

## РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА КОМПЛЕКСНИМ МЕТОДОМ

*Анотація.* Розглянуто ключові елементи розробки стратегії розвитку підприємства комплексним методом, за допомогою якого в якості результативної моделі використовується тривимірний простір, а в якості пояснювальних елементів – чинники впливу на стратегію залежно від сфер діяльності підприємства.

*Аннотация.* Рассмотрены ключевые элементы разработки стратегии развития предприятия комплексным методом, с помощью которого в качестве результирующей модели используется трехмерное пространство, а в качестве объясняющих элементов – факторы влияния на стратегию в зависимости от сфер деятельности предприятия.

*Annotation.* The paper deals with the key elements of developing the enterprise strategy by means of complex method, with the help of which as the resulting model the three-dimensional space, and as the explanatory elements the factors of influence on the strategy depending on the scope of the enterprise are used.

*Ключові слова:* стратегія розвитку підприємства, комплексний метод розробки стратегії розвитку, сфери діяльності підприємства, чинники впливу.

Конкурентне середовище та науково-технічний прогрес вимагають від керівників підприємства мобільності та стратегічного мислення. З іншого боку, наявність старого обладнання, використання традиційних технологій виробництва, орієнтація на звичні методи управління не дозволяють підприємствам розвиватися та підвищувати свою конкурентоспроможність. Для вирішення цієї актуальної проблеми необхідно створювати системи стратегічного менеджменту, орієнтованого на розвиток підприємства. При цьому важливу роль відіграє стратегія розвитку, яка дозволить ефективно використати наявний потенціал.

Метою статті є аналіз і структурування ключових елементів процесу розробки стратегії розвитку підприємства комплексним методом.

Об'єктом дослідження є стратегія розвитку підприємства, а предметом – комплексний метод розробки стратегії розвитку.

Серед вчених, які досліджували дане питання, можна виділити таких, як: І. Ансофф, П. Дойль, А. Томпсон [1 – 3].

З одного боку, розвиток є результатом стратегії. З іншого боку, стратегія – це інструмент забезпечення розвитку підприємства. У зв'язку з цим можна погодитися з П. Дойлем, що стратегія формує бачення майбутнього розвитку [2]. Отже, сформована стратегія функціонування підприємства дозволяє досягти поставленої мети, тобто перейти від простого до більш складного.

Стратегія розвитку підприємства становить довгостроковий генеральний план дій, що визначає пріоритетні напрями розвитку підприємства, його проблеми та місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона повинна забезпечувати більш ефективне використання матеріальних ресурсів підприємства, оптимізацію довгострокової норми прибутку, зміцнення конкурентних позицій підприємства, максимальну віддачу від капіталовкладень та задоволення потреб клієнта. Стратегія розвитку підприємства повинна ґрунтуватися не на положеннях екстенсивного розвитку, а на засадах інтенсивного розвитку, тобто створення якісно нових форм [3].

Стратегія розвитку повинна бути спрямована на комплекс заходів, реалізація яких приведе до збільшення ефективності роботи підприємства. Тому необхідно використовувати декілька напрямів розвитку, щоб усі підсистеми організації розвивалися однаковою мірою. Саме тому розробку стратегії слід здійснювати за трьома основними сферами діяльності підприємства – маркетинговою, фінансовою та організаційно-технічною. Вони відображають основні складові діяльності в стратегічній сфері: маркетингова стратегія спрямована на створення умов функціонування підприємства на ринку та ефективної політики ведення конкурентної боротьби; фінансова стратегія відповідає за регулювання внутрішнього становища фірми, її прибутків і витрат, а також зіставлення вимог підприємства з його реальними можливостями; організаційно-технічна стратегія відповідає за стан технічного й ресурсного забезпечення на підприємстві, а також за створення збалансованої організаційної структури [1].

На стратегію розвитку здійснюють вплив ряд чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище складається з макросередовища (віддалене оточення) та мікросередовища (безпосереднє оточення). Що стосується внутрішнього середовища, то необхідно проаналізувати такі чинники: потенціал підприємства, технічне оснащення, якість, ціна, продукція, обсяг продажів, фінансування, ресурси та персонал.

Таким чином, необхідно здійснити оцінку підприємства за трьома обраними напрямками та звести розрахунки до остаточного висновку про стан підприємства. Відповідно до факторів, які впливають на розробку маркетингової, фінансової та організаційно-технічної стратегій, використовуються матриці, які відображають становище підприємства в тій чи іншій ситуації та допомагають у процесі вибору конкретної стратегії розвитку. Елементом, який об'єднує всі три сфери, є тривимірний простір, який дає повний і загальний результат розробки стратегії розвитку підприємства.

**Література:** 1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 2000. – С. 344.  
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и практика / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2002. – С. 480. 3. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, А. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : Вильямс, 2002. – С. 576.