

## РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

## DEVELOPMENT OF THE STRATEGIC POTENTIAL OF ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE COMPETITION

Метою наукового дослідження є поглиблення розуміння процесу управління стратегічним потенціалом підприємництва в умовах інноваційної конкуренції, представлення напрямів формування та розвитку соціокультурного потенціалу та людського капіталу на підприємстві. Виокремлено керунки розвитку стратегічного потенціалу підприємництва в умовах інноваційної конкуренції передбачає вироблення та втілення ефективних стратегій, спрямованих на створення конкурентних переваг та забезпечення стійкого розвитку підприємств: формування та розвиток інноваційного потенціалу, людського капіталу, соціокультурного потенціалу, методи стратегічного управління, формування партнерства та посилення взаємодії, орієнтив на сталий розвиток підприємництва. Виділено способи, якими формування соціокультурного потенціалу сприяє стратегічному розвитку підприємства в умовах інноваційної конкуренції: розуміння культурних особливостей ринку, підвищення креативності та інновацій, адаптація продуктів та послуг, установлення довіри та взаємовідносин, адаптивне управління, створення конкурентної переваги, підвищення відчуття спільності та приналежності, задоволеності роботою та лояльності й утримання працівників, зниження плинності кадрів. Розвиток людського капіталу на підприємстві відіграє ключову роль у стратегічному розвитку в умовах інноваційної конкуренції через реалізацію таких напрямів: навчання та розвиток навичок, стимулювання творчості та інновацій, програми розвитку лідерського потенціалу, культура співпраці та командна робота, підтримка робочого клімату.

**Ключові слова:** інноваційна конкуренція, підприємництво, стратегічний потенціал, людський капітал, соціокультурний потенціал, бізнес.

УДК 005.591.3:658

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.11-37>

### Синюра-Ростун Н.Р.

к.е.н., старший науковий співробітник,  
Державна установа  
«Інститут регіональних досліджень  
імені М.І. Долішнього НАН України»

### Крахмальова Н.А.

к.е.н., доцент,  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

### Клим А.І.

аспірант,  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка

### Syniura-Rostun Nadiia

State Institution "M.I. Dolishniy Institute  
of Regional Research  
of the NAS of Ukraine"

### Krakhmalova Nina

Kyiv National University  
of Technologies and Design

### Klym Andrii

Ivan Franko National University of Lviv

Effective management of strategic potential includes both human capital management and understanding and consideration of the socio-cultural context in which the business operates. Businesses need to be flexible and adaptive, ready to fail, able to learn from their mistakes, and constantly improve to remain competitive in the innovation economy. The purpose of the research is to deepen the understanding of the process of managing the strategic potential of entrepreneurship in the context of innovative competition and to present directions for the formation and development of socio-cultural potential and human capital at an enterprise. The article highlights the guidelines for the development of the strategic potential of entrepreneurship in the context of innovative competition, which involves the development and implementation of effective strategies aimed at creating competitive advantages and ensuring sustainable development of enterprises: formation and development of innovative potential, human capital, socio-cultural potential, methods of strategic management, formation of partnerships and strengthening of interaction, focus on sustainable development of entrepreneurship. The author suggests ways of forming socio-cultural potential that contribute to the strategic development of an enterprise in the context of innovative competition: understanding the cultural characteristics of the market, increasing creativity and innovation, adapting products and services, establishing trust and relationships, adaptive management, creating a competitive advantage, increasing the sense of community and belonging, job satisfaction and loyalty and retention of employees, and reducing staff turnover. Human capital development at an enterprise plays a key role in strategic development in the context of innovative competition through the implementation of the following areas: training and skills development, stimulation of creativity and innovation, leadership development programs, culture of cooperation and teamwork, and support for the working climate. The successful development of an enterprise is usually based on the competent use of strategic potential, and strategic potential, in turn, helps to stimulate the development of entrepreneurship by creating favorable conditions for its implementation. Human capital and socio-cultural potential interact with each other, influencing the ability of business and society to adapt to changes, implement innovations and achieve success in the long run.

**Key words:** innovative competition, entrepreneurship, strategic potential, human capital, socio-cultural potential, business.

**Постановка проблеми.** Умови інноваційної конкуренції характеризуються швидкими змінами, глобалізацією, зростаючою роллю знань, відкритістю і співпрацею, невизначеністю та ризиками. Технології розвиваються швидше, ніж будь-коли, скорочуючи життєвий цикл продуктів і послуг. Підприємствам потрібно постійно оновлювати свою продукцію, впроваджувати нові технології, адаптуватися до мінливих потреб ринку, щоб залишатися конкурентоспроможними. Конкуренція не обмежується локальними або національними ринками. Підприємства стикаються з конкурентами з усього світу, що змушує їх бути більш інноваційними, щоб знайти нові ринки

і зберегти свої позиції на існуючих. Інновації все більше залежать від знань і талантів, що робить людський капітал ключовим чинником конкурентоспроможності. Підприємствам необхідно інвестувати в освіту і підготовку кадрів, а також створювати сприятливі умови для розвитку інноваційної культури. Інновації часто вимагають співпраці між різними компаніями, дослідницькими інститутами та університетами. Тому, бізнес має залишатись відкритим до співпраці, ділитися знаннями та ресурсами, щоб стимулювати інновації. Умови інноваційної конкуренції складні і динамічні. Інновації завжди пов'язані з високим ступенем невизначеності і ризиків. А, отже, підприємства

мають бути гнучкими й адаптивними, готовими до невдач, вміти вчитися на своїх помилках, постійно вдосконалюватися, щоб залишатися конкурентоспроможними в інноваційній економіці.

Ефективне управління стратегічним потенціалом включає як управління людським капіталом, так і розуміння та врахування соціокультурного контексту, в якому діє бізнес. Соціокультурний потенціал відіграє важливу роль у стимулюванні інноваційної конкуренції, що включає такі аспекти, як освіта, культурні цінності, підтримка інноваційної діяльності та готовність суспільства до прийняття нових ідей і технологій. Однією з ключових умов є наявність потужного людського капіталу, який абсорбує навички, знання та кваліфікацію працівників, а також їхню творчість та інноваційність. Наявність висококваліфікованої робочої сили дає змогу підприємствам впроваджувати нові ідеї та технології швидше й ефективніше. Однак, лише наявність кваліфікованих працівників не є достатньою умовою для інноваційного розвитку. Важливою є також здатність суспільства створювати стимули для розвитку інновацій, відкритість до інноваційних ідей і готовність до ризику.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Велика кількість науковців досліджують питання управління розвитком підприємництва в умовах інноваційної економіки, розробляють методи оцінки ефективності діяльності підприємств.

Денисенко М.П. [1], Юринець З.В. [1], Юринець Р.В. [1], Кохан М.О. [1], Ван Дж. [6], Лінг В. [6], Раафат С. [6], Хонг Г. [6] вивчають теоретичні та методологічні засади формування стратегічного потенціалу та реалізації стратегій розвитку підприємств в умовах інноваційно-інвестиційної модернізації економіки. Круглякова В.В. [2], Мицишин І.Р. [2] вивчають питання розробки та реалізації стратегій підприємств в умовах динамічно мінливого середовища, посилення інноваційної конкуренції. Бикова А. [3], Чабан Л. [3], Алексєєв А. [3] вивчають методи та інструменти оцінки людського капіталу та його впливу на стратегічний розвиток підприємництва, соціально-економічний поступ регіонів. Коркуна О.І. [4], Никига О.В. [4], Підвальна О.Г. [4], Річардс Г. [5] досліджують питання формування конкурентних переваг підприємств на основі формування соціокультурного потенціалу.

**Формування цілей статті.** Метою наукового дослідження є поглиблення розуміння процесу управління стратегічним потенціалом підприємництва в умовах інноваційної конкуренції, представлення напрямів формування і розвитку соціокультурного потенціалу та людського капіталу на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Стратегічний потенціал підприємства визначає,

які можливості воно може використати для стратегічного розвитку свого бізнесу. З іншого боку, розвиток підприємництва сприяє використанню стратегічного потенціалу, розвиваючи нові ідеї, створюючи нові бізнес-моделі та розширюючи доступ до ринків і ресурсів.

Стратегічний потенціал – це сукупність ресурсів, можливостей і переваг, які бізнес або суспільство використовує для досягнення своїх стратегічних цілей [1].

Розвиток стратегічного потенціалу підприємництва в умовах інноваційної конкуренції передбачає вироблення та втілення ефективних стратегій, спрямованих на створення конкурентних переваг та забезпечення стійкого розвитку підприємств. Сюди варто віднести такі керунки:

1. Формування та розвиток інноваційного потенціалу [2]:

– Підприємства повинні активно впроваджувати новітні технології та інновації для покращення продуктів, процесів і послуг.

– Розробка та впровадження новаторських продуктів або послуг дає змогу підприємствам виходити на нові ринки і зберігати конкурентну перевагу.

2. Формування та розвиток людського капіталу [3]:

– Людський капітал є ключовим чинником у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Інвестування в навчання, розвиток та мотивацію персоналу стимулює інноваційний розвиток та підвищує продуктивність.

– Формування команд, здатних працювати в умовах постійних змін і впроваджувати інновації, є критично важливим завданням для підприємств.

3. Формування та розвиток соціокультурного потенціалу, який визначається соціокультурними аспектами, що впливають на бізнес-середовище та стратегічне управління розвитком підприємництва.

4. Методи стратегічного управління [6]:

– Розроблення чіткої стратегії, спрямованої на інновації та конкурентність, що дає змогу підприємствам ефективно реагувати на зміни в ринкових умовах.

– Постійний моніторинг конкурентного середовища та аналіз можливостей і загроз сприяє вчасному адаптуванню стратегії підприємства.

5. Формування партнерства та посилення взаємодії. Розвиток партнерських відносин з іншими підприємствами, науковими установами та громадськими організаціями може сприяти обміну знаннями та технологіями, а також спільному розв'язанню проблем.

6. Орієнтир на сталий розвиток підприємництва. За умови розвитку стратегії необхідно враховувати вплив діяльності підприємства на навколишнє середовище та суспільство загалом.

Стратегії повинні бути спрямовані на сталий розвиток, збалансовуючи економічні, соціальні та екологічні аспекти.

Загальна концепція розвитку стратегічного потенціалу підприємництва в умовах інноваційної конкуренції полягає в тому, щоб підприємства були готові до постійних змін і впроваджували інновації як ключовий чинник успіху в умовах конкурентної боротьби на ринку.

Соціокультурний потенціал впливає на стратегічні рішення бізнесу та його здатність до адаптації до змін у соціальному середовищі [4]. Соціокультурний потенціал – це сукупність культурних цінностей, соціальних норм, інституційних структур і ставлень, які впливають на сприйняття і реалізацію стратегії [5]. Він охоплює такі аспекти, як культурна різноманітність, рівень довіри в суспільстві, готовність до змін і інновацій, а також ступінь підтримки соціальних та політичних інституцій.

Виділимо способи, якими формування соціокультурного потенціалу сприяє стратегічному розвитку підприємства в умовах інноваційної конкуренції:

1. Розуміння культурних особливостей ринку. Формування соціокультурного потенціалу дає змогу підприємству краще розуміти культурні особливості свого цільового ринку, що включає вивчення місцевих традицій, цінностей, споживчих звичаїв та етичних норм.

2. Підвищення креативності та інновацій. Розвиток соціокультурного потенціалу допомагає створити середовище, яке сприяє креативності та інноваціям, передбачає підтримку культурних заходів, освітніх програм та інших ініціатив, які стимулюють творче мислення та генерування нових ідей.

3. Адаптація продуктів та послуг. Формування стратегій, спрямованих на адаптацію продуктів і послуг до місцевих культурних уподобань, може допомогти підприємству зайняти більш міцну позицію на ринку.

4. Установлення довіри та взаємовідносин. Розвиток соціокультурного потенціалу охоплює також встановлення та зміцнення довіри, взаємовідносин з місцевими спільнотами та стейкхолдерами, що досягається шляхом активної участі у місцевих ініціативах, спонсорства культурних заходів тощо.

5. Адаптивне управління. Формування соціокультурного потенціалу сприяє стимулюванню підприємства до більш адаптивного управління, здатного ефективно реагувати на зміни в культурному та соціальному середовищі.

6. Створення конкурентної переваги. З розвитком соціокультурного потенціалу підприємство може створити унікальну конкурентну перевагу, яка ґрунтується на його здатності відповідати на

потреби та очікування споживачів в конкретному культурному контексті.

7. Підвищення відчуття спільності та приналежності, задоволеності роботою та лояльності й утримання працівників, зниження плинності кадрів, що досягається за допомогою створення більш позитивної та привабливої атмосфери.

Отже, розвиток соціокультурного потенціалу є важливим компонентом стратегічного розвитку підприємства в умовах інноваційної конкуренції, оскільки він сприяє підвищенню конкурентоспроможності та стійкості бізнесу на ринку.

Людський капітал постає ключовим елементом стратегічного потенціалу, оскільки впливає на інноваційність, продуктивність та конкурентоспроможність бізнесу. Людський капітал можна подати як сукупність знань, навичок, навчання, досвіду та талантів, які працівники приносять на робоче місце [3]. Він включає як загальні навички (наприклад, комунікація, креативність, аналітичні здібності), так і специфічні навички (технічні, фахові знання тощо). Ефективне управління людським капіталом ґрунтується на сукупності фахівців з відповідними навичками і мотивацією, а також розвиток їхнього потенціалу через навчання та розвиток кар'єри.

Розвиток людського капіталу на підприємстві відіграє ключову роль у стратегічному розвитку в умовах інноваційної конкуренції через реалізацію таких напрямів:

1. Навчання та розвиток навичок:

– Інвестування в навчання та розвиток навичок працівників дає змогу підприємствам отримувати кваліфіковану робочу силу, здатну ефективно впроваджувати інновації та нові технології.

– Розвиток програм навчання, тренінгів та кар'єри сприяє підвищенню мотивації, залученню талановитих співробітників і збереженню найкращих кадрів.

2. Стимулювання творчості та інновацій:

– Створення сприятливого середовища для творчості та інновацій дає можливість працівникам вносити нові ідеї та рішення у діяльність підприємства.

– Залучення працівників до процесу ухвалення рішень та сприяння їхній ініціативі може стимулювати появу новаторських рішень та покращень.

3. Програми розвитку лідерського потенціалу:

– Програми розвитку лідерських навичок та керівництва сприяють виявленню та розвитку лідерського потенціалу працівників, що є критичним у впровадженні інноваційних стратегій.

– Створення системи менторства та коучингу дає змогу розвивати лідерські якості та підтримувати працівників у розвитку їхнього потенціалу.

4. Культура співпраці та командна робота:

– Розвиток культури співпраці та командної роботи стимулює обмін ідеями, сприяє вирішенню складних завдань і появі новаторських рішень.

– Створення механізмів для спільного розв'язання проблем та здійснення колективних зусиль підвищує ефективність інноваційного процесу на підприємстві.

5. Підтримка робочого клімату. Створення позитивного та підтримуючого робочого клімату спонукає до залучення та збереження талановитих співробітників, що в свою чергу сприяє інноваційному розвитку підприємства.

Розвиток людського потенціалу на підприємстві є ключовим чинником для його стратегічного розвитку, оскільки створює фундамент для успішної інноваційної діяльності та формування конкурентної переваги.

**Висновки.** Стратегічний потенціал, зокрема людський капітал і соціокультурний потенціал є важливими елементами ефективної стратегії розвитку бізнесу і суспільства загалом. Успішний розвиток підприємства зазвичай ґрунтується на грамотному використанні стратегічного потенціалу, а стратегічний потенціал, в свою чергу, сприяє стимулюванню розвитку підприємництва через створення сприятливих умов для його здійснення. Умови інноваційної конкуренції включають різноманітні аспекти, що охоплюють як технічні та технологічні чинники, так і соціально-економічні та культурні складові. Однією з ключових умов є наявність потужного людського капіталу, який поєднує навички, знання та кваліфікацію працівників, а також їхню творчість та інноваційність. Людський капітал і соціокультурний потенціал взаємодіють із між собою, впливаючи на здатність бізнесу і суспільства адаптуватися до змін, реалізувати інновації та досягати успіху в довгостроковій перспективі. Відповідне управління цими ресурсами дає змогу ефективно використовувати їх потенціал для досягнення стратегічних цілей. Таким чином, сполучення високого рівня людського капіталу і розвинутого соціокультурного потенціалу сприяє створенню сприятливого середовища для інноваційної конкуренції, що обумовлює розвиток нових ідей, технологій та продуктів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Денисенко М.П., Юринець З.В., Юринець Р.В., Кохан М.О. Конкурентоспроможність підприємництва в умовах інноваційно-інвестиційної модернізації економіки. *Економіка і держава*. 2020. Вип. 4. С. 19–24.
2. Юринець З.В., Круглякова В.В., Мицишин І.Р. Стратегічні підходи до розвитку суб'єктів господа-

рювання на основі активізації використання їх інноваційного потенціалу. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 3 (131). С. 121–125

3. Бикова А., Чабан Л., Алексєєв А. Інвестування в людський капітал у військовий період. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-74>

4. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8>

5. Richards, G. *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: CAB International. 2001

6. Wan J., Ling W., Raafat S., Hong G. Empirical analysis of strategic management in inter-governmental organization. *Administrative Sciences*. 2022. № 12(83). URL: <https://doi.org/10.3390/admsci12030083>.

#### REFERENCES:

1. Denysenko, M.P. Yurynets, Z.V. Yurynets, R.V., Kokhan, M.O. (2020). Konkurentospromozhnist pidpryyemnytstva v umovakh innovatsiyno-investytsiynoyi modernizatsiyi ekonomiky [Competitiveness of entrepreneurship in terms of innovation and investment modernization of the economy]. *Ekonomika ta derzhava*, vol. 4, pp. 19–24.
2. Yurynets, Z.V., Kruglyakova, V.V., Myshchyshyn, I.R. (2018). Stratehichni pidkhody do rozvytku sub'yektiv hospodaryuvannya na osnovi aktyvizatsiyi vykorystannya yikh innovatsiynoho potentsialu [Strategic approaches to the development of business entities based on the activation of the use of their innovative potential]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, vol. 3(131), pp. 121–125
3. Bykova, A., Chaban, L., Aleksyeyev, A. (2023). Investytsiyi v lyuds'kyi kapital u voyennyi period [Investing in human capital during the war period]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-74> (Accessed 30 March 2024)
4. Korkuna, O.I., Nikyga, O.V. Pidvalna, O.G. (2020). Hastronomichnyy turizm yak chynnyk sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku terytorial'nykh hromad [Gastronomic tourism as a factor in socio-economic development of territorial communities]. *Economic space*, vol. 155, pp. 40–43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8> (Accessed 30 March 2024)
5. Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*, CAB International, Wallingford.
6. Wan, J., Ling, W., Raafat, S. and Hong, G. (2022), "Empirical analysis of strategic management in inter-governmental organization", *Administrative Sciences*, vol. 12, no. 83, DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci12030083>