

Горбачова І. В.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління та адміністрування,
Житомирський інститут Приватного акціонерного товариства
«Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
м. Житомир, Україна*

Литвин Д. В.
*магістр,
Житомирський інститут Приватного акціонерного товариства
«Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
м. Житомир, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-431-6-25>

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

У сучасному динамічному бізнес-середовищі конкурентоспроможність продукції стає вирішальним фактором для виживання та успішного розвитку підприємства. Зміни у споживчих уподобаннях, швидке впровадження новітніх технологій та глобалізація ринків змушують компанії переглядати свої традиційні підходи до ведення бізнесу. Трансформація бізнес-стратегій не тільки допомагає адаптуватися до нових умов, але й створює передумови для досягнення конкурентних переваг.

Тема трансформації бізнес-стратегій є надзвичайно актуальною, оскільки сучасний ринок потребує від підприємств гнучкості та інноваційного підходу. У світі, де цифрові технології, автоматизація та штучний інтелект значною мірою впливають на всі аспекти економічної діяльності, здатність компаній швидко адаптувати свої організаційно-економічні стратегії до нових викликів стає визначальним фактором їх успіху. Впровадження таких трансформаційних стратегій сприяє посиленню конкурентоспроможності продукції на локальних та глобальних ринках, дозволяючи підприємствам не тільки утримувати свої позиції, а й завойовувати нові сегменти ринку.

Підприємства функціонують у складних умовах глобалізації, технологічних змін і зростаючих екологічних вимог. Основні виклики включають [1]:

- Глобалізація ринків. Підприємства конкурують не тільки на локальних, але й на міжнародних ринках, що посилює конкурентний тиск і вимагає впровадження нових підходів до управління.

- Зміни в споживчих уподобаннях. Споживачі стали більш вимогливими щодо якості продукції, її екологічності та інноваційності. Для задоволення цих вимог підприємствам необхідно швидко адаптуватися до нових тенденцій.

- Технологічні зміни. Швидке впровадження цифрових технологій, автоматизації та штучного інтелекту відкриває нові можливості для бізнесу, але водночас вимагає значних інвестицій у розвиток технологій.

- Екологічні виклики. Компанії повинні дотримуватись стійких екологічних практик, аби зберегти репутацію і відповідати світовим трендам екологічної відповідальності.

Для успішної адаптації до змін підприємства мають впроваджувати інноваційні стратегії, орієнтовані на гнучкість та ефективність [2]:

- Інноваційне виробництво. Автоматизація виробничих процесів та впровадження цифрових технологій дозволяють значно знижувати витрати на виробництво та підвищувати якість продукції.

- Маркетингова трансформація. Використання сучасних інструментів цифрового маркетингу, таких як соціальні мережі, контент-маркетинг та аналіз даних, дозволяє краще взаємодіяти з цільовою аудиторією та підвищувати ефективність рекламних кампаній.

- Гнучке управління. В умовах швидких змін важливу роль відіграють моделі управління, що дозволяють оперативно реагувати на нові виклики. Підприємства, які впроваджують такі підходи, як agile або lean management, мають можливість швидше адаптуватися до змін і виводити нові продукти на ринок.

- Сталій розвиток. Інтеграція екологічних практик у виробничі процеси не лише відповідає вимогам сучасного ринку, але й підвищує лояльність споживачів до бренду.

Цифровізація стала невід’ємною частиною сучасної бізнес-стратегії. Впровадження цифрових технологій допомагає підприємствам оптимізувати процеси, підвищити продуктивність і покращити взаємодію зі споживачами [2]:

– Автоматизація виробництва. Інтернет речей (IoT) та промислові роботи дозволяють підвищити ефективність виробництва, зменшити витрати на робочу силу та покращити контроль якості продукції.

– Аналіз великих даних. Використання Big Data дозволяє підприємствам детально вивчати ринкові тенденції та потреби споживачів, що сприяє більш точному прогнозуванню та персоналізованому маркетингу.

– Розвиток цифрових каналів збуту. Онлайн-продажі та електронна комерція стають основними каналами збуту для багатьох підприємств. Це дозволяє значно розширити географію ринку та підвищити продажі.

– CRM-системи. Автоматизація взаємодії зі споживачами за допомогою CRM-систем дозволяє підприємствам більш ефективно управляти процесами продажу, підтримки та післяпродажного обслуговування.

Одним із ключових аспектів підвищення конкурентоспроможності продукції є впровадження ефективних систем управління якістю:

– Тотальне управління якістю (TQM). Цей підхід передбачає безперервне вдосконалення всіх процесів на підприємстві для досягнення найвищої якості продукції та послуг.

– Сертифікація за міжнародними стандартами. Відповідність міжнародним стандартам якості, таким як ISO, забезпечує високу репутацію підприємства та довіру з боку споживачів.

– Інновації у створенні продукту. Впровадження новітніх технологій і матеріалів у виробничі процеси дозволяє створювати продукцію, яка відповідає вимогам сучасного ринку та перевершує очікування споживачів.

Отже, трансформація бізнес-стратегій є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах. Впровадження інноваційних технологій, управління якістю та розвиток персоналу створюють передумови для досягнення лідерських позицій на ринку. Гнучкість і здатність до швидкої адаптації стають вирішальними факторами успіху, дозволяючи підприємствам не тільки виживати, а й процвітати у динамічному бізнес-середовищі.

Література:

1. Гурова Н.М., Малишевський В.А. «Інноваційні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства». *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2023. № 321. С. 35–46.

2. Ляшенко С.М. Впровадження цифрових технологій у маркетингову діяльність підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2023. № 11. С. 91–108.