorstwa: krótki wykład / V.F.Oberemczuk. – K. : MAZP, 2000. – 128 s.

УДК 338.2

ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ TELESCOPIC OBSERVATIONS У СТРАТЕГІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Боришкевич І. І.

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”

email: ira.boryshkevych@gmail.com

У сучасному ринковому середовищі стратегічний аналіз відіграє важливу роль у діяльності підприємства. Він необхідний для того, щоб оцінити економічні можливості підприємства та окреслити стратегію майбутнього розвитку. Стратегічний аналіз проводять з метою забезпечення