

**Шевкун Д. А.,**

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
четвертого курсу спеціальності: 073 менеджмент,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., ст.. викладачка Чмут А.В

## **ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ**

Формування і реалізація стратегії діяльності підприємства у бізнес середовищі є актуальною темою, тому що стратегія підприємства є основою діяльності будь-якого бізнесу, за допомогою стратегічного планування на підприємстві зважується комплекс проблем, пов'язаних з цілеспрямованою переорієнтацією випуску продукції нової номенклатури й асортименту, впровадженням і використанням нових технологій, розвитку маркетингу, удосконалюванням структури керування підприємством, своєчасною і якісною підготовкою і перепідготовкою кадрів.

Підприємство представляє себе, як самостійний господарюючий об'єкт, особливий вид діяльності, специфічний фактор виробництва, певний тип та стиль господарювання, в основі якого лежить ряд умов і угод, для того, щоб здійснювати виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку [3].

Для того , щоб досягти зростання обсягів діяльності кожному підприємству необхідно сформувати власні стратегії розвитку .

Стратегії підприємства – які також можна зустріти ,як конкурентні стратегії , можуть визначити, як кожне окреме підприємство буде конкурувати на своєму відповідному ринку та в галузі. Кращі стратегії підприємства, особливо для первинних підприємств, є обов'язковими для успіху бізнесу, оскільки вони пов'язують бізнес з його ринками [1].

Стратегія – це не планування. Стратегія полягає в тому, щоб приймати розумні стратегічні рішення, оскільки світ навколо нас змінюється, і діяти в режимі реального часу. Щоб допомогти організації мислити та діяти стратегічно щодня, а не раз на кілька років, потрібно розглянути ці п'ять принципів розробки стратегії:

- Дослідити внутрішнє середовище організації.

Як окремі особи чи як організації, ми іноді забуваємо пам'ятати, хто ми є. Для окремих людей згадування може означати проведення часу зі старим другом або братом або сестрою, кимось, хто повертає вас до вашого фундаментального «я». Для організацій це означає час із радістю та керівництвом, щоб переглянути найосновніші елементи організації: її місію, клієнтів, сферу обслуговування, програми та фінансування [2].

- Дослідити власний ринок.

Досліджувати власний ринок означає знати, хто ще працює у цьому «просторі» та порівняння організації. Правління та персонал можуть мати одне бачення того, як складається організація, клієнти, колеги, спонсори, політики та навіть конкуренти можуть мати інше. Обидві точки зору є критичними [2].

- Досягти успіху завдяки сильних сторон.

Найкращий підхід до розробки стратегії полягає в тому, щоб використовувати організаційну ідентичність, розглянуту в першому принципі, щоб направляти вас робити більше того, що ви вмієте найкраще. Інша частина дослідження внутрішнього середовища організації - це знання того, чим організація відрізняється від інших -конкурентна перевага даної організації. Дізнавшись у чому полягає конкурентна перевага, потрібно робити це більше! Знання того, де організація справді перевершує, допоможе найкраще конкурувати від імені конкретної місії та мати найбільший вплив на ресурси певної компанії [2].

- Розробити критерії прийняття рішень

Стратегія полягає в тому, щоб робити вибір, і одним із найважливіших інструментів, який неприбуткові організації можуть використовувати для прийняття стратегічних рішень, є стратегічний екран.

Екран стратегії - це список критеріїв або стандартів, за якими потрібно перевіряти різні стратегічні варіанти. Завдяки цьому екрану критерії прийняття рішень стають видимими та чіткими, допомагаючи тримати всіх на одній сторінці та рухатися в одному напрямку.

-Розробити питання необхідності

Кожна організація стикається з «великими питаннями». Іноді вони виникають у формі можливості (некомерційна організація X звернулася щодо потенційного злиття), іноді у формі конкурентного виклику (некомерційна організація Y запускає конкуруючу програму), а іноді у формі виклику бізнес-моделі (кількість учасників зменшується, а дані, які раніше були конкурентною перевагою, тепер є загальнодоступними в Інтернеті). Великі запитання можуть виникнути в будь-який час і часто виводять за межі поточних стратегій.

Отримавши цю інформацію, можливо перевірити потенційні стратегічні реакції на екрані стратегії. Завдяки цим п'яти принципам компанія буде добре підготовлена до розробки стратегії в реальному часі, коли це потрібно.

Отже, таким чином стратегія має велику значимість у формуванні бізнесу, вона дозволяє розробити план дій та виходячи з глобальних ідей та поставлених цілей підприємства досягнути певної мети. Також стратегічне планування є тим завдяки чому багато підприємств зможуть стабілізувати свою діяльність і отримати необхідний імпульс для подальшого розвитку.

### **Список використаних джерел**

1. Іванов Ю., Тищенко Б. О. М. Стратегія підприємства: Підручник Х. : ВД «ІНЖЕК», 2009. 560 с.
2. Strategic Implementation. URL <https://www.studysmarter.co.uk> (дата звернення 15.03.23)
3. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління [навчальний посібник]. К.: КНЕУ, 1999

4. Bilan Y., Nitsenko V., Ushkarenko I., Chmut A., and Sharapa O. Outsourcing in International Economic Relations. *Montenegrin Journal of Economics*, 2017. Vol. 13. No. 3, pp 175-185.