

внутрішніх факторів, які забезпечать рівновагу, ефективний розвиток та довгострокове економічне зростання. Все це потребує впровадження на підприємстві програми підвищення ефективності, яка повинна враховувати всі фактори стабільності та економічної ефективності розвитку підприємства.

Використані джерела

1. Абалкин Л. И. «Логика экономического роста». URL: www.elobook.com/.../2258-abalkin-li-logika-yekonomicheskogo-rosta.html. (дата звернення: 15.10.2020).
2. Кузьмін Є.Ф. Обґрунтування взаємозв'язку стійкості та стабільності економічних систем промислових підприємств у контексті їх адаптації до зовнішнього середовища. URL: http://eprints.kname.edu.ua/16756/1/240-244_Кузьмін_ЄЮ.pdf (дата звернення: 12.10.2020).
3. Родионова Н. В. Антикризисный менеджмент. М. : Изд. об. «ЮНИТИ-ДАНА», 2001. 223 с.

Дремух Ольга

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Костецька Н.І.)

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УМОВАХ ЗМІН

В сучасних умовах постійного розвитку соціально-економічних процесів на світовому рівні зростає роль стратегічного планування. Ускладнення розв'язуваних проблем, швидка зміна факторів зовнішнього середовища, значні витрати ресурсів на їх вирішення – все це вимагає ретельного опрацювання інформації аби передбачити, та прийняти правильні рішення у майбутньому.

Стратегічне планування – це не просто визначення стратегії. При ньому повинна бути звернена увага на культуру, структуру та системи в організації таким чином, щоб кожен елемент організації міг бути мобілізований для забезпечення ефективності стратегії, особливо в сучасних, постійно мінливих, умовах [1;2, с. 16].

У багатьох системах використовується визначення стратегічного планування подібне до визначення американського

вченого в галузі менеджменту А. Чандлера, який у своїй класичній книзі “Стратегія і структура” дає визначення стратегії, з якого стає зрозуміло, що стратегічне планування – це визначення головних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття на пряму дій та розподіл ресурсів, необхідних для виконання встановлених цілей [3, с. 16].

Аналогічне визначення стратегічного планування дають Голландська асоціація стратегічного планування (VSB), Р. Л. Дафт та багато інших вчених у галузі стратегічного управління [4; 5, с. 216]. Вони вважають, що стратегічне планування має, як правило, довгостроковий характер: дії розписуються на строк від двох до п'яти років наперед.

Для з'ясування сутності стратегічного планування також доцільно розглянути таке поняття, як “план”. Багато науковців не відокремлюють планування від менеджменту, стверджуючи, що, як планування, так і менеджмент (управління) – це по суті, одне й те ж: прийняття рішень щодо майбутньої діяльності фірми. Також зазначають, що “майже будь-яку роботу, щоб її взагалі зробити, треба спланувати, принаймні інформаційно і на кілька хвилин наперед” [6, с. 56].

Практика вживати слово “стратегія”, коли йдеться про планування і навпаки поширена в науковій літературі. Це пов'язано з тим, що стратегію часто визначають як план дій. “Стратегія – генеральний план дій, який визначає пріоритети стратегічних завдань, ресурси і послідовність кроків щодо досягнення стратегічних цілей” [7, с. 133]. “Стратегія – це план, що інтегрує в деяке узгоджене ціле такі компоненти: головні цілі організації; політику (цінності, філософію, ідеологію); застосовувані дії” [8, с. 20]. “Стратегія – це комплексний план діяльності підприємства, що розробляється на основі творчого науково обґрунтованого підходу і призначається для досягнення довгострокових глобальних цілей” [9, с. 9].

Багатьом підприємствам, що працюють у ринковій економіці,

критичну ситуацію створюють важко прогнозована динаміка ринку, виснаження внутрішніх ресурсів і зростання агресивності зовнішнього середовища, особливо у фінансовій сфері.

В сучасних мінливих ринкових умовах, на які безпосередньо вплинув COVID-19, всі підприємства стараються зберегти стабільність, виключити по максимуму ризики, ризикові стратегії, та діджиталізувати бізнес. Налагодження дистанційної роботи стало пріоритетним рішенням у всіх напрямках роботи. Для спрощення роботи багато підприємств вводить електронний документообіг та електронні підписи.

Отже, стратегія – це модель поведінки, спрямованої на досягнення поставлених цілей, набір правил для пошуку і використання можливостей. Стратегічний план – послідовність конкретних кроків та дій, інтегрованих у просторі та часі, що приводять до зміни поточного становища на бажане. План не має гнучкості й реалізується тільки за певних зовнішніх умов, стратегія застосовувана в будь-яких ситуаціях. План повинен постійно змінюватись залежно від змін у зовнішньому середовищі, тоді як стратегію потрібно змінювати тільки при внутрішніх змінах або за власним бажанням.

Стратегічне планування створює так званий міст у майбутнє і використовується для переходу організації від того, якою вона є в даний момент часу, до того, якою вона хоче бути в майбутньому. За своєю суттю стратегічне планування спрямоване на управління змінами і призначене дати відповідь на запитання: “як можна досягнути поставлених цілей?”

Можна стверджувати, що необхідність застосування стратегічного планування не викликає сумніву. В нашій країні склалися певні передумови для його розвитку, серед яких: необхідність реакції на зміни умов функціонування підприємств, потреба в об'єднанні різних напрямків діяльності підприємства в умовах розвитку процесів децентралізації та диверсифікації, наявність яскраво виражених конкурентних переваг і необхідність

їхньої підтримки або їхстворення, посилення конкуренції, інтернаціоналізація бізнесу, розвиток зв'язків з підприємствами, які використовують систему стратегічного планування, посилення інноваційних процесів, генерація та швидкеосвоєння підприємствами нових ідей тощо.

Використані джерела

1. Хасси Д. Стратегия и планирование. С.Пб.: Питер, 2001. 384 с.
2. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
3. Chandler A. D. Strategy and Structure. MIT Press, Cambridge, Mass., 1962.
4. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство. Возможности для будущего процветания: Пер. с англ. М.: Финпресс, 2000. 271 с.
5. Дафт Р. Л. Менеджмент. С.Пб., 2000. 832 с.
6. Ansoff I. The State of Practice Planning Systems. *Sloan Management Review*. 1977. Winter. P. 1-24.
7. Управление организацией: учебник /под ред. А. Поршнева, З. Румянцевой, Н. Саломатина. М.: ИНФРА-М, 2008. 735 с.
8. Гершун А., Горский М. Технологии сбалансированного управления. М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2005. 416 с.
9. Гордієнко П. Стратегічний аналіз : навч. посіб. К.: Алерта, 2006. 404 с.

Задвірний Назарій

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Білан О.С.)

ЕТАПИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах корпоративна культура є стратегічним чинником розвитку сучасних партнерських соціально-трудоких відносин та корпоративної поведінки. Корпоративна культура –це діяльність з формування «душі організації», її позитивного духу і творчої енергії [3]. Практика роботи багатьох підприємств свідчить, що ділова єдність напряду залежить від духу та атмосфери, які сформувалися на підприємстві. Робота злагодженої команди