

Гайворонська А.О.,
магістрантка спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» групи ОКД-22М
В'юник О.В., к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Бізнес – це підприємницька діяльність, що не може суперечити закону і має на меті отримання прибутку [2]. Будь-яка підприємницька діяльність відіграє важливу роль в економічному розвитку країни, так як бізнес займає велику частку в структурі ВВП, наповнює державний бюджет та створює робочі місця для суспільства [3].

Сучасна операційна ситуація багатьох компаній характеризується високим рівнем гострої конкуренції, динамікою ринкових умов, суттєвими змінами в макросередовищі, технологічним прогресом, швидким застаріванням знань, переходом від індустріальної економіки до постіндустріальної. В Україні стратегічні пріоритети розвитку підприємства мають бути зосереджені не лише на прискоренні повернення інвестицій, встановленні цін на товари, збільшенні акціонерної вартості та виході на нові ринки. На сьогодні, варто також зосередитись на подоланні економічної кризи в країні та критичного стану на підприємствах.

Сучасні методи та підходи стратегічного управління можуть бути успішно використані за умови врахування ризиків виникнення кризових ситуацій. Саме це може забезпечити стабільне управління та позитивні перспективи зростання.

Фактори стратегічного розвитку організацій використовуються в різних галузях господарської діяльності, у виробництві, збуті, менеджменті та в економіці в цілому. У сучасному бізнесі необхідно враховувати наступні фактори: зовнішнє та внутрішнє середовище, інтенсивність та життєздатність конкурентного середовища, інтенсивність і гостроту конкуренції, а також маркетинговий і управлінський потенціал. Для ефективного розвитку стратегії підприємства необхідно дотримуватись та слідкувати за деякими аспектами: вивчення ринку, споживачів та їхніх вимог до продукту. Всі ці аспекти повинні бути вдосконалені. Тільки так стратегія розвитку підприємства стане ефективною та буде вдосконалюватись [1].

У сучасних умовах в Україні стратегічним пріоритетом розвитку підприємства є зменшення поточних ризиків та запобігання загроз на підприємстві. Відповідно, було прийнято Постанову КМУ №305 від 17.03.2022 р., що регулює свободу власності вітчизняних підприємств, установ та організацій [4].

Підприємництво на сьогодні є основою сильної національної економіки. І вже сьогодні українські підприємства замислюються над післявоєнною відбудовою та визначають можливості своєї діяльності. Однак у розвитку торгівлі в Україні є кілька проблем, зокрема: низька конкурентоспроможність виробників, низька якість та обмежений асортимент товарів, складні процедури митного оформлення та високі податки на імпортованих товарів, недостатній розвиток логістики, високі податки на імпортованих товарів.

На сьогодні, український уряд приділяє увагу розвитку торгівлі, зокрема, у сфері митниці та торгівлі запроваджено реформи, зменшено податковий тиск для компаній, створено інвестиційну програму розвитку торгівлі [7]. Також розвиток електронної комерції дає українським підприємцям і виробникам можливість просувати свою продукцію на зовнішніх ринках і залучати нових клієнтів через Інтернет.

Сенс стратегічного розвитку підприємництва у післявоєнний період полягає у тому, щоб розуміти причини, наслідки та значення для країни в цілому та її працівників, розуміння загальних ключових тенденцій та процесів у бізнес-середовищі та врахування

можливих ризиків у бізнес-процесі [5]. Однак, для більш успішного розвитку торгівлі в Україні необхідно звернути увагу на кілька важливих аспектів. Перш за все, важливо підвищити якість товарів і послуг, які пропонуються на ринку. Для цього необхідно створити відповідні умови для підвищення якості продукції, зокрема, необхідно здійснювати систематичний контроль якості та сертифікацію товарів.

Другим найважливішим аспектом є підвищення конкурентоспроможності виробників і продавців. Це вимагає сприяння розвитку малих і середніх підприємств і надання такої підтримки, як доступ до фінансування, навчання та консультації.

Третій важливий аспект – це розвиток електронної комерції та торгівлі в Україні. Необхідно створити відповідну інфраструктуру та законодавчу базу для підтримки електронної комерції і надання споживачам швидкого та надійного підключення до Інтернету [8]. Крім того, важливо залучати молодь та молодих підприємців до розвитку торгівлі, зокрема, створювати сприятливі умови для їх підтримки та розвитку.

Під час фази відновлення підприємства пропонується реалізувати стратегії стабілізації, повністю або частково змінити бізнес-структуру, побудувати нові операційні моделі та вдосконалити бізнес-процеси [6].

Незважаючи на складну ситуацію, пов'язану з активними бойовими діями, держава підтримує розвиток підприємств в Україні. Уряд створює умови для зменшення негативних наслідків погіршення економічної ситуації в країні шляхом створення нових законів і програм. Отже, можна стверджувати, що дії держави є раціональними та спрямованими на здорове відновлення, функціонування та розвиток підприємств. Підсумовуючи, зазначимо, що розвиток торгівлі в Україні має великий потенціал для покращення економічної ситуації в країні та рівня життя її населення. Проте для досягнення цієї мети необхідні такі важливі фактори, як підвищення якості товарів і послуг, підвищення конкурентоспроможності виробників, розвиток електронної комерції, створення сприятливих умов для молодих підприємців, залучення інвестицій у промисловість. Такі заходи допоможуть зберегти популярність традиційних транзакцій і сприятимуть розвитку нових форм розподілу, особливо електронних транзакцій. А це позитивно вплине на економічний розвиток України та покращення якості життя її громадян.

Література:

1. Сокиринська І.Г., Хохлова О.В. Аспекти стратегічного розвитку підприємства. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». 2011. №4. С.165-168.
2. Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81> (дата звернення: 21.05.2022).
3. Кашперська А.І. Ринок роздрібної торгівлі України: стан і тенденції розвитку. Бізнес Інформ. 2021. №4. С. 120-127.
4. Про особливості роботи акціонерного товариства «Укрпошта» в умовах воєнного стану. Постанова КМУ від 17 березня 2022 р. №305. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/305-2022-%D0%BF#Text>.
5. Жарикова А. Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати «на закордон». Економічна правда. 2022, 27 вересня. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/27/691914/>.
6. Ключові результати дослідження стану та потреб українського бізнесу. URL: <https://cid.center/key-results-of-the-study-of-the-state-and-needs-of-ukrainian-business/>.
7. Литвиненко А.О., Литвиненко О.Д. Міжнародна торгівля в умовах цифровізації глобальної економіки. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №9. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8256>.
8. Lytvynenko A., Lytvynenko O. Formation of the strategy of the company in international business // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». 2023. №2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-2-8585>.