

4. Hviniashvili, T. Changing the paradigm of strategic enterprise management in a digital economy. *Економічний простір*. 2021. № 172. С. 23-28.
5. Grynko T., Hviniashvili T., Filippova V. Change management in business structures under the conditions of digitalization. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.22>.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Дубініна Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФОРМУВАННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ
СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Стратегічний розвиток є одним із ключових аспектів успішного функціонування будь-якого підприємства у сучасних умовах конкурентного бізнесу. Формування та обґрунтування стратегічного розвитку стає необхідністю для підприємств у змінному та непередбачуваному економічному середовищі. Підприємства повинні постійно адаптуватися до змін на ринку, прогнозувати та аналізувати тенденції, розробляти стратегії для досягнення конкурентної переваги та забезпечення сталого розвитку [1-2].

У цьому контексті цілком розумно розглядати формування та обґрунтування напрямів стратегічного розвитку як важливий етап у життєвому циклі будь-якого підприємства. Визначення стратегічних напрямків дозволяє підприємству чітко визначити свої цілі та завдання, спрямовані на досягнення успіху у довгостроковій перспективі.

Впровадження ефективної стратегії розвитку в сучасних умовах вимагає комплексного стратегічного аналізу. Відповідність обраної стратегії до стратегічних цілей бізнесу або території розвитку може бути досягнута лише за умови глибокого розуміння внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Успішне втілення стратегії потребує чіткого розуміння та впровадження всіх аспектів стратегічного планування. Тому етап розробки механізму реалізації стратегії вважається критичним для досягнення стратегічних цілей та забезпечення успіху підприємства [3].

В цьому проявляється його організаційне забезпечення – аспект включає підготовку внутрішніх структур та процесів підприємства до втілення стратегії,

і передбачає розробку необхідних організаційних структур, розподіл відповідальності та управління комунікаціями всередині підприємства; правове забезпечення – всі дії, пов'язані з реалізацією стратегії, повинні відповідати законодавству країни, що означає дотримання всіх відповідних правових норм та стандартів; ресурсне забезпечення – стосується забезпечення всіх необхідних ресурсів, необхідних для реалізації стратегії, таких як фінансові, матеріальні, людські та технічні ресурси; методичне забезпечення – надання чітких методичних рекомендацій та інструкцій щодо досягнення мети стратегії, а саме розробку методик, алгоритмів та інших інструментів, які сприятимуть успішному впровадженню стратегії; мотиваційне забезпечення – відноситься до мотивації персоналу для успішної реалізації стратегії, щодо створення стимулюючих програм, нагород та інших заохочень для працівників; контроль-аналітичне забезпечення – контроль за всіма етапами впровадження стратегії, а також аналіз результатів, що дозволяє вчасно виявляти проблеми та змінювати стратегію за необхідності [4].

Сучасні умови конкуренції вимагають від підприємств високої якості та конкурентоспроможності їхніх товарів або послуг щоб забезпечити задоволення попиту споживачів. Тому стратегічне управління включає в себе розробку та реалізацію довгострокових планів та стратегій, спрямованих на досягнення поставлених цілей у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Звідси стратегічне управління є ключовим інструментом для підприємств у гострій конкурентній боротьбі на ринку. Воно дозволяє підприємствам адаптуватися до наявних змін у середовищі, ефективно використовувати свої ресурси та досягати стійкого успіху в умовах непередбачуваності та змін.

Враховуючи сучасне конкурентне середовище, підприємство проводить аналіз ринку та позиції конкурентів, визначаючи свої сильні та слабкі сторони порівняно з іншими численними учасниками ринку. Це допомагає виявити потенційні можливості для підвищення рівня конкурентоспроможності та розробити відповідні стратегії для зайняття лідерської позиції. Проте, реалізація стратегії вимагає не лише точного розуміння зовнішнього середовища, але й внутрішніх можливостей та обмежень підприємства. Тому важливо мати чіткий механізм внутрішнього управління, який дозволяє ефективно використовувати

ресурси та забезпечувати відповідність стратегії організаційним цілям. Таким чином, завдяки формуванню механізму реалізації стратегії, підприємство зможе досягти своїх цілей, підвищити ефективність та конкурентоспроможність, а також зміцнити своє стратегічне становище на ринку товарів та послуг.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Управління персоналом та інтелектуальними ресурсами як інструмент стратегічного розвитку суб'єктів підприємництва. Організаційно-економічні аспекти розвитку підприємницьких структур в Україні та світі: колективна монографія: за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2022. С. 11-68.
2. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Романова Л.П. Науково-методичний підхід до формування механізму управління розвитком інноваційного потенціалу підприємства. *Innovation and Sustainability*, 2022. № 4. С. 30-38. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.30.38>
3. Гринько Т.В., Лесів І.Г. Проблеми та перспективи розвитку підприємств кондитерської промисловості України. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 2020. Херсон : Видавничий дім «Гельветика». Т. 31 (70). № 2. С. 171-177.
4. Гусєва О.Ю. Розвиток підприємства і стратегічні зміни: сутність, принципи, взаємозв'язок. *Сталий розвиток економіки*. № 6. 2018. С. 85-75.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Новак М. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах економіки особлива увага звертається на розвиток та ефективне використання кадрового потенціалу на підприємстві. Оскільки більшість трудових ресурсів є доступними для всіх підприємств практично на однаковому рівні, то індивідуальні можливості працівників, їхні ініціативність та креативність можуть підвищити конкурентоспроможність підприємства. Саме тому важливим є дослідження кадрового потенціалу з метою його ефективного стимулювання на основі індивідуального підходу.

Термін «потенціал» має своє коріння в латинському слові «potentia», що в перекладі означає «силу», «потужність» або «можливість». Цей термін відображає можливості або здатність до досягнення певних результатів, розвитку або виконання конкретних дій. У сучасному використанні «потенціал» також вказує на можливості, які можуть бути використані або реалізовані у певному контексті, будь то в сфері науки, технологій, соціальних наук або економіки [1].