

виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості, акцентуючи увагу на економічному впливі цих змін. «Виробнича функція описує кількісну зміну продукту з урахуванням змін у всій сукупності факторів, що на нього впливають. Якщо в сумі факторів ми змінимо форму функції, то отримаємо інновацію»[3].

На підставі наведених вище тверджень спостерігаємо, дещо, «технічний» акцент на категорії інновацій, адже інновації в наведених дослідженнях розглядають не як кінцевий результат стратегії діяльності, а як процес впровадження технологічних і продуктових нововведень на різних стадіях економічного циклу. Запропонований підхід, на наш погляд, не дозволяє в повній мірі пояснити сутність інновації, адже по-перше, характеризує нововведення лише в технологічній і продуктивній сфері, що обмежує реалізацію інноваційних ідей в управлінській, соціальній, освітній та інших сферах суспільного життя; по-друге, фактично, відкидає можливість виникнення інновацій в умовах економічної стабільності; по-третє, процес введення інновацій залежить лише від стадій економічного циклу, а не від прагнення фірми до підвищення своєї конкурентоспроможності на всіх стадіях економічних циклів.

#### Література:

1. Полегенька М. А. Етимологія терміну «інновації» як економічної категорії. *Агросвіт*. 2018. № 21. С. 57-61.
2. Чайковський Я. І., Ковальчук Я. Ю. Банківські інновації: перспективи та загрози електронних банківських послуг. *Світ фінансів*. 2020. Вип. 4. С. 121-136.
3. Михайлів Г. В., Гринів Л. В. Інноваційна політика в контексті стратегії фінансово-економічної безпеки підприємства. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2019. Вип. 14(2). С. 58-64.

### АДАПТИВНІСТЬ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА СТРАТЕГІЇ УСПІХУ

О. М. КОЛМАКОВА, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу

Д. А. КІЄНКО, студентка

*Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Адаптивність означає, що організація здатна до довгострокових змін рамкових умов і активно вибудовуватися таким чином, щоб підтримувати або навіть підвищувати свою конкурентоспроможність.

Саме адаптивність дозволяє організації пережити політичну чи фінансову кризу та, в ідеалі, навіть стати сильнішою після них. Саме здатність до адаптації означає, що організація може здійснювати довгострокові соціальні та економічні зміни, на ранній стадії розпізнавати технологічні зміни та перетворює їх у можливості, цілеспрямовано впроваджувати інновації.

Тому адаптивність слід розглядати не тільки як активну або пасивну здатність. Адаптивності зазвичай не виникає випадково. Набагато частіше це результат дуже активної та свідомої корпоративної проектної діяльності,

внутрішні та зовнішні ресурси налаштовані таким чином, щоб організація адаптувалася до світу більш цілеспрямовано та швидше (швидше, ніж інші компанії).

Адаптивність означає здатність пристосовуватися. Це не означає, що вам потрібно кидатися на кожну нову перемогу або йти в ногу з усіма поточними трендами. Просто важливо бути відкритим до нового, це особливо важливо в нашу цифрову епоху.

Навіть якщо процеси, процедури та структури завжди працювали добре, має сенс час від часу думати про зміни. Незалежно від ситуації, ви не повинні дотримуватися однієї точки зору, а бути відкритими до змін. Навіть власна думка може бути змінена або принципово змінена на основі нещодавно отриманих знань і нового досвіду, якщо тільки людина не наполягає на чіткій точці зору.

Адаптивність є важливою частиною процесів, а також внутрішніх і зовнішніх змін. Перш за все, для компанії важливо завжди мати можливість працювати гнучко та бути динамічною. У сучасну епоху ринок у кожній галузі є висококонкурентним, і тут відбуваються регулярні незліченні зміни. Лише компанії, які регулярно адаптуються та дозволяють і приймають зміни, можуть залишатися ринковими сьогодні.

Для цього потрібно поставити собі три прості запитання [1]:

Де ми зараз?

Куди ми хочемо потрапити?

Як ми досягаємо нашої мети?

Для реалізації проектів і досягнення цілей в компаніях повинні відбуватися корективи.

На початку 2020 року пандемія корони показала, наскільки багато компаній і приватних осіб насправді здатні адаптуватися. Використання відеоконференцій створило абсолютно нові можливості та можливості в приватному та професійному житті, які й надалі будуть мати велике значення в довгостроковій перспективі. Компанії, зокрема, виграють від цих коригувань у довгостроковій перспективі, оскільки, наприклад, дорогі відрядження можна просто замінити зустрічами в форматі zoom або подібним.

Адаптивність окупається. Сфери застосування механізму адаптації:

1. Клієнти та постачальники. Немає значення, приватне чи професійне: варто бути адаптованим, щоб насолоджуватися перевагами. Використовуючи, наприклад, відеоконференції в повсякденному робочому житті, можна уникнути стресу. Таким чином можна заощадити поїздки на роботу та відрядження в далекі країни. Це не тільки допомагає запобігти стресу, але й підтримує клімат, оскільки менше викидів CO<sub>2</sub> відбувається, якщо менше подорожувати літаком, автомобілем, автобусом чи поїздом у довгостроковій перспективі.

Іншим яскравим прикладом є спілкування: люди тепер мають можливість легко спілкуватися зі всіма людьми, якщо вони є адаптивними та відкритими до нового. Сьогодні вже неважливо, як далеко знаходяться клієнти чи постачальники, як та де вони працюють – розмови та відеоконференції можна проводити з будь-якої точки світу за допомогою цифрового зв'язку зі смартфоном чи ноутбуком.

2. Господарча діяльність. Адаптивність як контрольний список причин, чому так багато традиційних компаній знаходяться на межі краху. Використання методу п'яти чому, щоб запитати себе, чому зміни в діловому світі можуть поставити під загрозу вашу діяльність, є проникливим. Нерідко відповідь буде така: зміни не були адаптовані. Особливо у сфері оцифрування існує брак розуміння необхідності, а отже, адаптивності та гнучкості.

3. Кадри. Цифровий запис робочого часу та завдань використовується безпосередньо для нарахування заробітної плати. Дані також можна використовувати для виставлення рахунків клієнту. Використання програмного забезпечення для планування спрощує розумну організацію роботи та дозволяє об'єднувати календарі окремих працівників у мережу один з одним. Крім того, можна створювати повтори, надсилати запити на зустріч або блокувати час.

#### Література:

1. Rösen, T. A., Schlippe, A. v. & Groth, T. (2019): Mentale Modelle von Familienunternehmen. Wie Unternehmerfamilien über sich und ihre Verbindung zum Familienunternehmen denken. WIFU-Praxisleitfaden. Witten: WIFU. 2019. URL: <https://www.wifu.de/bibliothek/mentale-modelle-von-familienunternehmen/> (Last accessed: 31.02.2023).

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЛЯМИ МАТЕРІАЛІВ НА БУДІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УКРАЇНІ

О. М. КОЛМАКОВА, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу

Б. С. ЛИСЕНКО, асп. кафедри економіки та маркетингу

*Харківський національний університет міського господарства*

*імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Закупівля матеріалів, обладнання та субпідряд зараз є найважливішим бізнес-процесом, коли в будівельній компанії становить від 50 до 80% загальних витрат. Але не тільки ціна, дата, якість і вся логістика повинні узгоджуватися, але і вся внутрішня організація закупівель. Тоді це стане історією успіху.

Процеси закупівель впливають на всі організаційні підрозділи будівельної компанії. Адміністрація, цех, склад і, звичайно, будівельні майданчики. Закупівлі мають різні тригери в окремих організаційних підрозділах, від безперервного процесу закупівель в адміністрації до спонтанної потреби в запасних частинах для несправного пристрою. Значна частина процесів закупівель пов'язана з будівельними проектами. Це передбачає як закупівлю будівельних матеріалів, так і послуги субпідрядників.

Основним принципом організації закупівлі є персональна відповідальність ініціатора. У рамках узгоджених повноважень і бюджетів керівництво будівництва звітуватиме про потребу в будівельних матеріалах і, безумовно, також буде замовлено менеджерами, а водій вантажівки заправлятиме дизельне паливо за рахунок визначеного бюджету. Організовані закупівлі повинні чітко