

гуманітарна допомога – загалом більше 3 млрд грн, бізнес надавав продукти громадам, організував процес евакуації населення, допомагав з логістикою, передав понад 60 тисяч літрів палива для транспорту, фармбізнес забезпечував населення на території бойових дій ліками та ін.;

сплата податків наперед – десятки компаній перерахували авансом податки на суму майже 4 млрд грн, більшість з них це ІТ-компанії;

інформаційний спротив – це робота над розповсюдженням правди про війну у всьому світі, проведення інтернету й ТБ у бомбосховища й укриття тощо;

піклування про власних співробітників – організація релокейту працівників у західні області, створення можливостей для віддаленої роботи в офісах, намагання зберегти робочі місця й заробітну плату;

ІТ-підтримка – надання безкоштовного доступу до існуючих сервісів й створення нових, які є актуальними для сьогодення українців (повідомлення про повітряну тривогу, волонтерство, допомога аграріям та ін.).

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність (КСО) – це бажання й усвідомлена необхідність підприємствами України активно здійснювати прямий та опосередкований вплив на економічну, екологічну та соціальну системи, в які вони вбудовані. Така відповідальність вітчизняного бізнесу у воєнний час допоможе прискорити нашу перемогу!

УДК 330.341.1

Христенко О.В., к.е.н., доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному світі інноваційна діяльність становить фундамент ефективності та стабільності економічного зростання підприємства. Особливого значення нині набувають питання з вирішення проблем, пов'язаних з інноваційним розвитком економіки, усунення застарілих методів керування, вдосконалення структурних та організаційних відносин, тощо. Значну увагу в наш час надають спроможності підприємств здійснювати стратегічне планування інноваційного розвитку з можливістю не лише отримати прибуток, а й протистояти чинникам впливу зовнішнього середовища.

Стратегічне планування є відносно самостійною підсистемою інноваційного менеджменту та охоплює комплекс характерних правил, потоків, засобів, правил, що спрямовані на розробку та реалізацію планів. Формування стратегічного плану відбувається спираючись на підсумки досягнення попередніх ступенів інноваційного менеджменту.

Планування як процес визначає сукупність дій та рішень в конкретній послідовності досягнення цілей з огляду на потужності та можливості використання ресурсів найбільш раціонально, як окремим підрозділом підприємства, так і організацією в цілому. Таким чином, даний процес вимагає узгодження дій окремих структурних підрозділів, враховуючи весь технологічний ланцюг [1].

Процес стратегічного планування істотно відрізняється від інших видів планування. Його головна відмінність – вектор спрямування, оскільки базується на прийнятті управлінських рішень, порівнюючи стан, що існує з майбутнім, на відміну від традиційного планування, де зв'язок спирається на теперішній стан з минулим. Таким чином, стратегічне планування – це планування на перспективу, з урахуванням найбільш радикальних можливостей змін.

Загалом стратегічне планування вирішує наступні питання: «Що робити?», «Хто буде робити?», «Коли це слід робити?», «Які методи досягнення цілей слід використати?».

Мета стратегічного планування інноваційного розвитку – формування упорядкованості заходів, щодо ефективної діяльності підприємства з міцними конкурентними позиціями на ринку.

Реалізація мети можлива за умови дотримання ключових принципів стратегічного планування:

встановлення цілей та їх реалізація – усі завдання та шляхи їх реалізації, визначені наперед. Їх спрямування безпосередньо стосується формування і досягнення цілей;

багатоваріативність, альтернативність, селективність – принцип ґрунтується на реакції відносно змін середовища через перехід на визначені завчасно альтернативні варіанти;

системність, комплексність, глобальність, збалансованість – спрямованість стратегії на висвітленні всіх аспектів моніторингу, зв'язки між ними, зосередження на зміні ситуації всередині та за межами компанії, складова планування, що формує систему рішень;

послідовність, наступність – зміни стратегії повинні здійснюватись згідно конкретного регламенту, враховуючи особливості результатів;

безперервність – процес діяльності підприємства, що забезпечує уникнення перешкод, які можуть повернути організацію на початкові позиції;

наукове і методичне обґрунтування – застосування загальнонаукових і методичних підходів допомагає створювати конкретні проекти відповідно до зовнішніх та внутрішніх параметрів середовища;

досяжність і реалістичність – стратегічні плани враховують експлуатаційні характеристики об'єкта та можливість досягнення певних параметрів для розробленого матеріалу;

динамічність, гнучкість, реакція на ситуацію – прийняття до уваги властивостей часу та їх зміни в процесі діяльності;

ефективність, соціальна орієнтованість – реалізація плану з можливим перевищенням передбачених показників та участь у вирішенні проблем виробничого та соціального характеру;

кількісна та якісна визначеність – формування ключових орієнтирів, зважаючи на сутність завдань, що необхідно виконати;

довгостроковість заходів – зосередження уваги на вирішенні проблем довгострокової перспективи [2].

Таким чином, дотримуючись зазначених принципів підприємство підвищує свої конкурентні позиції, якнайшвидше досягає цілі, підносить інноваційну діяльність, забезпечує прийняття рішень на всіх стадіях циклу, здійснює контроль та координує ефективність отриманих результатів.

Планування стратегії інноваційного розвитку передбачає зміни в процесі діяльності, зокрема вирішення проблем, що пов'язані з удосконаленням системи управління, підвищенням кваліфікації працівників, запровадженням нових технологій, розвитком маркетингу, розширенням каналів збуту, зміною асортименту продукції, розширенням номенклатури товару або повною переорієнтацією виробництва та ін.

Організація процесу стратегічного планування та його управління зводиться до створення умов, необхідних для реалізації задумів, що забезпечують розвиток підприємства.

Слід відмітити, що велика кількість закордонних підприємств звертається до стратегії інноваційного розвитку в разі криз та безнадійних ситуацій. Саме стратегічне планування допомагає змінити підприємство та удосконалити його. Основні передумови для переходу підприємства до стратегічного планування інноваційного розвитку наступні:

посилення інноваційних потужностей;

продуктивність та пришвидшення процесу опанування змін;

необхідність інтеграції напрямів діяльності;

посилення конкурентних переваг, створення або підтримка лідируючих позицій;

потреба інформування умов зовнішнього середовища;
потреба гнучкої системи керівництва;
налагодження зв'язків з досвідченими організаціями вітчизняного та
інтернаціонального бізнесу;
потреба висококваліфікованих кадрів;
розвиток практичних науково обґрунтованих напрямів досягнення цілей.

Отже, стратегічне планування інноваційного розвитку – необхідна умова для підприємств, що шукають вихід зі складних ситуацій або прагнуть зайняти бажану конкурентну позицію на ринку. Процес полягає у виявленні і формуванні комплексу цілей, завдань і напрямів, що формують уяву про бажаний стан підприємства в перспективі.

Список використаних джерел

1. Єфремов О.С. Особливості стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 4 (Т. 2). URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_4_2/pdf/069-074.pdf
2. Бреус С.В., Шатненко Л.О. Стратегічне планування інноваційного розвитку промислового підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. №18. С. 292-301. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/41.pdf. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-41>

УДК 338.46

Цвілий С.М., к.е.н., доцент

Національний університет «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)

ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ВИДІВ ТУРИЗМУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Види туризму мають велике значення для прогнозування цільових орієнтирів сталого розвитку туристичної сфери. Вони допомагають дослідити попит на туристичні послуги і сформувані тренди на ринку, реалізовувати комплексні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази. До традиційних видів туризму доцільно віднести: рекреаційний; екскурсійний; оздоровчий; діловий; освітній; сільський; науковий; екологічний; релігійний; шопінг-туризм та інші альтернативні форми [1].

За воєнних дій в Україні сучасні тренди світової туристичної індустрії перебувають в умовах пасивної трансформації під впливом новітніх факторів та змін у навколишньому середовищі підприємств та глобальних правил бізнесу. Зараз відбувається формування парадигми туризму на поточне сторіччя, що вимагає від галузі інноваційності та використання творчих підходів, нестандартних рішень, готовності до переходу на інший рівень надання послуг. Тому поряд з існуючими видами туризму, з'являються світові тренди туристичної індустрії, які повинні більше задовільнити зростаючі потреби споживачів даної послуги. Поява нових напрямів була затребувана вже після тривалої пандемії COVID-19 та пролонгованих карантинних обмежень.

До світових трендів розвитку туристичної індустрії віднесено: workations (поєднання роботи, навчання й відпочинку); соло-туризм (подорожі наодинці); онлайн-тури (поєднання реального відчуття та віртуального враження); bleisure (поєднання бізнес-подорожі та відпочинку); міні-подорожі (подорожі вихідного дня); внутрішній туризм (відвідування локацій в межах країни); велнес-туризм (туризм здорового способу життя для відновлення фізичних та духовних сил). Вітчизняна війна, без сумніву, докорінно змінює всі обставини функціонування міжнародної туристичної індустрії, готує спільноту мандрівників до того, що перспективні тренди або вже з'явилися, або знаходяться в стані зародження, і потрібно негайно дослідити вектор розвитку потреб споживачів туристичних послуг.