

ПАНТЕЛЄЄВ М.С., к.т.н., доц., НТУ «ХП»

ШМАТЬКО Н.М., к.е.н., доц., НТУ «ХП»

СТАРИКОВСЬКИЙ С.В., магістрант, НТУ «ХП»

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Згідно ст. 62 Господарського кодексу України, сутність поняття «підприємство» наступне: «Підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентними органами державної влади або органами місцевого самоврядування або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому законодавством».

Таким чином, підприємство - це свідоме, систематизоване об'єднання людей, створене для досягнення певних цілей. Підприємство є відкритою системою, вбудованою в ринкове середовище. Досягнення цілей підприємства передбачає використання ресурсів, управління ними, перетворення ресурсів в кінцевий продукт і передачу продукту в зовнішнє середовище. При цьому, управління стає синонімом поняття «менеджмент», тобто процесом планування, організації, мотивації і контролю, необхідного для того, щоб сформулювати і досягти цілей організації. Як відкрита система, життєздатність підприємства нерозривно пов'язана з процесом його розвитку [1, 2], тобто незворотними, спрямованими, закономірними змінами, в результаті яких виникає новий якісний стан об'єкта, зміна його складу або структури, тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів або зв'язків.

Саме спрямованість підприємства на досягнення цілей, задоволення потреб ринку і особистих потреб колективу, забезпечення життєздатності підприємства в довгостроковому періоді, підтримка і зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, адаптивність, ефективність, особливий характер аналізу зовнішньої та внутрішнього середовища підприємства а також ряд інших складових, визначає стратегічний контекст у діяльності підприємства.

У широкому сенсі стратегія - це напрямок досягнення мети. Якщо мета - це орієнтир, до якого спрямовується підприємство, то стратегія - це шлях його досягнення.

Стратегічний контекст у діяльності підприємства наочно відображається в системі знань щодо стратегічного управління, які розроблені у так званих «Школах стратегічного менеджменту»: формування стратегії як процесу осмислення (школа дизайну); формування стратегії як формального процесу (школа планування); формування стратегії як аналітичного процесу (школа позиціонування); формування стратегії як процесу передбачення (школа підприємництва); формування стратегії як ментального процесу (когнітивна школа); формування стратегії як процесу, який розвивається (школа навчання); формування стратегії як процесу ведення переговорів (школа влади); формування стратегії як колективного процесу (школа культури); формування стратегії як реактивного процесу (школа зовнішнього середовища) та формування стратегії як процесу трансформації (школа конфігурації).

Підґрунтям стратегічного контексту у діяльності підприємства є спеціалізований аналіз його зовнішнього і внутрішнього середовища та особливий механізм прийняття і реалізації адекватних управлінських рішень, що впливає з такого аналізу.

Список літератури:

1. *Побережний Р.О.* Сутність стратегій розвитку підприємства: класифікаційний аспект / *Р.О. Побережний* // Науковий журнал Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика». – 2016. – Вип. 5-1 (05). – Ч. 1. – С. 129-135.
2. Стратегии инновационного развития экономики. Современные инновационные трансформации. : кол. моногр. / под научн. ред. *П.Г. Перервы, О.И. Савченко.* – Х. : ТОВ «Щедра садиба плюс», 2013. – Ч.1. – 243 с.