

Совгир К. С., д-р екон. наук Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

У сучасному бізнес-середовищі для успішного розвитку компанії необхідно чітко визначати цілі, враховувати можливі ризики та швидко реагувати на зміни. Визначення конкурентних позицій допомагає оцінити сильні й слабкі сторони компанії, а також прогнозувати вплив змін на ринку. Стратегічне планування, яке здійснюють вищі керівники і спеціалісти, є важливим для ефективного управління та адаптації до нових умов. Це дозволяє компаніям зберігати конкурентоспроможність і впроваджувати інновації [1].

Стратегія – це важливий процес, який включає визначення основних проблем підприємства, його місії, цілей та ефективний розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона охоплює два основні етапи: формулювання планів та цілей компанії та їх подальшу реалізацію. Стратегія є основою для досягнення успіху, оскільки дозволяє зосередити зусилля на ключових напрямках розвитку.



Рис. 1. Стратегії виходу підприємств на міжнародні ринки [2]

Гарні економічні показники є результатом ретельно продуманого поетапного плану дій, який орієнтований на досягнення перспективного розвитку, високої конкурентоспроможності, визначення місії та цінностей, а також формування стратегічного бачення майбутнього розвитку міжнародного бізнесу. Успіх будь-якого підприємства залежить від аналізу умов, стратегічного мислення його керівництва, своєчасних рішень та здатності розробляти довгострокові

стратегії. Керівники мають дотримуватись відповідних стандартів і оцінювати ефективність роботи працівників. Основними показниками є обсяг продажів, нові клієнти, частота звернень і витрати на обслуговування. Стандарти повинні відповідати стратегічному плану розвитку компанії.

Розглянемо на рис. 1 більш детально, як у сучасних умовах господарювання, можна досягти успіху завдяки чіткому продуманому стратегічному плануванню.

Отже, на основі запропонованих стратегій, розглянемо більш детально, як можна підвищити своє економічне положення підприємствам:

1. Наступальна стратегія полягає у залученні необхідних інвестицій для розширення асортименту продукції та реструктуризації бізнесу через зниження витрат, що потребує аналітичного обґрунтування та ефективного управління капіталом.

2. Оборонна стратегія зосереджена на збереженні досягнень, захисті ринкової частки та прибутків від загроз.

3. Стратегія «збору врожаю» підходить для підприємств, що втрачають позиції на ринку або планують його покинути, а також для новачків, які хочуть швидко отримати прибуток.

4. Стратегія ліквідації дозволяє мінімізувати витрати при виході на нові ринки або при поділі бізнесу з іноземними компаніями.

5. Локалізація продукту орієнтована на адаптацію продукції до потреб конкретних ринків, часто застосовується малими підприємствами, наприклад, меблевими фабриками.

6. Стратегія фокусування на якості полягає у виробництві досить унікальних та екологічно чистих продуктів для створення відповідно лояльної клієнтської бази.

7. Стратегія зниження витрат є доцільною для застосування на великих підприємствах, а для малих корисно об'єднувати необхідні ресурси для спільного виробництва, що суттєво знижує відповідні витрати і підвищує конкурентоспроможність.

Для ефективного впровадження згаданих вище стратегій сучасним підприємствам необхідно розробити чіткий план дій, враховуючи відповідно специфіку кожного регіону, особливості місцевого регулювання, а також культурні й соціальні фактори, що можуть суттєво впливати на попит. Інвестування

в дослідження та розробки, а також активна співпраця з міжнародними партнерами дають змогу не тільки впроваджувати передові технології, а й створювати інноваційні рішення, які відповідають потребам сучасного ринку.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т.В. Підходи до впровадження стратегічного планування на торговельних підприємствах. Проблеми економіки. 2020. Вип 4. С. 146–154. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pecon_2020_4_19 (дата звернення: 27.03.2025).
2. Шипілова Л.М. Стратегічне планування у сфері національної безпеки. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2023. 143 с.
3. Хаєцька О.П. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва в Україні. *Економіка та управління АПК*. 2018. Вип. 2. С. 122–131.
4. Гринько Т. В, Базик О.В, Іванов К.В. Стратегічне управління людськими ресурсами. *Економічний простір*. 2024. Вип. 192. С. 7–11. URL: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2024/08/192-7-11-grynko.pdf> (дата звернення: 27.03.2025).
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Алещенко В.І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 30–34. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.12.30>.
6. Гринько Т., Гвініашвілі Т., Каліберда М.С. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-71>.