



Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 2

Журнал

червень 2025



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Молодіжний економічний вісник
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 2
червень 2025
Журнал

Виходить щоквартально

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Видавець – ФОП Стожук А. П.

Ідентифікатор медіа: R30-02756
(рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення
№ 685, протокол № 9 від 7 березня 2024 року).

Затверджено на засіданні
вченої ради університету
Протокол № 2 від 27.06.2025 р.

Періодичність – щоквартально.
Мова видання – українська, англійська, французька, німецька.

Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради.

Редакційна колегія

Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ імені Семена Кузнеця (головний редактор)

Бриль М. С. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Власенко Т. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Вовк В. А. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Гриневич Л. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Журавльова І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Яценко Р. М. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Тищенко В. Ф. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Чернишов В. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Поштова адреса засновника:

61165, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Конт. телефон: (057)702-03-04

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про розміщення статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідectво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2025



Мельник О. Є. Ризики та можливості антикризового ціноутворення для підприємств України	142
Міхальченко Є. Д., Мішина А. О. Теоретичні засади розвитку іміджу міжнародної страхової компанії	144
Mozhar K. Improvement of internet marketing strategies of the enterprise.....	147
Мушніна А. П., Луговий Б. В. Гейткіпінг як нова філософія, концепція та механізм ухвалення рішень в інтересах гітей	149
Наumenko Д. В. Основні аспекти управління неціновою конкурентоспроможністю підприємств текстильної промисловості	152
Обриньба Я. Ю. Міжнародні альянси США: стратегічні пріоритети та глобальний вплив.....	156
Овдієнко А. О. Сучасні тенденції впровадження «зелених» технологій у галузі логістики.....	159
Павленко М. В. Соціальна реклама як засіб інформування та підтримки вразливих груп населення	162
Пасечник К. Д. Мотивація як фактор ефективності праці.....	165
Петренко В. В. Зелений маркетинг як сучасний інструмент просування продуктів сфери послуг.....	167
Пушкіна Я. В. Маркетингові стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості	170
Rylov D. Organization of foreign economic activity of an enterprise in the pharmaceutical sector in Ukraine	172
Романова К. А. Формування технології використання соціальних мереж для просування бренду підприємства.....	176
Сергеев О. А. Теоретичні основи маркетингової комунікаційної політики	178
Сердюк Т. О. Форми виходу підприємства сфери послуг на міжнародні ринки.....	180
Слюсар С. О. Підходи до формування стратегії розвитку підприємств.....	184
Соломатіна А. Ю. Просування послуг підприємства на основі інтернет-технологій.....	187
Степанова А. Д. Цифрова реклама та трансформація споживчої поведінки: нові можливості та виклики для бізнесу.....	189
Стогнієв А. Є. Логістичне обслуговування як складова логістичного менеджменту.....	193
Сухов А. С. Сучасні підходи до розробки HR-стратегії міжнародної компанії	196
Тімій О. А. Особливості та основні етапи формування зовнішньоекономічної стратегії виробничих підприємств	199
Терещенко В. М. Пріоритетні напрями розвитку HR-політики підприємств сфери послуг у міжнародному бізнес-середовищі	202
Терещук Д. В. Аналіз систем управління якістю продукції	205
Філенко Е. К. Вплив релігійних лідерів на глобальні політичні процеси.....	209
Хайло І. О. Інноваційні підходи та фактори формування позитивного досвіду клієнтів в умовах воєнного стану.....	212



ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.012.2

Слюсар С. О.

Здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня IV курсу
ННІ менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано основні підходи до формування стратегії розвитку підприємств в умовах нестабільного економічного середовища. Наведено основні етапи процесу та запропоновано підхід до формування стратегії розвитку, який забезпечує підприємству можливість, гнучкість і здатність швидко реагувати на зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищах.

Ключові слова: стратегія розвитку, управлінські рішення, економічний розвиток, конкурентна перевага, довгострокове планування, алгоритм.



Annotation. The article analyzes the main approaches to the formation of a strategy for the development of enterprises in the conditions of an unstable economic environment. The main stages of the process are presented and an approach to forming a development strategy is proposed, which provides the enterprise with the opportunity, flexibility and ability to quickly respond to changes in the external and internal environments.

Keywords: development strategy, management decisions, economic development, competitive advantage, long-term planning, algorithm.



Актуальність. В умовах нестабільного економічного середовища, посилення глобальної конкуренції та стрімкого технологічного розвитку підприємства мають адаптуватися шляхом впровадження інновацій та пошуку нових шляхів забезпечення своєї конкурентоспроможності. У зв'язку з цим питання формування ефективної стратегії розвитку підприємства набуває особливої значущості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Змістовність стратегії розвитку підприємства, питання її узгодженості із генеральною стратегією висвітлені у працях сучасних українських науковців, серед яких Гудзь О. І. [2], Пілецька С. Т. [3], Білоус Н. П. [3], Ключ І. С. [3], Клименко С. М., Майборода О. Є., Мартиненко В. П., Хрущ Н. А. та ін.

Водночас проблема нестабільності зовнішнього середовища та системності підходу до формування стратегії розвитку підприємства залишається актуальною і сьогодні.

Метою статті є аналіз основних підходів до формування стратегії розвитку підприємств як процесу, визначення їхніх переваг і недоліків, а також оцінка можливості комбінування різних стратегічних підходів для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Викладення основного матеріалу. Формування стратегії розвитку підприємства є одним із найважливіших завдань сучасного менеджменту. У нестабільному та конкурентному ринковому середовищі підприємства змушені обирати найкращу стратегію сталого розвитку. Це питання має як наукове, так і практичне значення, оскільки правильний підхід впливає на конкурентоспроможність і фінансову стабільність компаній.

Існує безліч визначень поняття «стратегія розвитку підприємства».

Овдій О. В., Гарастовська А. В. та Федорук В. В. розкривають сутність поняття «стратегія розвитку» як «формування тандему, який включає відповідні цілі самого підприємства та водночас наявні проблеми» [1, с. 156].

На думку Гудзь О. І., стратегією розвитку має бути перспективний, довгостроковий план інноваційної діяльності підприємства, основою якого є дослідження і аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища та визначення рівня ризику їх впливу [2, с. 347].



Пілецька С. Т., Ключ І. С., Білоус Н. П. стверджують, що «стратегія розвитку – це чітко продумана сукупність цілей і завдань, досягнення яких забезпечує формування потенціалу ресурсів з урахуванням конкурентної позиції товару або послуги на ринку» [3, с. 175].

З огляду на вищезазначене, пропонується визначити стратегію розвитку підприємства як комплексний довгостроковий план дій, спрямований на забезпечення сталого зростання, підвищення конкурентоспроможності та адаптацію до змін у зовнішньому середовищі за рахунок ефективного використання ресурсів, впровадження інновацій та досягнення стратегічних цілей організації.

Стратегії розвитку підприємства зазвичай націлені на довгострокову перспективу, для залучення інвестицій, але це пов'язано з певними ризиками. Формулюючи стратегію розвитку, слід враховувати можливі ризики та шляхи їх мінімізації.

Формування ефективної стратегії є ключовим завданням управління, оскільки від цього залежить конкурентоспроможність, фінансова стійкість та перспективи зростання компанії. Загалом на підприємстві може бути розроблено та реалізовано чотири основних типи стратегій: стратегія зростання, стабілізації, скорочення та комбіновані стратегії [2].

Розробка стратегій розвитку бізнесу вимагає комплексного підходу, який враховує як внутрішні можливості організації, так і динамічні зміни у зовнішньому середовищі [4].

Як зазначають у своїй публікації Пілецька С. Т., Ключ І. С. та Білоус Н. П., «ефективна стратегія розвитку повинна враховувати не лише поточний стан підприємства, а й перспективи його функціонування в умовах глобальних змін та посилення конкуренції» [3, с. 176].

Основою для побудови ефективної стратегії розвитку підприємства мають стати етапи, які наведено на рис. 1.

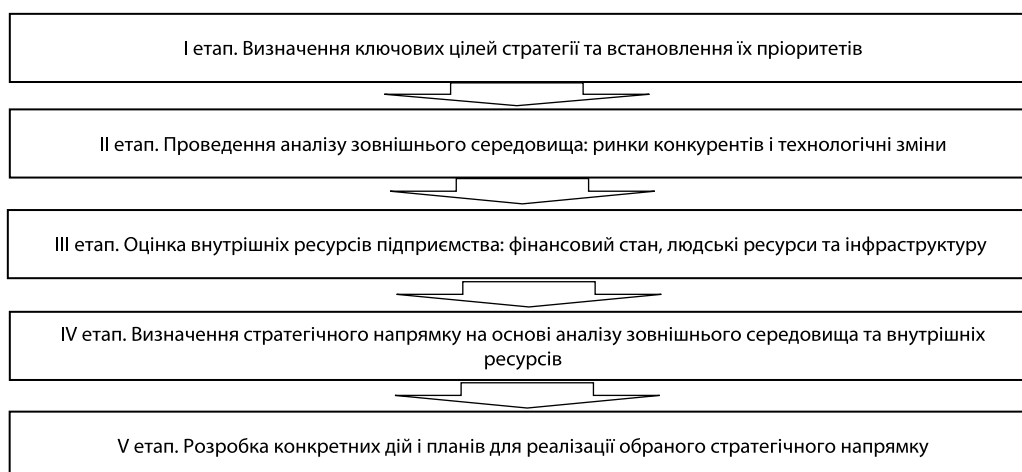


Рис. 1. Основні етапи формування стратегії розвитку підприємства

Джерело: розроблено автором на основі дослідження [3, с. 176]

У своєму дослідженні Білецький І. В., Кондратенко Н. О. та Рудаченко О. О. розглядають процес формування стратегії розвитку підприємства як лінійну послідовність етапів. Авторами запропоновано алгоритм формування такої стратегії, який включає аналіз середовища, визначення пріоритетів, вибір оптимальної стратегії, її реалізацію та подальше коригування залежно від змін зовнішніх і внутрішніх умов [5].

Запропонований алгоритм формування стратегій розвитку підприємства складається з низки важливих етапів, таких як аналіз ринку, визначення стратегічних цілей, розробка та контроль реалізації стратегії. Він виглядає досить логічним і структурованим. Водночас, на нашу думку, цей алгоритм має певні недопрацювання, такі як:

- авторами пропонується здійснювати виявлення недоліків стратегії. Вважаємо, що для забезпечення ефективної реалізації більш доцільно здійснювати визначення відповідності / невідповідності стратегії сучасним умовам;
- оскільки досягнення кожної цілі діяльності підприємства потребує формування відповідної стратегії, тому, на наш погляд, проводити додатково визначення стратегічних цілей розвитку не є правильним, оскільки цілі вже було визначено на попередніх етапах;
- в алгоритмі автори пропонують здійснювати вчасне внесення до стратегії необхідних змін спочатку на основі аналізу впливу зовнішнього середовища і лише потім - внутрішнього середовища. Однак зміни



як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі чинять одночасний вплив на реалізацію стратегії розвитку, тому пропонуємо саме таким чином відображати його у алгоритмі.

Щоб зробити процес формування стратегії більш ефективним і гнучким, пропонуємо підхід до формування стратегії розвитку підприємства, що дозволить підприємству адаптуватися до змін і забезпечити довгостроковий розвиток, який наведено на рис. 2. Такий підхід до формування стратегії розвитку підприємства враховує не лише основні аналітичні етапи, але й гнучкість у реалізації та можливість швидкого реагування на зміни.

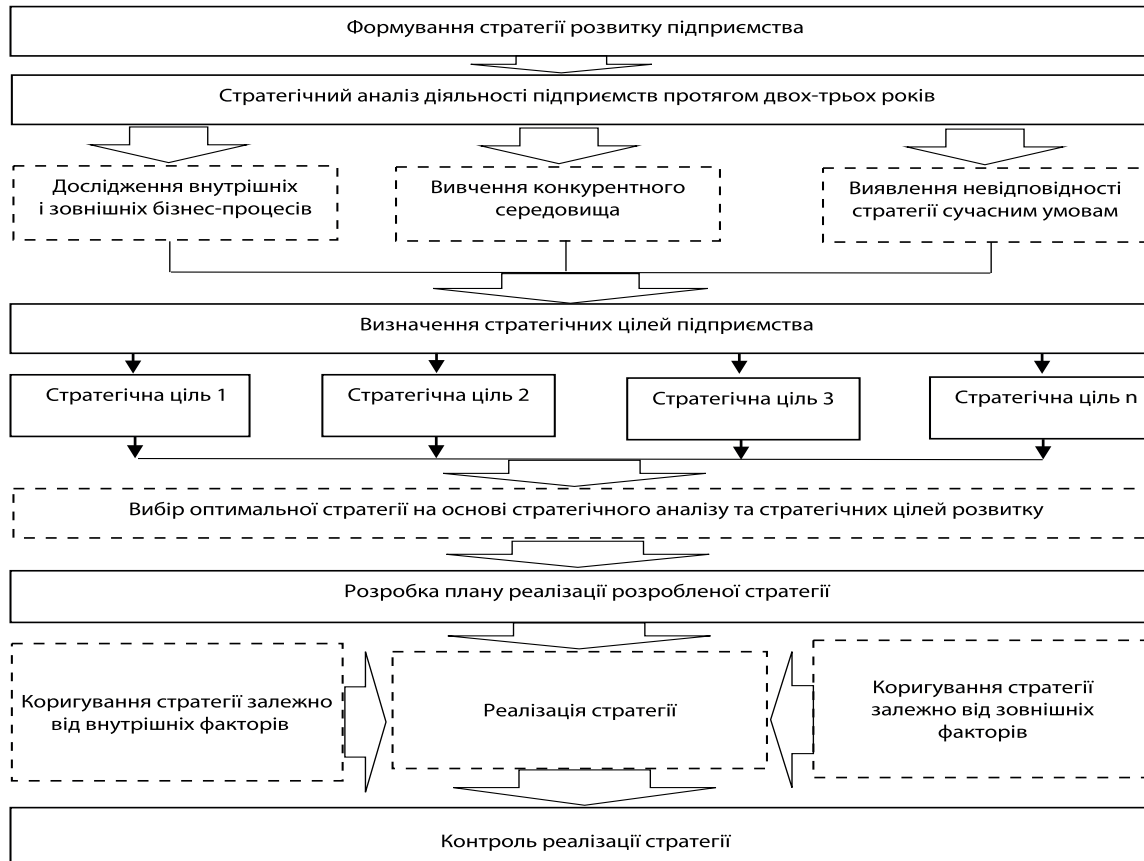


Рис. 2. Алгоритм формування стратегії розвитку підприємства

Джерело: доопрацьовано автором на основі дослідження [5, с. 168]

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасько М. І.

Література: 1. Овдій О. В., Гарастовська А. В., Федорук В. В. Формування стратегії розвитку підприємства (наприкладі ТОВ «Андрушівський маслосирзавод»). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 43. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-43-26>. 2. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-48>. 3. Пілецька С., Ключ І., Білоус Н. Особливості формування стратегії розвитку підприємства в умовах макроекономічної нестабільності. *Сталий розвиток економіки*. 2024. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-27>. 4. Шарапа В. Формування стратегій: теоретико-практичні аспекти. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-162>. 5. Білецький І. В., Кондратенко Н. О., Рудаченко О. О. Теоретико-методичні аспекти формування стратегії розвитку підприємств будівельної галузі України в умовах воєнного стану. *Проблеми економіки*. 2024. № 3. С. 162–169. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-3-162-169>.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2025 р.

