

Ольга БАНІТ,

д-р. пед. наук, професор кафедри менеджменту,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

ORCID 0000-0001-9002-6439

olgabanit@gmail.com

РЕЗИЛЬЄНТНІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КОМПАНІЙ

Ключові слова: бізнес-стратегії, європейські компанії, резильєнтність, диверсифікація, стратегічні партнерства, кризове управління, інвестиції.

Анотація. Проаналізовано резильєнтні бізнес-стратегії європейських компаній: диверсифікація, стратегічні партнерства, кризове управління і планування, інвестиції в розвиток талантів. Вони підтримуються такими інноваційними бізнес-стратегіями, як цифрова трансформація, сталий розвиток, економічні екосистеми, соціальна відповідальність, новітні маркетингові стратегії. Ці стратегії часто комбінуються в залежності від конкретних потреб тієї чи іншої компанії, допомагають їм стати резильєнтними в умовах стрімких ринкових змін.

Olga BANIT,

doctor of Pedagogical Sciences, professor,

Management Department,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

RESILIENT BUSINESS STRATEGIES OF EUROPEAN COMPANIES

Keywords: business strategies, european companies, resilience, diversification, strategic partnerships, crisis management, investments.

Abstract. The author analyzes resilient business strategies of European companies: diversification, strategic partnerships, crisis management and planning, investments in talent development. They are supported by such innovative business strategies as digital transformation, sustainable development, economic ecosystems, social responsibility, and the latest marketing strategies. These strategies are often combined depending on the specific needs of a particular company, helping them to become resilient in the face of rapid market changes.

Сучасні європейські компанії славляться високою якістю своєї продукції та послуг, що робить їх конкурентоспроможними на світовому ринку. Вони розвиваються й процвітають завдяки комплексу резильєнтних бізнес-стратегій і підходів, що дозволяють їм адаптуватися до швидкозмінного економічного, соціального, екологічного середовища та

витримувати конкурентоспроможність на ринку. Більшість резильєнтних бізнес-стратегій на перший погляд можуть видаватися давно відомими, однак в нинішніх умовах вони не спрацьовують без інновацій. Серед найпопулярніших можна виокремити диверсифікацію, стратегічні партнерства, кризове управління і планування, інвестиції в дослідження й навчання персоналу та ін. Вони підтримуються такими інноваціями, як цифрова трансформація, сталий розвиток, економічні екосистеми, соціальна відповідальність, новітні маркетингові стратегії та ін.

Компанії, що вже мають свою нішу на ринку й зацікавлені в посиленні ринкових позицій, розробляють резильєнтні бізнес-стратегії інтегрованого та диверсифікованого зростання [5, с. 20-23]. Вони розглядають можливості розширення своєї присутності в різних сегментах ринку та різних географічних регіонах. Різноманітність допомагає зменшити ризики в разі змін в одному секторі чи регіоні. Прикладом можуть слугувати європейські агропромислові компанії. Зазвичай вони мають різні лінії продуктів та експортують їх в різні країни та континенти. Це виробництво товарів і послуг, що задовольняють потреби різних цільових аудиторій. Інноваційною в цьому випадку є маркетингова стратегія, що передбачає створення унікального товару чи послуги в абсолютно новій галузі чи відкриття нового неохопленого конкуренцією ринку [4, с. 129]. Диверсифікація сприяє створенню стратегічних партнерств.

Резильєнтна бізнес-стратегія стратегічного партнерства дозволяє компаніям об'єднувати свої зусилля для досягнення спільних цілей. Учасники стратегічних партнерств мають змогу отримувати доступ до нових технологій, до додаткових ресурсів, таких як фінансування, технічна підтримка, спільна розробка продуктів і послуг. Важливою складовою стратегічного партнерства є проведення спільних маркетингових кампаній з метою популяризації на ринку та привернення уваги клієнтів. Це може включати спільне лобювання різного роду ініціатив і реформ, спільні дослідження та розробку нових технологій, продуктів, а також обмін знаннями й досвідом. Наприклад, бізнес-ринок в Європі та за її межами дозволяє європейським енергетичним компаніям здійснювати глобальний розмах та знаходити нові ринки збуту [2].

Ефективна внутрішня та зовнішня комунікація цих компаній, взаємодія з урядовими структурами, громадськими організаціями, академічними установами та іншими стейкхолдерами для спільного вирішення проблем та відновлення нормального функціонування після кризи, а також підтримка співробітників і клієнтів є важливими чинниками ефективної діяльності у складі стратегічних партнерств. Такі партнерства сприяють сталому розвитку. Соціальна відповідальність і турбота про екологію є нині

важливими аспектами для багатьох стратегічних партнерств. Вони впроваджують сталі виробничі методи та беруть участь у численних соціальних програмах. Активна участь у соціальних і гуманітарних програмах підвищує репутацію кожної компанії, сприяє поширенню позитивного іміджу серед споживачів [1].

Кризове управління й планування можна вважати резильєнтною бізнес-стратегією у разі, якщо компанія демонструє здатність не лише витримувати серйозні виклики, стресові ситуації, але й адаптуватися та відновлювати свою діяльність після кризи на новому рівні. Таке управління й планування базується на системному підході, що передбачає аналіз кризових ситуацій з урахуванням усіх аспектів бізнесу та його взаємодії з оточуючим середовищем. Резильєнтність забезпечує здатність швидко адаптувати свої стратегії та плани, ефективно приймати рішення навіть у невизначених ситуаціях, враховуючи всі можливі варіанти розвитку подій, планувати нові шляхи розвитку й процвітання. Такі виклики постали нині перед європейськими автомобільними компаніями, яким до 2035 року потрібно перейти на екологічний стандарт «Євро-7».

Ще однією перспективною резильєнтною бізнес-стратегією є інвестування. Крім загальноприйнятого вкладання коштів у дослідження та розвиток нових продуктів і технологій, прибутковими є інвестиції в розвиток персоналу. Провідні європейські компанії постійно інвестують у навчання своїх працівників, сприяючи розвитку їхніх навичок. Навіть у глибокі кризові періоди, коли помітно знижується бюджет на цю статтю розходів, проактивні керівники все-таки підтримують таланти. Інвестування в розвиток талантів сприяє зниженню плинності персоналу, утриманню амбітних і перспективних співробітників, підвищенню бренду. Особливо актуальним постає це питання для європейських ІТ компаній, для яких важливо створення кваліфікованих команд, здатних ефективно й результативно працювати в умовах непрогнозованих змін [3].

Ці стратегії часто комбінуються з іншими в залежності від конкретних потреб компаній, допомагаючи їм загалом стати більш резильєнтними в умовах нинішніх геополітичних турбулентностей, технологічних інновацій, стрімких ринкових змін. Загалом же, підсумовуючи, можна констатувати, що резильєнтні бізнес-стратегії провідних європейських компаній набувають дедалі більшої важливості й актуальності. Кожна з окреслених бізнес-стратегій може бути окремою темою для детальнішого обговорення.

Список використаних джерел

1. Букресєва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект.

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316>

2. Інвестиції в добробут Європи. URL: https://state-of-the-union.ec.europa.eu/investing-europes-prosperity_uk

3. IT-ринок Східної Європи. <https://dou.ua/lenta/articles/it-in-eastern-europe/>

4. Лошенюк О.В., Галан Л.В., Посохов І.М. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу. Вчені записки Університету «КРОК» № 2 (66), 2022. С. 123-131. URL: <file:///C:/Users/Dell/Desktop/koval-yana,+16.pdf>

5. Рокоча В.В., Одягайло Б.М., Терехов В.І. Бізнес-стратегії європейських компаній: навчальний посібник. К.: Університет економіки та права "КРОК", 2018. 312 с. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/rokocha_0006.pdf

Дмитро БАРАБАСЬ,

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

ORCID 0000-0002-8776-6222

barabas@kneu.edu.ua

Катерина ПОГРЕБНЯК,

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, 2 рік навчання,

освітня програма «Менеджмент бізнес-організацій»,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

ORCID 0009-0003-9094-9825

katerina.pogrebniak@gmail.com

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Ключові слова: конкурентні переваги, бізнес-інтеграція, євроінтеграція конкурентоспроможність

Анотація. В статті розглянуто проблемні аспекти формування конкурентних переваг в умовах інтеграції. Наведено визначення поняття «конкурентна перевага», представлено вимоги, яким повинні відповідати конкурентні перевага для здобуття перемоги в боротьбі з конкурентами. Запропоновані заходи на державному рівні щодо посилення конкурентних переваг бізнес-організації в умовах євроінтеграції, підвищення міжнародної конкурентоспроможності в умовах політичних і економічних кризових явищ.