

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



## **МАТЕРІАЛИ**

**XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

**УДК 330.34:005.35(477"20")**

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

## ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Агеєва І.М., к.е.н., доцент

Новикова В.С., здоб. СВО «Магістр»

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Різноманітні фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства є досить змінними та непередбачуваними, тому особливо в сучасних умовах важливим є дослідження можливостей формування системи стратегії підприємства. Система стратегії підприємства – це комплексний план дій та цілей, які визначають, як підприємство буде розвиватися в майбутньому. Вона включає в себе вибір стратегічних напрямків, завдання для досягнення конкретних результатів, а також механізми контролю і внесення коригувань для досягнення успіху в довгостроковій перспективі.

Система стратегії підприємства має велику важливість, оскільки вона визначає напрямки та цілі діяльності підприємства на довгостроковий період. Ось декілька ключових аспектів важливості, які систематизовані в таблиці 1.

Таблиця 1 – Ключові аспекти важливості системи стратегії підприємства

| № | Назва                    | Значення   |
|---|--------------------------|--|
| 1 | Визначення мети та візії | Стратегія допомагає визначити мету і візію підприємства, що надає чітке розуміння того, куди воно рухається та яким чином планує досягти успіху. |
| 2 | Оптимізація ресурсів     | Стратегія допомагає раціонально розподіляти ресурси, такі як фінанси, людські ресурси та час, щоб досягти поставлених цілей.                     |
| 3 | Керування змінами        | Вона допомагає підприємству адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та внутрішніх викликів шляхом розробки стратегій змін.                 |
| 4 | Конкурентна перевага     | Грамотно розроблена стратегія дозволяє підприємству виділитися серед конкурентів і досягати стійкої конкурентної переваги.                       |
| 5 | Моніторинг та оцінка     | Система стратегії дозволяє постійно відстежувати прогрес в досягненні цілей та, при необхідності, коригувати стратегію.                          |

Узгоджена та ефективно реалізована стратегія є ключовим фактором для успіху підприємства в сучасному бізнес-середовищі [1].

*Результати роботи.* Дослідження системи стратегії підприємства – це важливий етап для визначення та оцінки, як організація працює над досягненням своїх цілей та споживає ресурси. Результати дослідження допоможуть підприємству визначити оптимальний напрямок розвитку та стратегічні кроки для досягнення своїх цілей.

Формування системи стратегії підприємства – це комплексний процес, який включає в себе аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, визначення місії, визначення цілей та завдань, розробку стратегічних

альтернатив і планів дій для досягнення поставлених цілей. Основною метою формування стратегії є забезпечення довгострокового успіху підприємства на ринку, а також адаптація до змін у зовнішньому середовищі [2].

Дослідження можливостей формування системи стратегії підприємства в сучасних умовах є актуальним завданням. Для цього потрібно враховувати такі фактори, як зміни в ринковому середовищі, технологічні інновації, конкурентні переваги та потреби споживачів. Основні кроки у формуванні стратегії включають аналіз SWOT, PESTEL-аналіз, визначення місії та цілей підприємства, вибір стратегічних напрямків розвитку і розробку плану дій. Також важливо враховувати сталий розвиток і адаптацію до змін, щоб забезпечити успішну діяльність у сучасних умовах.

Система стратегії підприємства в сучасних умовах є складним та багатограним питанням, і дослідники висловлюють різні підходи до її формування (таблиця 2).

**Таблиця 2 – Підходи до формування системи стратегії підприємства від різних дослідників**

| № | Науковці       | Підходи                      | Сутність  |
|---|----------------|------------------------------|---|
| 1 | Майкл Портер   | Мікро-економічний підхід     | Визначає стратегію як вибір того, як підприємство вирішує конкурувати на ринку. Він розробив «5 сил конкуренції» та стратегії вартості і відмінності, які допомагають підприємствам досягати конкурентних переваг |
| 2 | Джей Барні     | Ресурсно-орієнтований підхід | Підкреслює важливість внутрішніх ресурсів та компетенцій підприємства у формуванні стратегії та стверджує, що підприємство повинно визначити свої унікальні ресурси і здібності, які дають перевагу на ринку      |
| 3 | Ігор Ансофф    | Екологічний підхід           | Пропонує адаптивний підхід до стратегії, де підприємство повинно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та наслідувати стратегічні зміни   |
| 4 | Генрі Мінцберг | Стратегія як процес          | Вважає, що стратегія повинна розглядатися як постійний процес, а не як одноразовий план та рекомендує розвивати стратегію через аналіз, вибір, втілення та оцінку   |
| 5 | Пітер Сенге    | Системний підхід             | Підкреслює важливість розуміння системних взаємозв'язків у формуванні стратегії та рекомендує створювати «вивчаючі організації», які постійно навчаються та пристосовуються до змін                               |

Ці підходи відображають різні точки зору на стратегію підприємства. Вибір конкретного підходу може залежати від контексту та особливостей конкретної організації [1, 2].

Формування системи стратегії підприємства в сучасних умовах містить важливі та основні етапи дослідження, і можуть включати в себе:

### 1. Аналіз зовнішнього середовища:

- Вивчення ринкових тенденцій.
- Аналіз конкурентів.
- Оцінка можливостей і загроз на ринку.

Перше, що потрібно зробити, - це вивчити зовнішнє середовище, включаючи ринок, конкурентів, економічні та соціокультурні фактори. Цей аналіз допоможе зрозуміти можливості та загрози.

### 2. Аналіз внутрішніх ресурсів:

- Оцінка ресурсів та компетенцій підприємства.
- Аналіз фінансового стану.
- Визначення сильних і слабких сторін підприємства.

Після зовнішнього аналізу слід перевірити внутрішні ресурси та компетенції підприємства. Це включає в себе оцінку фінансових, технологічних, людських та інших ресурсів.

### 3. Визначення стратегічних цілей:

- Формулювання місії - основної мети існування підприємства.
- Створення візії - бажаного майбутнього стану.
- Встановлення конкретних стратегічних цілей.

Встановлення вимірюваних та досяжних цілей, які підприємство прагне досягти.

### 4. Розробка стратегічних альтернатив:

- Вибір стратегічних напрямків розвитку.
- Розробка стратегічних ініціатив і планів.

Створення різних варіантів стратегій, які можуть відповідати визначеним цілям. На даному етапі потрібно розробити стратегію, яка вказує, яким чином ви плануєте досягти своїх стратегічних цілей.

5. Оцінка та вибір стратегії: Аналіз і порівняння альтернативних стратегій, вибір найбільш відповідної для досягнення цілей.

### 6. Розробка плану впровадження:

- Організація ресурсів для реалізації стратегії.
- Моніторинг виконання і коригування дій при необхідності.

Визначення кроків та ресурсів, необхідних для впровадження обраної стратегії. Це може включати в себе перегляд структури організації, набір нових ресурсів, зміни в управлінні тощо.

### 7. Моніторинг та адаптація:

- Аналіз досягнених результатів в контексті поставлених цілей.
- Корекція стратегії на основі отриманих даних.

Постійний контроль за виконанням стратегії і її адаптація відповідно до змін у середовищі, тобто потрібно постійно відстежувати виконання стратегії та аналізувати їх результати. При необхідності коригувати стратегію [3].

Це загальний підхід до формування стратегії підприємства. Конкретні методи і інструменти можуть відрізнятися в залежності від

вашої галузі та специфічних обставин. Цей процес може бути складним і вимагати спеціалізованих знань та експертизи, а також враховувати унікальні особливості конкретного підприємства та його галузі.

Якщо розглядати більш поглиблено, то формування системи стратегії підприємства в сучасних умовах вимагає конкретного комплексного підходу та урахування різних факторів (Рис.1).



**Рис. 1 – Схематичне зображення формування системи стратегії підприємства в сучасних умовах**

Ці можливості допомагають підприємствам адаптуватися домінливих умов і забезпечуватимуть стале і успішне функціонування. Враховуючи постійні зміни в сучасному бізнес-середовищі, гнучкість та адаптивність також є ключовими факторами при формуванні стратегії підприємства в сучасних умовах. Змінність бізнес-середовища та технологічний прогрес роблять важливими можливість швидко реагувати на зміни та адаптувати стратегію підприємства для збереження конкурентоспроможності [4].

Проведене дослідження показує, що формування системи стратегії підприємства в сучасних умовах – це перманентний процес, оскільки стратегічні цілі та умови можуть змінюватися з часом, тому стратегія підприємства повинна бути гнучкою і адаптивною, щоб досягти успіху в змінному бізнес-середовищі.

### **Література**

1. Гусева О. Ю. Розвиток підприємства і стратегічні зміни : сутність, принципи, взаємозв'язок / Сталий розвиток економіки: Всеукр. наук.-виробн. журн. 2019 р. № 16. - С. 85–89.

2. Іванов Ю. Б. Стратегія підприємства / О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі, О. Ревенко.: Вид. дім «ІНЖЕК», 2019 р. - 560 с.
3. Контрі Х. Стратегія в умовах невизначеності / Д. Керкленд, П. Вігері // *Економічні стратегії*. 2012 р. № 6. - С. 79–84.
4. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / О. М. Тридід, М. О. Кизим. - Х.: Вид. дім «ІНЖЕК», 2013 р. - 328 с.

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 26. | <b>Leonov Oleksandr, Leonova Tetiana</b><br>SOME APPROACHES TO DEVELOPING EFFECTIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN AGRIBUSINESS .....  | 92  |
| 27. | <b>Лизогуб А.О.</b><br>МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО В УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....   | 95  |
| 28. | <b>Літвінова А.М.</b><br>ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ СТУДЕНТАМИ МЕНЕДЖЕРАМИ.....   | 97  |
| 29. | <b>Мардар М.Р., Устенко І.А.</b><br>МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ.....   | 99  |
| 30. | <b>Мельник А.М., Король С.Я.</b><br>КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....  | 102 |
| 31. | <b>Мельник А.Р., Колеснікова К.С.</b><br>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....   | 105 |
| 32. | <b>Мещеряков В.Є., Рослякова А.К.</b><br>ВПЛИВ АНАЛІЗУ НА ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 108 |
| 33. | <b>Момот В.Є., Сапін В.П.</b><br>ІНДИКАТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ ВІДПОВІДНО ДО СЕРВІСНОЇ МОДЕЛІ.....  | 111 |
| 34. | <b>Морозова М.Е.</b><br>ІНСТРУМЕНТИ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ.....  | 116 |
| 35. | <b>Мунтян І.В., Мільчева В.В., Донець Л.Я.</b><br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ БРЕНД: ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА ПРАКТИКИ.....  | 119 |
| 36. | <b>Никифорок О.І., Стасюк О.М., Федяй Н.О.</b><br>МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ВІД ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПЕРСПЕКТИВНИХ ГАЛУЗЕЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ..... | 122 |
| 37. | <b>Агєєва І.М., Новикова В.С.</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....   | 126 |
| 38. | <b>Огренич Ю.О., Василенко Д.О.</b><br>СТАН ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ, НАДАННЯ ПІЛЬГ, ПЕРСПЕКТИВИ .....   | 131 |