

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

студент групи АМм-31 Кундиус Н.О.

У сучасних ринкових умовах нашої держави екстраполяційне довгострокове планування не може бути інструментом коригування росту і розвитку підприємства. Дана ситуація пов'язана з тим, що Україна стала на шлях впровадження нових ринкових відносин, де будь-який ринок характеризується слабкою передбачуваністю умов функціонування організації. У зв'язку з цим виникає потреба у розробці та реалізації стратегії, яка є одним із необхідних атрибутів ефективного бізнесу [2]. Враховуючи те, що кожне підприємство створює власну стратегію, яка має свої особливості та відрізняється від стратегії подібних господарських суб'єктів, виникає потреба у вивченні особливостей її формування.

Особливості формування стратегії та її роль у діяльності підприємства висвітлені у роботах таких науковців як Євтухова С. М., Лисенко Н. О., Семенович А. І. та Фоломкина І. С. Значний внесок визначення особливостей формування та реалізації стратегії організації зробили Довбня С. Б., Тимейчук А. А., Хитько М. М. та Шершньова З. Є.

На сучасному етапі будь-яка стратегія є складним та комплексним елементом системи менеджменту підприємства, який повністю скопіювати практично неможливо. Адже вивчити, осягнути та чітко скопіювати всю стратегію, як комплекс взаємоузгоджених дій, які часто є прихованими, дуже складно і не ефективно. Більше того, кожна організація має певні унікальні особливості, які необхідно враховувати при формуванні стратегії [1]. Так, А. А. Тимейчук та З. Є. Шершньова виділяють філософську та організаційно-економічну основи формування і реалізації стратегії.

За філософським підходом стратегія розглядається як психологічно-символічна складова діяльності підприємства, де важливу роль відіграє корпоративна культура, соціально-психологічний клімат, цілі та місія організації. Стратегія розглядається як своєрідна філософія діяльності підприємства. Дана концепція визначає стратегію як важливий елемент діяльності підприємства, яка відіграє важливу роль та виступає як: стан, спосіб розвитку, знаходження балансу між зовнішнім та внутрішнім середовищем організації; особливість діяльності підприємства, що дає змогу ідентифікувати переваги, слабкі сторони, можливості та загрози, а також способи їх використання для тривалого розвитку і виживання організації; домінуючий елемент системи менеджменту підприємства, що дає змогу передбачати майбутнє та формувати чіткі способи його досягнення; спосіб мислення, канва прийняття важливих управлінських рішень, що вимагають спеціальної підготовки цього процесу, навичок та процедур та належного ресурсного забезпечення; відтворювальний елемент, що дозволяє досягти найкращих результатів, мотивуючи відповідним чином та об'єднуючи у команду усіх працівників підприємства [3].

Організаційно-управлінський аспект стратегії передбачає формування конкурентоспроможних заходів, методів, способів та дій на стратегічному рівні підприємства. Тобто стратегію розглядають з позиції узгодженості заходів та послідовності визначених дій, які виникають через хаос. Як результат, формування стратегії є своєрідним процесом організації та впорядкування діяльності, що вимагає дотримання таких правил як активне запровадження стійких культурних принципів діяльності, формування спільної команди з високим рівнем мотивованості, знаходження спільних інтересів та цілей між різними групами і командами підприємства [4].

Слід відмітити, що обидва аспекти взаємопов'язані між собою та забезпечують ефективне функціонування господарських суб'єктів.

Висновки. Незважаючи на інтенсивний розвиток економіки, основні елементи при формулюванні стратегії підприємства залишаються незмінними. Так, при організації підприємства та плануванні подальшого його діяльності керуються філософськими та організаційно економічними аспектами, які є важливими елементами функціонування організації.

Перспективи подальшого дослідження полягають у більш детальному вивченні практичного застосування концептуальних основ формування і реалізації стратегії.

1. Євтухова С.М. Стратегічний план як перспективний напрямок розвитку українського підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-catalog.mk.ua>.
2. Ставицький О.В. Особливості розвитку стратегічного управління в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Тимейчук А.А. Суть, значення та види стратегії та тактики взаємовідносин у системі «підприємство–податкова адміністрація». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: навчально-методичний посібник / З.Є. Шершньова. – К.:КНЕУ, 2004. – 669 с.

*Науковий керівник: асист. Самодай В.П.*

Кундиус, Н.О. Концептуальні основи формування стратегії підприємства [Текст] / Н.О. Кундиус; наук. кер. В.П. Самодай В.П. // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 275-276.