

Костка М.С.

здобувач вищої освіти,

Науковий керівник: Сухорукова А.Л.

к.н. з державного управління, доцент,

Миколаївський національний аграрний університет,

м. Миколаїв

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні, в умовах глобалізації та євроінтеграції, українські підприємства стикаються з високою невизначеністю та конкуренцією. Класичні методи управління вже не дають потрібної гнучкості, тому компанії шукають нові стратегічні підходи, впроваджують інновації та прагнуть створити довготривалі конкурентні переваги. Дослідження цих тенденцій допомагає підвищувати ефективність їхньої діяльності [1, с.14].

Сучасний стратегічний менеджмент українських підприємств дедалі більше орієнтується на цифрову трансформацію. Бізнеси зрозуміли, що автоматизація та ІТ-рішення підвищують ефективність і забезпечують стійкість у складних умовах війни та післявоєнної відбудови.

Компанії відходять від жорстких довгострокових планів, обираючи гнучкі та адаптивні підходи з короткостроковим і сценарним плануванням. Важливу роль відіграють ризик-менеджмент, безпека персоналу та управління людським капіталом, адже нові загрози стали частиною повсякденної діяльності [3, с. 25].

Загалом сучасний стратегічний менеджмент українських компаній поєднує гнучкість, цифрові рішення, увагу до людей і ризиків, міжнародну орієнтацію та репутаційну обережність, створюючи стійкий та адаптивний бізнес навіть у надзвичайних умовах.

Мета цього дослідження — зрозуміти, як українські підприємства адаптують свої стратегії управління в умовах економічних, політичних та технологічних змін. Ми прагнемо виявити основні тенденції та підходи, які забезпечують конкурентоспроможність і стійкість компаній.

Для цього ми аналізували сучасний стан стратегічного менеджменту, ключові інновації у стратегічному плануванні, вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на формування стратегій, а також ефективність різних інструментів управління.

Дослідження допомагає зрозуміти, куди рухаються українські компанії, які підходи стають популярними та як можна оптимізувати процес прийняття рішень для довгострокового розвитку.

За останні роки стратегічний менеджмент в Україні зазнав суттєвих змін. Підприємства почали усвідомлювати, що стратегічне планування необхідне не лише для виживання, а й для довгострокового розвитку. Однією з ключових тенденцій стала гнучкість і адаптивність: компанії активно використовують

сценарне планування, аналітичні інструменти та управління ризиками, щоб швидко реагувати на зміни ринку та економічні виклики [2, с.3].

Важливу роль відіграє цифровізація і використання ERP-систем, бізнес-аналітики та платформ стратегічного планування дозволяє точніше оцінювати ринок, аналізувати поведінку споживачів і ефективно керувати ресурсами. Поряд із цим зростає значення інновацій та розвитку людського капіталу — підприємства модернізують виробництво, впроваджують нові технології та інвестують у підвищення кваліфікації працівників.

Не менше значення має інтеграція стратегій із соціальною відповідальністю та прагнення до міжнародної конкурентоспроможності. Компанії враховують сталий розвиток, формують позитивний імідж і адаптують стратегії до міжнародних стандартів. Також дедалі важливішою стає аналітика та контроль: КРІ і системи балансованих показників допомагають коригувати плани в реальному часі та підвищувати ефективність управління.

Можемо сказати що, сучасний стратегічний менеджмент українських підприємств поєднує гнучкість, цифровізацію, інноваційність, соціальну відповідальність і орієнтацію на глобальну конкурентоспроможність, що свідчить про поступову зрілість бізнесу та готовність працювати в динамічних умовах ринку.

Отже, сьогодні українські підприємства дедалі більше цінують стратегічний менеджмент, відходячи від короткострокового планування і обираючи гнучкі довгострокові стратегії. Вони активно впроваджують інновації та цифрові технології, щоб приймати рішення на основі даних, а не лише інтуїції. Поряд із цим зростає увага до корпоративної культури та соціальної відповідальності, що підвищує стабільність і конкурентоспроможність. І, нарешті, компанії стають більш адаптивними, швидко реагуючи на кризові ситуації та нові ринкові можливості, знаходячи шляхи розвитку навіть у складних умовах.

Список використаних джерел

1. Денисенко М. П., Приймак В. І., Байда Б. Ф. Стратегічний менеджмент організацій в умовах змін. *Investytsiyyi: praktyka ta dosvid*. 2023. № 18. С. 13–17. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.18.13> (дата звернення: 30.09.2025).
2. Неліпа Д. В. Стратегічний менеджмент у публічному управлінні: сучасні виклики та перспективи розвитку. *Derzhavne upravlinnya udoskonalennya ta rozvytok*. 2024. № 10. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.10.2> (дата звернення: 30.09.2025).
3. Степанова К. В., Сорока Л. М. Стратегічний менеджмент як основа для формування ефективного маркетингового плану підприємства. *Investytsiyyi: praktyka ta dosvid*. 2024. № 19. С. 25–32. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.19.25> (дата звернення: 30.09.2025).