

Віталій КУВІК

аспірант освітньо-наукової програми

«Менеджмент», ЗУНУ

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ БІЗНЕС- СТРАТЕГІЙ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Економічна нестабільність останніх років, посилена геополітичними викликами та внутрішніми дисбалансами, дедалі глибше впливає на динаміку розвитку малого бізнесу в Карпатському регіоні. Спостереження за 2024-2025 роками [1] та аналітичними даними Світового банку [2] свідчать про те, що підприємства вимушені переглядати базові підходи до стратегії, адаптуючись не стільки до ринкових умов, скільки до фрагментованої структури попиту і нестабільності доступу до ресурсів.

Гіпотетично можна припустити, що саме у регіонах із високою залежністю від локальної економіки, як-от Карпати, процеси стратегічної трансформації матимуть найбільш виражений контур: від прагматичного мінімалізму до ситуативної інноваційності [3]. З одного боку, спостерігається спроба малого бізнесу зберігати традиційні моделі, з іншого – поступове нашарування гібридних стратегічних патернів, орієнтованих на несталі часові горизонти [4]. Наявність таких тенденцій підводить до необхідності критичного переосмислення взаємозв'язку між економічними шоками і еволюцією бізнес-стратегій на локальному рівні.

Економічна нестабільність останніх років стала визначальним каталізатором змін у стратегічному плануванні малих підприємств Карпатського регіону. Ситуація, що склалася, змусила бізнес відмовлятися від традиційної стратегії сталого розвитку з акцентом на довгострокове закріплення на локальному ринку. Замість цього все частіше впроваджуються так звані «адаптивні стратегії виживання», які характеризуються високим рівнем гнучкості, короткими плановими циклами та мінімізацією фіксованих витрат.

Варто розуміти специфічну рису бізнес-середовища Карпатського регіону – домінування сімейних форм власності і надмірна локалізація бізнес-моделей. З одного боку, це забезпечує сталість традицій і збереження локальних продуктів і послуг; з іншого – ускладнює впровадження масштабованих інновацій, обмежує можливості експортної орієнтації, а в умовах економічних шоків робить такі підприємства особливо вразливими до втрати основних ринків збуту.

Одним із найпомітніших векторів трансформації стала диференціація бізнес-моделей: підприємства прагнуть одночасно працювати у кількох суміжних сегментах, щоб зменшити залежність від сезонного попиту або коливань цін на основну продукцію.

Зокрема, туристичні малі підприємства Карпат активно інтегрують у свої пропозиції елементи гастрономічного туризму, екоосвіти або агротуризму.

Економічна турбулентність також підштовхнула малий бізнес до переосмислення ринкових орієнтирів: фокус змістився із виключно місцевого споживача на потенційного споживача з інших регіонів України та навіть за її межами. Стратегії експортної експансії, раніше малодоступні через обмежені ресурси, нині стають більш актуальними завдяки цифровізації каналів збуту і участі у міжнародних підтримуючих програмах.

Ще однією суттєвою зміною стало впровадження антикризових механізмів оперативного реагування. Малий бізнес, який раніше уникав складних фінансових інструментів, сьогодні активно освоює страхування бізнес-ризиків, резервування обігових коштів та диверсифікацію постачальників і партнерів.

На відміну від періоду відносної стабільності, коли бізнес-стратегії формувалися за принципом поступового накопичення ресурсів і розширення присутності на традиційних ринках, сьогодні переважають стратегії мінімізації ризиків, швидкої перебудови і проактивного управління невизначеністю.

Таким чином, під впливом економічної нестабільності бізнес-стратегії малих підприємств Карпатського регіону еволюціонують від локалізованих, інерційних моделей до більш мобільних, гнучких і багатоканальних підходів, де адаптація, швидкість і антикризове мислення стають визначальними факторами виживання та розвитку.

Отже, трансформація бізнес-стратегій малих підприємств Карпатського регіону є відповіддю не тільки на економічні виклики, а й на об'єктивні структурні обмеження регіону. Водночас характер цих змін залишається переважно реактивним, що свідчить про необхідність розвитку системного стратегічного мислення у середовищі малого підприємництва.

Список використаних джерел

- 1.OECD. Economic Outlook, Interim Report March 2025. Steering through uncertainty. 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-outlook-interim-report-march-2025_89af4857-en.html
- 2.World Bank. Global Economic Prospects. Emerging and Developing Economies in the 21st Century. January 2025. World Bank Publications. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
- 3.UNDP. Human Development Report 2023/24: Breaking the Gridlock: Reimagining Cooperation in a Polarized World. 2024. URL: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2023-24>
- 4.European Commission. (2024, July 4). Annual report on European SMEs 2023/2024. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy-and-sme-friendly-business-conditions/sme-performance-review_en