

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Сапожніков Н. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ СУЧАСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Адаптивність, як стратегічна перевага, стає все більш важливою в умовах сучасного бізнесу, оскільки підприємства стикаються з постійними змінами в економічному, технологічному та соціокультурному середовищі. Адаптивність передбачає здатність підприємства швидко реагувати на зміни, а також гнучкість у вирішенні проблем і використанні нових можливостей.

Перш за все, адаптивність це готовність до змін, тому підприємства повинні бути відкритими для нових ідей, бути готовими до впровадження нових технологій, змін у виробничому процесі. Гнучкість та відкритість до змін дозволяють підприємству швидше адаптуватися до нових умов і зберігати конкурентоспроможність [2].

Другий аспект адаптивності – це здатність до швидкого реагування на зміни в ринкових умовах. Підприємства повинні мати механізми для виявлення змін у попиті, поведінці споживачів, технологічних та економічних тенденціях і вчасно реагувати на них. Це може включати в себе зміни в продукції, стратегії маркетингу, ціноутворенні тощо.

Третій аспект адаптивності – це здатність до внутрішньої трансформації. Підприємства повинні бути готовими до внутрішніх змін у своїй структурі, культурі та процесах, які дозволяють оптимізувати діяльність, підвищувати продуктивність і забезпечувати відповідність стратегій підприємств в умовах постійних змін.

На нашу думку, підприємства, які успішно адаптуються до змін, здатні не лише вижити в конкурентному середовищі, але й стати лідерами в своїй галузі.

Конкурентне середовище – це сукупність факторів і умов, які впливають на діяльність підприємств в їх прагненнях досягти конкурентних переваг на ринку. Це включає в себе існуючих та потенційних конкурентів, споживачів, постачальників, а також можливі заміщення іншими товарами або послугами. Конкурентне середовище постійно змінюється через технологічний прогрес, зміни в законодавстві, попиті споживачів та інші фактори.

Розвиток на основі конкурентних переваг – це стратегічний підхід, що передбачає створення унікального позиціонування підприємств на ринку, що дає їм переваги над конкурентами і сприяє стійкому успіху на тривалий термін. Цей підхід базується на використанні внутрішніх ресурсів та можливостей підприємств, а також на аналізі зовнішнього середовища для визначення ніш, де підприємства можуть здобути конкурентну перевагу.

Одним з ключових аспектів розвитку на основі конкурентних переваг є ретельний аналіз конкурентного середовища. Це включає в себе вивчення конкурентів, їхніх стратегій, сильних та слабких сторін, а також визначення можливостей для вдосконалення власного підприємства. Підприємства необхідно виявляти свої конкурентні переваги і використовувати їх для розвитку свого бізнесу [1].

В цілому, розвиток на основі конкурентних переваг є складним процесом, який вимагає від підприємств постійного вдосконалення, інновацій та стратегічного мислення, відкриває широкі можливості для досягнення успіху та стабільного розвитку в умовах сучасної конкуренції.

Адаптивність стає стратегічною перевагою для підприємств у сучасному бізнес-середовищі з двох причин.

По-перше, швидкі зміни в економіці, технології та соціокультурних тенденціях створюють необхідність для підприємств оперативно адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними. Підприємства, які можуть швидко реагувати на зміни, здатні зберегти свою ринкову позицію та витримати конкуренцію.

По-друге, адаптивність дозволяє підприємствам використовувати нові можливості та впроваджувати інновації. Швидке реагування на зміни може допомогти підприємствам першими захопити нові ринки або впровадити нові технології, що дає їм перевагу над конкурентами.

Таким чином, адаптивність виступає як ключова стратегічна перевага для підприємств у сучасному бізнес-середовищі, дозволяючи їм ефективно реагувати на зміни та використовувати нові можливості для досягнення успіху.

Перш ніж приймати рішення щодо впровадження адаптивних стратегій, підприємствам варто ретельно проаналізувати зміни в зовнішньому середовищі, такі як технологічні та ринкові тенденції, законодавчі зміни та соціокультурні перетворення. Важливо щоб підприємства залучали співробітників у процес

прийняття рішень та створення стратегій адаптації, інвестували у розвиток та підвищення кваліфікації свого персоналу. Адаптивні стратегії потребують команди з широким спектром навичок та здатності до навчання. Керівництво повинно створити культуру організації, яка позитивно ставиться до змін та стимулює спроби новачій. Співпраця та взаємодія між різними рівнями управління та підрозділами підтримує інноваційність та адаптивність.

Важливо постійно моніторити реалізацію адаптивних стратегій та оцінювати їх ефективність. Це допоможе вчасно виявляти проблеми та коригувати стратегії відповідно до потреб та умов.

Отже, успішне впровадження адаптивних стратегій вимагає системного підходу, активної участі персоналу та гнучкості в управлінні. Це допомагає підприємствам ефективно реагувати на зміни.

Список використаних джерел:

1. Діденко Є. О., Даніленко А. К. Процес досягнення підприємством конкурентних переваг. *Ефективна економіка*. 2016. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_11_43.
2. Гринько Т.В., Дутчак Ю.В. Особливості стимулювання адаптивного інноваційного розвитку підприємств машинобудування в Україні та світі. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2012. Т. 20, Вип. 4, № 10/2. С. 30-38.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Соколова К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасному світі, зростаюча глобалізація та розвиток технологій створюють непередбачувані виклики та можливості для малих та середніх підприємств. Тому, метою даного дослідження є розгляд і аналіз стратегій виходу на міжнародні ринки для малих та середніх підприємств з урахуванням їхніх можливостей, обмежень та сучасних тенденцій. Дослідження спрямоване на визначення оптимальних шляхів виходу на зовнішні ринки, які сприятимуть збільшенню конкурентоспроможності та стабільності малих та середніх підприємств в умовах глобального ринкового середовища. Стратегії виходу на міжнародні