

Єлецьких Світлана Яківна
*доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри фінансів, банківської справи
та підприємництва,
Донбаська державна машинобудівна академія*

Єськова Анжела Миколаївна
*студент,
Донбаська державна машинобудівна академія*

Раковська Анна Дмитрівна
*студент,
Донбаська державна машинобудівна академія*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-441-5-25>

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТУР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ОСНОВА СТАБІЛЬНОГО ЗРОСТАННЯ ТА СТІЙКОСТІ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Стратегічний контур розвитку підприємства – це комплексне поняття, яке визначає ключові напрями, ресурси, механізми та інструменти, що забезпечують довгострокову ефективність, конкурентоспроможність і стійкий розвиток підприємства. Роль стратегічного контуру розвитку підприємства полягає в наступному: забезпечує цілісність та узгодженість дій всіх підрозділів підприємства, допомагає зосереджуватися на ключових пріоритетах, сприяє підвищенню адаптивності підприємства до змін ринкових умов, орієнтує на довгострокову перспективу [1; 2].

Основні елементи стратегічного контуру [1; 2]:

1) Місія та цілі підприємства. Визначають основне призначення підприємства, його роль у ринку та суспільстві, включають стратегічні цілі (зростання, інновації, підвищення частки ринку тощо).

2) Візія (бачення) майбутнього формує образ майбутнього стану підприємства, який мотивує співробітників та партнерів, допомагає визначити напрям розвитку.

3) Зовнішнє середовище – аналіз макро- і мікрофакторів, що впливають на діяльність підприємства (PESTEL-аналіз, SWOT-аналіз), оцінка ринкових умов, конкуренції, споживачів, технологічних тенденцій.

4) Внутрішні ресурси та компетенції: матеріальні, фінансові, людські, інформаційні ресурси та інші компетенції, які визначають конкурентну перевагу підприємства.

5) Стратегічні напрями розвитку: диверсифікація, інноваційний розвиток, вихід на нові ринки, оптимізація внутрішніх процесів. Можуть включати стратегії зростання, утримання ринкових позицій або скорочення.

6) Механізми реалізації стратегії – використання управлінських інструментів (проектне управління, цифровізація), формування організаційної культури, здатної адаптуватися до змін.

7) Оцінка та контроль виконання стратегії – регулярний моніторинг результатів, внесення коректив у стратегічний план відповідно до змін зовнішнього або внутрішнього середовища [1; 2].

Стратегічний контур розвитку підприємства є основою для його стабільного зростання та стійкості у конкурентному середовищі. Це інструмент, який формує «дорожню карту» для досягнення стратегічних цілей. Напрями стратегічного контуру розвитку підприємства охоплюють ключові сфери діяльності, які визначають траєкторію довгострокового зростання і забезпечують конкурентоспроможність. Основні напрями наведено в таблиці 1. Ефективна стратегія передбачає чітко сформульовану місію і візію, постановку SMART-цілей і детальний план дій, який враховує інноваційні підходи. Успішна реалізація стратегії залежить від проектного планування, каскадування на всі рівні управління, синхронізації внутрішніх стратегій і адаптації до змін зовнішнього середовища. Стратегія розвитку підприємства є ключовим інструментом забезпечення його довгострокового успіху та конкуренто-

спроможності. Вона базується на багаторівневому аналізі зовнішнього середовища, оцінці внутрішніх ресурсів і чіткому плануванні, що охоплює всі рівні організації.

Таблиця 1

Напрями стратегічного контуру розвитку підприємства

Напрямок	Види	Дії
1	2	3
Економічний розвиток	Збільшення фінансової стійкості	Оптимізація витрат, підвищення рентабельності, диверсифікація джерел доходів
	Інвестиційна діяльність	Вкладення в нові ринки, технології та інноваційні проекти
	Управління активами	Рациональне використання ресурсів для максимізації ефективності
Інноваційний розвиток	Розробка нових продуктів і послуг	Використання новітніх технологій для задоволення потреб клієнтів
	Автоматизація та цифровізація процесів	Впровадження сучасних ІТ-рішень для підвищення продуктивності
	Науково-дослідницька діяльність	Інвестиції в дослідження, розробки і нові технології
Розвиток ринків і клієнтської бази	Географічна експансія	Вихід на нові регіональні або міжнародні ринки
	Диверсифікація клієнтської бази	Орієнтація на нові сегменти ринку
	Покращення клієнтського досвіду	Впровадження програм лояльності, покращення якості обслуговування
Соціальний розвиток	Розвиток персоналу	Навчання співробітників, підвищення їх кваліфікації формування корпоративної культури

Продовження Таблиці 1

1	2	3
	Корпоративна соціальна відповідальність	Участь у соціальних програмах, підтримка громади
	Покращення умов праці	Забезпечення безпеки та комфорту співробітників
Екологічна сталість	Екологізація виробництва	Впровадження енергоефективних технологій та використання відновлюваних ресурсів
	Скорочення викидів і відходів, Виконання міжнародних екологічних стандартів	Перехід до принципів кругової економіки, Сертифікація ISO 14001, дотримання законодавчих норм
Технологічний розвиток	Автоматизація процесів	Використання робототехніки, штучного інтелекту, IoT
	Модернізація обладнання	Оновлення виробничих потужностей та інфраструктури
	Впровадження інноваційних бізнес-моделей	Перехід до цифрових платформ, інтеграція з іншими компаніями через API
Технологічний розвиток	Автоматизація процесів	Використання робототехніки, штучного інтелекту, IoT
	Модернізація обладнання	Оновлення виробничих потужностей та інфраструктури
	Впровадження інноваційних бізнес-моделей	Перехід до цифрових платформ, інтеграція з іншими компаніями через API
Управлінський розвиток	Стратегічне планування	Постійний аналіз та корекція довгострокових цілей
	Оптимізація організаційної структури	Забезпечення гнучкості для швидкої адаптації до змін
	Удосконалення системи управління ризиками	Виявлення, оцінка та мінімізація ризиків

Продовження Таблиці 1

1	2	3
Розвиток партнерських відносин	Розширення стратегічних альянсів	Співпраця з іншими компаніями для створення синергії
	Інтеграція з постачальниками і споживачами	Встановлення довгострокових партнерств
	Участь у кластерних утвореннях	Спільний розвиток з іншими підприємствами регіону або галузі
Формування репутації і бренду	Укріплення бренду	Підвищення впізнаваності через маркетинг та PR
	Розвиток корпоративної ідентичності	Створення позитивного іміджу серед клієнтів та партнерів

Джерело: [3–5]

Сучасні підходи до стратегічного управління включають цифрову трансформацію, орієнтацію на сталий розвиток, клієнтоцентричність і розвиток корпоративної культури, яка сприяє адаптивності та стимулює інновації. Важливу роль відіграють двосторонні стратегічні комунікації, що забезпечують зворотний зв'язок і дозволяють своєчасно коригувати дії, ресурси, методи та навіть цілі [3–5].

Формування стратегічного контуру розвитку підприємства на основі аналізу показників його фінансового стану є важливим етапом для забезпечення стабільного функціонування і конкурентоспроможності бізнесу.

В умовах динамічних змін та економічної нестабільності стратегічне планування розвитку потребує ґрунтовного аналізу фінансових показників, що відображають поточний стан підприємства, його сильні та слабкі сторони.

Завдяки систематичному фінансовому аналізу можна визначити напрямки для підвищення рентабельності, ліквідності та ефективності використання ресурсів [5].

Розглянуті напрями стратегічного контуру розвитку підприємства забезпечують комплексний підхід до досягнення довгострокових цілей, зміцнення конкурентних позицій і стійкого зростання. Вони охоплюють ключові сфери, такі як економічний, інноваційний, технологічний, соціальний розвиток, екологічна сталість, управлінський розвиток, розширення партнерських відносин, а також формування репутації і бренду. Узгоджена реалізація цих напрямків сприяє адаптивності підприємства, ефективному використанню ресурсів і створенню нових можливостей для розвитку.

Література:

1. Артеменко Л.П., Гук О.В., Жигалкевич Ж.М. Реалізація стратегії розвитку підприємства: синергійний підхід. *Інвестиції: практика і досвід*. 2009. № 19. С. 12–14.
2. Власенко В.А. Розробка та реалізація стратегії розвитку підприємства в умовах трансформації ринкових відносин: принципові підходи та інструменти. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. 2014. № 26(1). С. 32–41. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмері_2014_26\(1\)__6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмері_2014_26(1)__6)
3. Гончаров Ю.В., Лапчик Ю.Ю. Удосконалення стратегії розвитку підприємства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2014. № 1. С. 193–199. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2014_1_30
4. Денисюк І. Стратегія розвитку підприємства харчової промисловості: економічна сутність. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 12(3). С. 112–115. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/есан_2013_12\(3\)__25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/есан_2013_12(3)__25)
5. Захарчин Р.М. Сучасні виклики щодо формування економічної стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.7. С. 245–250. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2014_24