

Список використаних джерел:

1. Вакім В.Е. Спеціальні режими інноваційної діяльності: автореф. дис. ...канд. юрид. наук. Харків, 2020. 20 с.
2. Дейнека О.Г., Заєць Б.М. Державна стратегія інновацій та прикладний характер реалізації їх в національній економіці. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 65. URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i65.159584>.
3. Кравчук Н., Склярчук М. Стимулювання інноваційної діяльності підприємств. *Scientific practice: modern and classical research methods*. 2021. URL: <https://doi.org/10.36074/logos-26.02.2021.v1.10>.
4. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Халецька В.В. Сучасний стан та проблеми інноваційного розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва в кризових умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 24. С. 5–11.
5. Гринько Т.В. Формування інноваційної інфраструктури України як основа активізації інноваційної діяльності підприємств. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 438–442.
6. Гринько Т.В., Козік В.А. Проблеми управління інноваційним розвитком промислових підприємств в Україні. *Економічний простір*. 2019. № 151. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/415/405>.

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

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ
В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Сучасне підприємницьке середовище характеризується високим рівнем динамічності, нестабільності та непередбачуваності. Постійні зміни у зовнішньому середовищі, такі як технологічний прогрес, глобалізація, економічна турбулентність та соціальні трансформації, створюють нові виклики для бізнесу. У цих умовах здатність підприємства адаптуватися до змін та розробляти ефективні стратегії стає вирішальним чинником його успішного функціонування та розвитку [2–5].

Формування адаптивної стратегії в підприємницькому середовищі є ключовим інструментом для забезпечення конкурентоспроможності та стабільності бізнесу. Адаптивна стратегія передбачає постійний моніторинг зовнішнього і внутрішнього середовища, виявлення загроз і можливостей, а також оперативне реагування на зміни. Вона дає змогу підприємствам гнучко перебудовувати свої процеси, підлаштовувати продукти та послуги під потреби ринку, зберігаючи при цьому стратегічні пріоритети.

Для розробки адаптивної стратегії підприємство має використовувати комплекс сучасних інструментів, які дозволяють ефективно аналізувати як зовнішнє середовище, так і внутрішній потенціал. Одним із найбільш поширених і дієвих методів аналізу зовнішніх факторів є PEST-аналіз. Цей інструмент забезпечує глибоке розуміння ключових макро чинників, що впливають на діяльність бізнесу, включаючи політичні, економічні, соціальні та технологічні аспекти [1].

Застосування PEST-аналізу дозволяє підприємству систематично оцінювати політичні ризики та регуляторні зміни, такі як нові законодавчі ініціативи або зміна митної політики, які можуть вплинути на умови ведення бізнесу. Аналіз економічних чинників, наприклад, коливань валютного курсу, рівня інфляції або змін купівельної спроможності населення, допомагає прогнозувати фінансові наслідки для підприємства. Вивчення соціальних трендів, таких як зміна споживчих уподобань або демографічних показників, дозволяє краще адаптувати продукцію або послуги до потреб цільової аудиторії. Технологічний компонент аналізу виявляє можливості впровадження інновацій, які можуть забезпечити конкурентну перевагу, наприклад, автоматизацію виробництва або використання цифрових технологій у маркетингу.

Окрім ідентифікації зовнішніх тенденцій, PEST-аналіз сприяє розробці довгострокових стратегій реагування на потенційні виклики та можливості. Наприклад, виявлення політичної нестабільності може стимулювати підприємство до диверсифікації ринків збуту, а технологічні прориви – до інвестицій у дослідження та розробки.

Розширюючи цей інструмент, підприємства можуть інтегрувати його із SWOT-аналізом, щоб порівняти результати зовнішнього оцінювання із власними сильними та слабкими сторонами.

У процесі формування адаптивної стратегії підприємства важливо використовувати і інші інструменти, які забезпечують всебічний аналіз бізнес-середовища та дозволяють розробляти ефективні управлінські рішення. Серед таких інструментів можна виділити модель конкурентного аналізу М. Портера, аналіз ланцюга створення цінності, а також сучасні методи прогнозування. Їх застосування допомагає виявити ключові напрямки розвитку, адаптуватися до ринкових змін і створювати конкурентні переваги. Модель конкурентного

аналізу Портера дозволяє оцінити структуру галузі та рівень конкуренції в ній. Використання цієї моделі допомагає підприємствам ідентифікувати фактори, які можуть знижувати їх конкурентоспроможність, а також знайти можливості для зміцнення ринкових позицій. Наприклад, усвідомлення впливу потужних постачальників може стимулювати пошук альтернативних джерел сировини, а розуміння загрози замінників – інвестиції в інновації.

Аналіз ланцюга створення цінності, запропонований М. Портером, дозволяє підприємствам розглянути всі етапи створення продукції або послуги – від закупівлі ресурсів до кінцевого споживання. Удосконалення логістики, автоматизація виробництва або впровадження клієнтоорієнтованих сервісів можуть значно підвищити ефективність підприємства та його здатність адаптуватися до змінних умов ринку.

Методи прогнозування відіграють ключову роль у стратегічному плануванні, дозволяючи підприємствам моделювати можливі сценарії розвитку ринку. Застосування таких інструментів, як екстраполяція трендів, економетричні моделі або сценарне планування, допомагає передбачати майбутні ризики та можливості.

Крім того, інтеграція цих інструментів у загальний процес стратегічного аналізу дозволяє створити багатовимірну картину зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Поєднання моделі Портера, аналізу ланцюга цінностей і прогнозування забезпечує комплексний підхід до формування адаптивної стратегії, що дозволяє не лише реагувати на зміни, а й активно їх передбачати, відкриваючи нові горизонти для розвитку та зміцнення конкурентних позицій.

Отже, можна зробити висновок, формування адаптивної стратегії є надзвичайно важливим етапом для забезпечення стійкого розвитку підприємства. Для цього необхідно використовувати комплекс інструментів, що дозволяють ефективно оцінювати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на діяльність підприємства. Використання всіх цих інструментів у комплексі забезпечує підприємству здатність не лише реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, але й формувати проактивну стратегію, що відповідає вимогам часу.

Список використаних джерел:

1. Олійник Т.І., Сапожніков Н. Адаптивні стратегії підприємницького бізнес-середовища: планування асортименту та контроль якості продукції. *Ефективна економіка*. 2024. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.69>.
2. Гринько Т.В. Управління адаптивним інноваційним розвитком промислових підприємств: економічне обґрунтування та концептуальні засади: Монографія. Донецьк, 2011. 352 с.
3. Гринько Т.В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. № 3. С. 94–97.
4. Гринько Т.В., Єрмакова Г.В. Сутність інноваційної активності підприємства та її оцінка. *Бізнес Інформ*. 2011. № 11(406). С. 62–64.
5. Гринько Т.В. Формування інноваційної інфраструктури України як основа активізації інноваційної діяльності підприємств. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 438–442.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Совгир К. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ЯК ЧИННИК
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних реаліях бізнес-середовища, яке дуже швидко змінюється, підприємці змагаються за увагу клієнтів. Це спонукає їх удосконалювати свої послуги або продукцію, розширювати свою діяльність та застосовувати ефективні стратегії. Важливо спиратися на саме ту стратегію, яка надасть змоги не тільки підтримувати конкурентоспроможність, а й підвищити її.

Велика конкуренція вимагає від керівників підприємств постійного вдосконалення, аналізу змін попиту, ефективного використання ресурсів, зниження витрат і підвищення якості продукції [1; 4; 5].

Аби втримувати високий рівень конкурентоспроможності у складних умовах сьогодення, основним питанням для підприємців виступає підвищення конкурентоспроможності, у цьому має виступати не лише вдала стратегія управління, а й врахування впливу зовнішніх і внутрішніх факторів для максимізації переваг і мінімізації недоліків, який спонукає економічне середовище до пошуку нових форм і методів конкуренції.

Для оцінки конкурентів, підприємці користуються різними методичними підходами, які є важливим засобом визначення їх рівня конкурентоздатності у порівнянні з іншими гравцями на ринку. Сьогодні існує багато актуальних