

Вадим МОЛДОВАН

Здобувач вищої освіти ОС "Магістр"

спеціальності "Менеджмент"

Науковий керівник: **Покотильська Н.В.**,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування ЗВО "ПДУ",

м. Кам'янець-Подільський

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМТВА З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО РИНКОВОЇ СТІЙКОСТІ

Інноваційність, готовність до нових викликів, вміння швидко адаптуватись до постійних змін навколишнього середовища, здатність працювати в умовах невизначеності – сьогодні це не просто конкурентні переваги суб'єктів підприємницької діяльності, а критично важливі навички та вміння для управлінців аби продовжувати змагатись в конкурентній боротьбі за свою частку ринку. В теперішніх умовах ведення бізнесу надзвичайно важливо здійснювати розширення своєї діяльності як на внутрішньому ринку та і поза його межами, а також знаходити нові шляхи розвитку, які можуть допомогти не лише короткостроковій перспективі, а і забезпечити довготривале зростання компанії. Правильно вибраний вектор стратегічного розвитку створює умови, за яких підприємство буде продовжувати здійснювати свою діяльність безперервно, забезпечуючи при цьому максимальне отримання прибутку шляхом оптимального розподілення витрат та ефективного використання наявних матеріальних, фінансових або трудових ресурсів [1].

Поняття стратегічного розвитку підприємства в теперішній час – це не просто візія щодо основних загально визнаних цілей та бажань компанії, а цілісна, складна екосистема, яка формується з різних принципів та факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища [2].

Для того щоб сформувавши план дій, який буде регулювати роботу підприємства, забезпечити можливі способи уникнення критично складних ситуацій, що можуть виникати в кризові часи, окреслити головні стратегічні

цілі, ТОП-менеджменту необхідно в першу чергу: провести оцінку сильних та слабких сторін своєї компанії, враховувавши всі критично важливі сфери діяльності такі як маркетингова діяльність, фінансове забезпечення, збутова політика, трудові ресурси та визначити чого саме хоче досягти організація, тим самим відповісти на запитання: *«Де ми зараз знаходимось?»*; оцінити можливості, перепони та загрози від навколишнього середовища в усіх можливих економічних, політичних і соціальних сферах, до яких належать: законодавство, конкурентне середовище, макроекономічний стан країни, демографічна ситуація, національна безпека та безліч інших чинників, що матимуть прямий або опосередкований вплив на підприємство. Після проведення широкого аналізу для управлінського персоналу або власників бізнесу органічно буде сформована відповідь на концептуальне питання: *«Куди ми хочемо рухатись?»*; формуючи основні ключові етапи, за допомогою яких плануються досягатись цілі підприємства, вирішити як в загальному так і в конкретному розподіленні, що кожен учасник, представник або член організації має робити задля досягнення проміжної та кінцевої мети. Таким чином можна отримати відповідь на питання: *«Як ми це плануємо зробити?»* [3].

На етапі розробки плану стратегічного розвитку важливо розуміти, що час, коли успішність підприємства визначалась лише величиною отриманого прибутку та долі ринку, яку компанія займала, відійшов у минуле. Сьогодні будь-якій організації необхідно враховувати не лише свої інтереси, а і суспільства. Невідповідальне ставлення до навколишнього середовища, відсутність допомоги незахищеним верствам населення, небажання займати активну позицію в рамках взаємодії з суспільством і допомагати вирішувати соціальні проблеми, можуть призвести до втрати іміджу та репутації компанії, що може негативно позначитись на її діяльності в цілому. Саме тому, кожне підприємство має чітко формулювати свою місію і через неї доносити якою є основна причина існування компанії, який вплив вона хоче мати в світі, та яким чином вона може допомагати соціуму.

Місія та цінності – це не просто красиві фрази, які використовує компанія, щоб мотивувати своїх працівників, а обов'язкові складові в стратегічному розвитку підприємства. Лише визначивши, які проблеми буде вирішувати продукт, послуга або концепція бізнес-діяльності в цілому, і окресливши це в сформованій місії, можна затверджувати цілі та ключові елементи стратегії та комплексного стратегічного розвитку компанії. Правильно побудована стратегія повинна представляти собою конкретний план, що буде складатись з короткострокових та довгострокових цілей компанії, враховуючи свої основні переваги перед конкурентами, а також перелік необхідних завдань, через виконання яких будуть досягатись ці цілі [4].

Варто зазначити, що стратегія, а відповідно і стратегічний розвиток, не є сталим явищем. Мінливість та інколи деякою мірою невизначеність економічного середовища сьогодні унеможлиблює формування стратегії в єдиному вигляді та на довготривалі періоди без коригування та внесення змін до неї. Більш того, фактори з зовнішнього середовища, які матимуть вплив на стратегічне планування, можуть докорінно змінити заплановані фінансові показники та призвести до некоректного розподілення ресурсів організації і сформувані додаткові ризики. Запланований стратегічний розвиток може також зазнавати змін у зв'язку з завищеними очікуваннями керівництва щодо результатів діяльності компанії, які необхідно коригувати, беручи до уваги реальний, поточний стан речей, а також відсутності врахування можливих форс-мажорних ситуацій, що можуть виникнути в будь-який момент (стихійні явища, економічна криза, війни, геополітичні проблеми та інші). Саме тому, стратегічний розвиток компанії тісно пов'язаний з ризиками економічного, соціального або, наприклад, політичного характеру.

Враховуючи вище сказане, сьогодні основними характеристиками правильного та безперервного стратегічного розвитку компанії можна зазначити наступні: необхідність інвестиційної підтримки; необхідність урахування ризиків; спрямованість на досягнення результатів; аналіз

внутрішніх та зовнішніх чинників; здатність до гнучкості та адаптації до умов [1].

Може скластись уявлення, що така кількість вимог є занадто формалізованою та складною, проте, якщо в рамках стратегічного розвитку керівництво буде враховувати всі можливі чинники та фактори впливу на підприємство, розуміти основні концептуальні засади правильного планування і розподілення виробничих ресурсів та створювати умови для забезпечення виконання запланованих завдань, компанія буде безперервно розвиватись, проводити займати свою долю ринку у конкурентному розподіленні і збільшувати свій вплив в економічному середовищі.

Підсумовуючи вище сказане, можна беззаперечно стверджувати, що стратегічний розвиток підприємства сьогодні є основним елементом створення та подальшого управління не лише для великих, транснаціональних корпорацій, а і для середніх, та навіть невеликих підприємств, які здійснюють свою діяльність в межах сформованої ринкової економіки. Через обрання правильного вектору стратегічного розвитку можна забезпечити ефективну діяльність всього бізнесу, а розуміння своїй цілей і правильно виважена стратегія є запорукою безперервної діяльності будь-якої організації.

Список використаних джерел

1. Брінь П. В., Голтвянська Ю. В. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Підприємництво та інновації*. Вип. 21, 2021. С. 31-34.
2. Македон В. В. Розробка стратегії розвитку промислового підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1(1). С. 369–373.
3. Погорелов Ю. С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2017. № 1. С. 76–84.
4. Васи́лига С. М. Поняття стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 122-125.