

*В.І. Шульгіна, доктор філологічних наук, професор
Д.О. Попик
(Національний авіаційний університет, Україна)*

Етапи розробки стратегії сталого розвитку бізнесу

Розглянуто стратегію сталого розвитку стратегію сталого розвитку бізнесу як необхідний елемент для досягнення тривалого успіху в умовах сучасних глобальних викликів. Окреслюються основні етапи розробки стратегії сталого розвитку, такі як визначення місії, бачення та цінностей компанії, встановлення довгострокових цілей, а також фінансових, операційних і маркетингових цілей. Особливу увагу приділено інтеграції економічних, екологічних та соціальних аспектів у загальну стратегію організації, що дозволяє створювати стійку цінність для всіх зацікавлених сторін.

Сталий розвиток стає все більш важливим елементом сучасного бізнесу, особливо в умовах глобальних екологічних викликів і зростаючого суспільного інтересу до відповідального ведення підприємницької діяльності. Організації, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними, повинні адаптувати свої бізнес-моделі, враховуючи не лише економічні, але й екологічні та соціальні аспекти. Стратегія сталого розвитку бізнесу полягає в інтеграції цих трьох вимірів у загальну стратегію організації, що дозволяє їй створювати довгострокову цінність для всіх зацікавлених сторін. Метою дослідження є аналіз та систематизація ключових етапів розробки стратегії сталого розвитку бізнесу. Дослідження спрямоване на виявлення основних факторів, що впливають на успішну інтеграцію екологічних, соціальних та економічних аспектів у бізнес-стратегію. Крім того, воно має на меті розробити практичні рекомендації для підприємств, які прагнуть досягти сталого розвитку в умовах сучасного ринку.

Уряди та міжнародні організації встановлюють жорсткіші регуляції в сферах охорони навколишнього середовища, прав працівників та корпоративного управління. Компанії, що займаються міжнародним бізнесом, повинні відповідати цим вимогам, щоб працювати легально і зберігати свої ліцензії. До того ж, зростає попит споживачів на етичні та сталий продукти і послуги. Споживачі дедалі більше приймають рішення про покупку на основі впливу компанії на навколишнє середовище та соціальних аспектів, що змушує бізнеси впроваджувати сталий практики для підтримки конкурентоспроможності.

Інвестори дедалі частіше розглядають сталість як критичний фактор при прийнятті інвестиційних рішень. Сталий бізнес часто вважається менш ризикованим і більш ймовірно здатним забезпечити довгострокову прибутковість, що приваблює більше інвестицій.

Визначення мети організації є ключовим елементом у процесі розробки стратегії сталого розвитку бізнесу. На цьому етапі визначаються бачення, місія та цінності компанії. Бачення організації формулює стратегічні прагнення на

майбутнє, в той час як місія зосереджується на обслуговуванні клієнтів, співробітників та інвесторів, включаючи основні цінності, такі як повага, ентузіазм або екологічна свідомість. Ці елементи стають фундаментом для подальшої розробки стратегії.

Наступним етапом є встановлення довгострокових цілей. Хоча короткострокові цілі важливі для оперативного управління, саме довгострокові цілі визначають загальний стратегічний напрямок компанії. Для цього використовуються різні методи, зокрема BHAG (Великі, Сміливі, Зухвалі Цілі), OKR (Цілі та Ключові Результати), SMART (Конкретні, Вимірювані, Досяжні, Релевантні та Обмежені в часі) цілі або MBO (Управління за Цілями). Ці методи дозволяють встановити чіткі орієнтири для майбутнього розвитку.

Важливим аспектом стратегічного планування є встановлення фінансових цілей. Чітко визначені фінансові цілі щодо прибутку, доходів та ринкової капіталізації дозволяють компанії зберігати стабільність і зростати в умовах мінливого ринкового середовища. Це включає мінімізацію коливань у фінансових показниках, збільшення економічного прибутку та залучення лояльних інвесторів.

Операційні цілі визначають конкретні кроки, необхідні для досягнення стратегічних довгострокових цілей. Ці цілі охоплюють такі аспекти, як управління матеріальними ресурсами, об'єктами, обладнанням, працею та процесами. Операційні цілі повинні бути конкретними і вимірюваними, щоб забезпечити їх ефективне виконання.

Маркетингові цілі є важливою складовою стратегії бізнесу, оскільки вони спрямовані на створення цінності для клієнтів. Ці цілі базуються на прагненні забезпечити високу якість продукції чи послуг, зниження витрат або розширення дистрибуції. Чітко сформульовані маркетингові цілі допомагають компанії розвивати конкурентні переваги та підтримувати їх у довгостроковій перспективі. Розв'язання проблем сталості допомагає компаніям зменшити ризики, пов'язані з дефіцитом ресурсів, змінами клімату та соціальною нестабільністю. Сталі практики можуть призвести до більш стійких ланцюгів постачання та операцій, зменшуючи ймовірність порушень.

Інтегрувати цілі та стратегії ESG (екологічне, соціальне та корпоративне управління) у бізнес-план надзвичайно сьогодні. Продовжуючи приклад з використанням води на ваших виробництвах, ви, ймовірно, матимете загальні цілі, що стосуються оптимального функціонування цих заводів, включаючи операційні витрати, якість продукції та заплановані капітальні інвестиції. Підвищення ефективності управління водними ресурсами на цих виробництвах повинно стати частиною загальних цілей, пов'язаних із виробничими процесами. Інвестування в покращення управління водними ресурсами може знизити витрати (менше споживання води, менше стічних вод, що знижує ймовірність зупинки виробництва через нестачу води) і покращити показники діяльності (підвищення репутації в громаді та поліпшення відносин із регуляторними органами тощо).

Для аналізу поточного стану компанії та визначення напрямків розвитку використовується SWOT-аналіз. Цей інструмент дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони організації, а також зовнішні можливості та загрози.

SWOT-аналіз є важливим етапом у процесі прийняття рішень щодо стратегічного планування.

Наступним кроком є розробка плану дій для реалізації стратегії. План дій включає конкретні кроки, які необхідно здійснити для втілення стратегії у практику. Він охоплює всі аспекти діяльності компанії, включаючи маркетинг, продажі, операційну діяльність та управління. Ефективний план дій дозволяє організації досягати своїх стратегічних цілей і адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Переслідування сталості може сприяти інноваціям, що веде до розробки нових продуктів, послуг та ринків. Це може відкрити нові бізнес-можливості, такі як відновлювальна енергетика, сталий сільське господарство та екологічні технології.

Як висновок варто зазначити, що сталий розвиток є не лише трендом, а необхідною умовою для тривалого успіху сучасного бізнесу. В умовах зростаючих екологічних викликів і соціальної відповідальності, підприємства повинні інтегрувати економічні, екологічні та соціальні аспекти у свою стратегію, щоб створювати стійку цінність для всіх зацікавлених сторін. Чітке формулювання місії, бачення та цінностей є основою для розробки стратегії сталого розвитку, а визначення довгострокових цілей, фінансової стабільності та інновацій допомагає організаціям досягти успіху на сучасному ринку.

Список літератури

1. Katherine Gleason — Alexander McQueen: Evolution, 2015, p. 216
2. 1999 Called and They Want Their Business Strategy Back | Show 198 Link: <https://share.transistor.fm/s/6fab759>
3. Porter, M. E. (1998). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press.