

Список використаних джерел:

1. Aggarwal A, Kumar R (2018) Examination of service quality dimensions in the power distribution sector. *Int J Futur Revolut Comput Sci Commun Eng* 4(2):207–212

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

А. О. КАСИЧ, д-р екон. наук, проф.

*Київський національний університет технологій та дизайну*

[kasich.alla@gmail.com](mailto:kasich.alla@gmail.com)

А. А. АСЦАТРЯН

*Київський національний університет технологій та дизайну*

[anitaastsatrian@gmail.com](mailto:anitaastsatrian@gmail.com)

Стратегічне управління базується на внутрішніх і зовнішніх факторах, що впливають на компанію, і, виходячи з цього, розробляються і реалізуються суворі і чіткі стратегії, що дозволяють компанії вносити зміни, які можуть відбутися в навколишньому середовищі, що дозволить їй вижити і пристосуватися. Стратегічне управління допомагає визначити позицію, яку займає компанія в даний час, і позицію, яку вона має намір займати в майбутньому, що передбачає, обов'язково, аналіз і прогнозування розвитку всіх факторів, які можуть вплинути на компанію [3]. Це передбачає: знання конкуренції, ринку, визначення цілей і розвиток навичок з боку компанії, спрямованих на те, щоб сприяти успішній реалізації стратегії підприємства.

Однак зовнішнє середовище діяльності компаній в останні роки суттєво та динамічно змінилось: загострення конкуренції, розвиток цифрової економіки, розгортання пандемії, вплив війни тощо. Відповідно в процесі розробки стратегії не лише враховувати всі ці чинники, а й застосовувати інноваційні підходи.

*Метою дослідження є вивчення особливостей процесів розробки стратегії підприємства в умовах цифровізації.*

Стратегічний менеджмент є концепцією впливу, що впливає як на економічні, так і на соціально-політичні процеси [5]. Його прийнято вважати таким:

- процес, який має на меті полегшити управління компанією і використовувати стратегію для керівництва діями;
- форма управління, що забезпечує найкраще поєднання екологічних вимог, вимог внутрішніх і зовнішніх партнерів та цілей управління;

- процес, за допомогою якого керівники встановлюють довгострокову орієнтацію компанії, пропонуються конкретні цілі діяльності, розробляються стратегії для досягнення цих цілей відповідно до зовнішніх і внутрішніх факторів, а також здійснюється реалізація встановлених планів дій.

Сьогодні жодна національна економіка не може функціонувати ізольовано, а лише у взаємозв'язку з іншими регіональними або глобальними економіками. В даний час дуже мало місцевих МСП здійснюють транскордонну діяльність.

Для того, щоб генерувати цінність і прибуток, компаніям необхідно створювати цифрову перевагу, поєднуючи цифрові та фізичні ресурси. Компанії, які прагнуть досягти цієї мети, трансформують процеси, бізнес-моделі та клієнтський досвід, використовуючи цифрові зв'язки між системами, людьми, місцями та речами. Вони повинні об'єднати цифрові технології, інформацію і фізичні ресурси для розширення можливостей співробітників.

Таким чином, по-справжньому цифрова компанія включає цифрові принципи в свою стратегію, бізнес-модель, операції і культуру.

Сьогодні будь-якій компанії необхідно використовувати потенціал цієї технології, розробивши цифрову стратегію. Така стратегія полягає в поєднанні цифрових технологій, інформації та фізичних ресурсів, що дозволяє підвищити ефективність роботи персоналу. Якщо її не впровадити, це підірве конкурентоспроможність фірми. Так, більш діджиталізовані компанії в США лідирують за обсягами продукції, послуг, інноваційністю бізнес-моделей та зростанням доходів.

Розробка цифрової стратегії передбачає розуміння трансформації і підриву, з якими стикаються компанії. Взаємозв'язок між цифровою стратегією та корпоративною стратегією все ще обговорюється. Однак автори статей схиляються до того, що цифрова стратегія компанії повинна стати суттю її корпоративної стратегії. Цифрова стратегія повинна, як мінімум, бути інкорпорована в корпоративну стратегію.

Одним словом, цифрова стратегія - це не вибір. Вона стає вимогою для будь-якої організації, яка хоче залишатися конкурентоспроможною на своїх ринках [1].

Цифрова стратегія повинна виходити за рамки традиційних функціональних сфер і бізнес-процесів, що підтримуються ІТ. Хоча вона включає в себе оцифрування продуктів і послуг, а також інформації навколо них, вона також виходить за межі фірми і ланцюжків поставок до динамічних

екосистем, які перетинають традиційні галузеві кордони. Стратегія не може бути розроблена без урахування бізнес-екосистеми, альянсів, партнерств та конкурентів, оскільки ці екосистеми взаємопов'язані.

Для того, щоб приймати правильні рішення та розробити найбільш адаптовану цифрову стратегію, фірмам необхідно розуміти трансформацію та підрив, з якими вони стикаються, а не конкретних акторів, які можуть ініціювати ці зміни. Крім того, цифрова стратегія сама по собі не дасть достатніх результатів. Вона повинна бути інтегрована в корпоративну стратегію, щоб мати шанс забезпечити конкурентну перевагу [2].

Формування стратегії має бути свідомо контрольованим процесом. Стратегія має бути унікальною, чіткою, простою і такою, що може бути реалізована. Стратегія базується на корелятивному підході організації та середовища, в якому вона функціонує. Стратегія передбачає організацію передбачення конкурентної поведінки в довгостроковій перспективі, враховуючи як культуру компанії, так і контекстні зміни. Отримання більшого синергетичного ефекту завжди є метою розробки стратегії.

Як би не була задумана стратегія, необхідно враховувати і сприяти розгортанню інтенсивного процесу організаційного навчання. Організаційне навчання враховує здатність організації відчувати зміни в операційному середовищі та реагувати на них.

Зокрема розробка стратегії підприємства передбачає наступні кроки: визначення місії підприємства, основних цілей, встановлення стратегічних варіантів, ресурсів, термінів та конкурентних переваг [4].

Стратегічне управління допоможе керівництву приймати найкращі рішення відповідно до змін, які відбуватимуться в бізнесі, вживаючи всіх заходів обережності при використанні всіх можливостей та загроз. Впровадження стратегічного управління дозволяє значно покращити фінансові результати діяльності підприємства, розвинути та зміцнити ринкові позиції та підвищити його конкурентоспроможність. Аналіз показує, що підприємства, які застосовують стратегічне управління, як правило, більш ефективні, ніж інші, а їх персонал краще мотивований.

Список використаних джерел:

1. Bharadwaj A., El Sawy O.A., Pavlou P.A., & Venkatraman N., (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. MIS Quarterly, 37, n°2.
2. Fenwick N., (2015). The State Of Digital Business 2016 to 2020. Forrester.
3. Mintzberg, H. (2015) - The rise and fall of strategic planning, Editura Publica, București.

4. Tapinos, E. (2018) The strategic development process: exploring the relationship between organizational governance and performance measurement. Doctoral dissertation, Warwick Business School.

5. Weick, C.E. (1979) The social psychology of organization. Addison-Wesley: Reading, MA.

## **СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ**

Л. О. ДАШУТІНА, канд. екон. наук

*Сумський національний аграрний університет*

[ljutikd@gmail.com](mailto:ljutikd@gmail.com)

В. Г. ЛОБОДА, слухачка магістратури

*Сумський національний аграрний університет*

Людський фактор на сьогодні є одним із головних у сфері виробництва, а витрати підприємства мають бути першочерговими інвестиціями у розвиток власного персоналу. Це вимагає значно підвищити вимоги власників компаній до менеджменту персоналу. Отже, стратегія управління персоналом стала ключовою в стратегічному керівництві підприємством.

В Україні вже є багато прикладів реалізації системного підходу до управління персоналом шляхом створення відповідних функціональних структур. Разом з тим на багатьох підприємствах керівники за інерцією тримаються застарілих поглядів. Вони ще не спромоглись створити сучасні служби менеджменту персоналу, мало того, поскорочували чисельність працівників у відділах організації праці й заробітної плати, ліквідували відділи підготовки кадрів. Така недалекоглядна практика управління трудовими колективами є безперспективною, вона може привести підприємство лише до занепаду і банкрутства. Отже, дане питання є досить актуальним [1].

Існування низки вказаних та інших проблем в даній сфері вимагають впровадження новітніх сучасних світових технологій та підходів у менеджменті персоналом.

Серед сучасних практик управління персоналом, що можуть стати в нагоді під час формування колективу, особливо, креативних команд,