

надавати адресну підтримку підприємствам в таких сильно постраждалих секторах, як туризм.

В Тайланді Державний ощадний банк буде спонсорувати пільгові кредити для туроператорів. Уряд також відкрив програми професійної підготовки самозайнятих працівників у сфері туризму.

Туристична галузь не вийде з кризи COVID-19, не зазнавши повторних шоків. Однак вона відома своєю здатністю протистояти економічним спадам і кризам, як це було під час епідемії атипової пневмонії (SARS) в 2003 році і в період глобальної фінансової кризи 2008-2009 рр. Тому галузь може зіграти ключову роль в поживленні світової економіки після завершення кризи.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт World Travel & Tourism Council (WTTC). URL: <https://wttc.org/>
2. Офіційний сайт Міжнародної організації праці. URL: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/>
3. Гайдук А.Б. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>

Лебедєв Д. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Поняття «стратегія» увійшло в теорію стратегічного менеджменту у 50-х роках ХХ ст., коли особливого значення набула проблема швидкої реакції на зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі. Термін «стратегія» має військове походження від грецького *strategia* (стратос – військо, аго – веду). Стратегія означала військове мистецтво, яке базувалось на теоретичних основах планування, підготовки і проведення великих військових операцій із заздалегідь сформульованими стратегічними завданнями [1, с. 4].

Стратегія представляє комплексний всебічний та детальний план, призначений для забезпечення втілення місії організації в життя, а також досягнення її цілей.

Існує декілька базових тезисів, які відносяться до стратегії, які найвище керівництво має зрозуміти і, що більш важливо, прийняти. Перш за все, стратегія формується та розробляється керівництвом, проте реалізація її в життя передбачає участь управлінців всіх рівнів. Стратегічний план має базуватись на великій кількості досліджень та актуальної інформації. Визначеність та індивідуальність, яку стратегічний план надає підприємству, дозволяє залучати лише необхідних працівників, не залучаючи працівників інших типів.

Тому стратегічне планування є найважливішою складовою частиною управління підприємством. Сутністю стратегічного планування є досягнення організацією поставленої стратегічної цілі.

До побудови стратегічного плану висувається ряд вимог [1, с. 202-203]:

1. Стратегічний план має бути підкріпленим масштабними дослідженнями та фактичними даними.

2. Стратегічний план повинен надати підприємству індивідуальність, визначеність, адже це дозволить забезпечити конкурентоспроможну позицію на ринку.

3. Стратегічний план має залишатися цілісними протягом тривалих періодів часу, але при цьому бути досить гнучким, оскільки за певних обставин буває необхідно здійснити його модифікацію або переорієнтацію.

Метою стратегічного планування є встановлення певного порядку дій для підготовки ефективного функціонування конкурентоспроможного підприємства.

Принципи планування необхідні для розробки нових підходів до планування. Принципи планування – це загальні правила здійснення процесу розробки планів і їх взаємоузгодження по «рівнях планування» [1, с. 203-204].

Принципами стратегічного планування є [1]:

- 1) цілевстановлення або цілереалізація;
- 2) багатоваріантність, альтернативність і селективність;
- 3) глобальність, системність, комплексність і збалансованість;
- 4) послідовність;
- 5) безперервність;
- 6) наукова і методична обґрунтованість;
- 7) реалістичність, досяжність;
- 8) гнучкість, динамічність;
- 9) ефективність і соціальна орієнтованість;
- 10) кількісна і якісна визначеність;
- 11) довгостроковість заходів.

Стратегічний підхід до управління підприємством визначає певну роль і місце стратегії діяльності в загальній системі управління підприємством [2, с. 123].

При розробці стратегічного плану треба пройти такі основні етапи.

Формулювання місії. Місія є загальною ціллю підприємства, що визначає причину та призначення його існування. Вона визначає бізнес підприємства, забезпечує напрям та орієнтири при формулюванні його цілей та стратегій на різних організаційних рівнях.

Аналіз зовнішнього середовища допомагає розробникам стратегічного плану контролюють зовнішні, по відношенню до підприємства, фактори для визначення нових можливостей та загроз для його розвитку.

Оцінка сильних і слабких сторін діяльності підприємства та його конкурентоспроможності. Для оцінки найчастіше застосовуються методи стратегічного аналізу. За способом виконання виділяють індикаторні та матричні методи.

Формування системи стратегічних цілей розвитку підприємства, яка визначає конкретний кінцевий стан, якого прагне підприємство.

Розробка стратегічних альтернатив розвитку підприємства та вибір найбільш оптимальної із них. Такі альтернативи включають: стратегію стабільності, стратегію зростання, стратегію скорочення і комбіновану стратегію, що складається з сукупності попередніх (двох або трьох).

Впровадження заходів, спрямованих на реалізацію обраного варіанту стратегії. Для забезпечення скоординованих дій відповідальних виконавців по досягненню бажаного результату ефективного розвитку підприємства, а також загального підходу до його досягнення, вище керівництво підприємства мусить розробити додаткові організаційні рішення, які допоможуть досягти цілей та організувати реалізацію стратегічного плану.

Моніторинг ходу реалізації стратегії, її коригування за необхідності. Контроль за реалізацією стратегії та оцінка ефективності її впровадження є одним із етапів процесу стратегічного управління. Результативність цього контролю визначається і досягається за допомогою аналітичних інструментів.

Список використаних джерел:

1. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В. Стратегічне управління. К.: ЦУЛ, 2019. 272 с.
2. Олійник Л.І., Кузнецова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. Економіка і організація управління, 2018. № 3(31). С. 118-126.
3. Гринько Т. В. Формування та впровадження системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних умовах господарювання / Гринько Т. В., Кащіна К. С. // Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; Київ: КНЕУ, 2019. – № 43. – pp. 104–114.
4. Гринько Т.В., Андросова І.О. Підходи до впровадження стратегічного планування на торговельних підприємствах. *Проблеми економіки*. № 4 (46), 2020. С. 146-154.

Литвиненко Ю. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На сьогоднішній день багато компаній мають корпоративні стратегії, але не всі їх правильно та ефективно можуть реалізувати. Найчастіше, стратегічний план допомагає компаніям відмовитися від того, що у них не виходить, заради того, щоб краще сконцентрувати свої механізми впливу на те, чим вони займаються найкраще.