

Література:

1. Яковчук В. Аналіз причин та наслідків міграційної кризи в країнах ЄС. *Науковий вісник РДГУ*. 2019. № 2(17). С. 24-36.
2. Brent Radcliffe. The Economics of Labor Mobility. 2023. URL: <https://www.investopedia.com/articles/economics/09/labor-mobility.asp> (date of application: 08.02.2024).
3. Jason Long, Joseph Ferrie. Labour Mobility. URL: <https://faculty.wcas.northwestern.edu/fe2r/papers/Labour%20Mobility.pdf> (date of application: 08.02.2024).

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Подлесний О.Ю., здобувач другого (магістерського) рівня ВО*,
Сумський національний аграрний університет м. Суми, Україна

Формування стратегії розвитку підприємства є вирішальним елементом у забезпеченні його сталого зростання та адаптації до постійно змінюваного ринкового середовища. Такий процес вимагає глибокого аналізу внутрішніх ресурсів та зовнішніх можливостей, а також визначення місії, цілей та ключових напрямків діяльності, що дозволяють підприємству ефективно конкурувати та процвітати.

Формування стратегії розвитку підприємства - це комплексний процес, який передбачає визначення довгострокових цілей організації, вибір методів їх досягнення та розробку конкретних планів дій. Сутність цього процесу полягає у системному підході до аналізу внутрішнього стану підприємства та його зовнішнього оточення, з урахуванням впливу економічних, соціальних, політичних та технологічних факторів.

Мета формування стратегії розвитку полягає у забезпеченні стійкого розвитку підприємства, підвищенні його конкурентоспроможності, адаптації до змін ринкового середовища та максимізації вартості для акціонерів та інших зацікавлених сторін [3, с. 131].

Функції формування стратегії розвитку включають: аналітичну (збір та аналіз інформації про внутрішнє середовище підприємства та його зовнішнє оточення); прогностичну (визначення можливих сценаріїв розвитку подій, оцінка ризиків та визначення перспективних

* *Науковий керівник – Шумкова В.І., к.е.н., доцент*

напрямів розвитку); планування (розробка конкретних стратегічних цілей та завдань, формулювання місії та бачення підприємства, розробка стратегічних ініціатив та проєктів); організаційну (створення структури управління, яка забезпечує ефективне виконання стратегії, розподіл ресурсів та відповідальностей); контроль та коригування (моніторинг виконання стратегії, оцінка результатів та внесення коректив у разі потреби для забезпечення досягнення стратегічних цілей). Ефективне формування та реалізація стратегії розвитку дозволяє підприємству адаптуватися до змін, використовувати свої переваги для забезпечення сталого зростання та підвищення вартості для всіх зацікавлених сторін [1, с. 68].

Етапи формування стратегії розвитку підприємства включають послідовний набір дій, кожен з яких має свою специфіку та важливість. Основні етапи у процесі формування стратегії розвитку підприємства включають:

1. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища.
2. Визначення місії та цілей підприємства.
3. Формулювання стратегічних альтернатив.
4. Оцінка та вибір стратегії.
5. Розробка плану реалізації стратегії.
6. Реалізація стратегії.
7. Моніторинг та оцінка результатів.

Формування стратегії розвитку підприємства залежить від множини факторів, які можна умовно розділити на зовнішні та внутрішні. Розуміння та врахування цих факторів є критично важливим для ефективного стратегічного планування. Розглянемо ці фактори більш детально:

1. Зовнішні фактори: ринкові умови (ринкова структура, рівень конкуренції, попит і пропозиція, цінова політика та споживацькі тренди); макроекономічні фактори (економічний розвиток, інфляція, курси валют, рівень безробіття тощо); технологічні зміни (розвиток нових технологій, інновацій та їх вплив на галузь та ринок); політичні та законодавчі умови (законодавча база, податкова політика, нормативні вимоги, торговельна політика); соціокультурні тенденції (зміни в споживацьких уподобаннях, життєвому стилі, демографічні зміни); екологічні фактори (природно-кліматичні умови, екологічні обмеження та норми).

2. Внутрішні фактори: ресурси підприємства (фінансові, людські, технологічні та інші ресурси, якими володіє підприємство);

організаційна структура (ефективність комунікацій, рівень централізації або децентралізації, організаційна культура); внутрішні можливості (внутрішні компетенції, навички та знання, які можуть бути використані для досягнення стратегічних цілей); лідерство та менеджмент (стиль управління, візія та стратегічні орієнтири керівництва); внутрішні процеси та процедури (ефективність внутрішніх операцій, якість продукції та послуг); корпоративна культура (цінності, норми, відносини в колективі, мотивація та відданість персоналу) [2, с. 75; 4, с. 167].

Уважне вивчення та аналіз цих факторів дозволяють розробити стратегію, яка не тільки відповідає поточним умовам, але й здатна адаптуватися до майбутніх змін, гарантуючи тривале та успішне розвиток підприємства.

Формування стратегії розвитку підприємства має як переваги, так і можливі недоліки, які важливо враховувати при плануванні та впровадженні стратегічних ініціатив.

Переваги: чітке бачення та напрямок; ефективне використання ресурсів; конкурентні переваги; проактивне реагування на зміни; розвиток та інновації.

Недоліки: витрати часу та ресурсів; ризик неправильного аналізу; жорсткість; внутрішній опір; невизначеність та ризик.

Управління цими викликами та забезпечення гнучкості, відкритості до змін та активного залучення всіх зацікавлених сторін є ключовими факторами успіху у формуванні та впровадженні стратегії розвитку підприємства [1, с. 69; 4, с. 167].

Формування стратегії розвитку підприємства є критичним компонентом для забезпечення його стійкого росту та адаптації до динамічного бізнес-середовища. Ефективна стратегія вимагає глибокого аналізу як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, чіткого визначення місії, цілей та стратегічних ініціатив. Водночас необхідно враховувати можливі виклики, такі як витрати ресурсів, ризику неправильного аналізу та внутрішній опір. Успішне впровадження стратегії залежить від ефективного адміністрування, гнучкості та здатності підприємства до швидкої адаптації, забезпечуючи тим самим стаке зростання та конкурентоспроможність на ринку.

Література:

1. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 66-70.

2. Маліношевська К.І. Розроблення стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. Вип. 41. С. 74-78.

3. Ревуцька А.О. Особливості формування стратегії розвитку підприємств в умовах невизначеності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 2(13). С. 129-134.

4. Цалко Т.Р., Овсіюк В.О. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах економіки. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 45. С. 165-169.

ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Полупан В.В., здобувачка першого (бакалаврського) рівня ВО*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Найбільш чітке визначення професіоналізації дає Енциклопедія державного управління – «процес планування необхідних знань, умінь і навичок; адаптація до професійного середовища». Професіоналізація державного службовця розглядається у широкому значенні, що має декілька аспектів, а саме: становлення професійної самосвідомості посадовця (особистісно-психологічний аспект окреслений у понятті «професійний розвиток»); формування професійних знань, умінь, становлення державного службовця як професіонала (соціальний аспект – «професійна соціалізація») [1, с. 368].

Безумовним є переконання, що професіоналізація прямо пов'язана із професійною діяльністю публічного службовця і ґрунтується на наявному ресурсі сучасних спеціальних знань, професійному навчанні, здатності до інновацій, комунікативній компетентності, аналітичних здібностях тощо [2]. С. Серьогін і Н. Гончарук пропонують розглядати професіоналізацію публічних службовців як поєднання трьох складників: 1) розвиток професії; 2) розвиток публічного службовця як фахівця і професіонала; 3) розвиток публічних службовців як специфічної соціально-професійної групи [3, с. 138].

Суб'єктами професіоналізації публічної служби є ті інституції, які надають необхідні знання та сприяють формуванню професійних

* *Науковий керівник – Таран О.М., к.е.н., доцент*