

КРАВЧЕНКО ВЛАДИСЛАВ, здобувач вищої освіти

Науковий керівник – **БУРКОВСЬКА АННА**, доктор філософії (економіка), доцент кафедри менеджменту та маркетингу,

Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Ефективний менеджмент підприємства є основою його успішного функціонування та адаптації до умов ринкової економіки. У сучасному світі, де конкуренція стає дедалі жорсткішою, підприємства змушені впроваджувати нові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними та забезпечувати стабільне зростання [1].

Одним із ключових напрямів є стратегічне планування, яке дозволяє підприємствам прогнозувати можливі виклики та розробляти шляхи їх подолання. Формування довгострокового бачення і чітких цілей сприяє координації зусиль усіх підрозділів та підвищує ефективність використання ресурсів [2]. Успішний менеджмент також залежить від здатності швидко реагувати на зміни в ринковому середовищі, що вимагає гнучкості й адаптивності у прийнятті рішень.

Підприємства, які фокусуються на впровадженні сучасних технологій, отримують конкурентну перевагу, оскільки автоматизація і цифровізація дозволяють скоротити час виконання процесів, зменшити витрати та підвищити точність прийняття рішень. Важливо враховувати, що сучасний ринок вимагає високого рівня клієнтоорієнтованості. Підприємства, які активно аналізують поведінку своїх клієнтів і створюють пропозиції, що відповідають їхнім потребам, мають більше шансів на успіх [3].

Іншим важливим аспектом є розробка чітких і реалістичних стратегічних цілей, які мають відповідати зовнішнім умовам і внутрішньому потенціалу підприємства. Стратегічне планування дозволяє підприємствам прогнозувати зміни на ринку, оцінювати ризики та розробляти заходи для їх мінімізації [4]. Цей процес передбачає не лише постановку цілей, але й постійний моніторинг результатів і внесення коректив у стратегії відповідно до змін середовища.

Організаційна культура також відіграє важливу роль у підвищенні ефективності менеджменту. Компанії, які створюють середовище, сприятливе для співпраці, інновацій та обміну знаннями, отримують конкурентну перевагу [5]. Ефективні команди здатні швидше адаптуватися до нових викликів і реалізовувати складні проєкти, що сприяє підвищенню загальної продуктивності.

Інновації є важливим елементом ефективного управління. Підприємства, які активно впроваджують новітні технології, мають змогу підвищити продуктивність, знизити витрати та створити унікальну пропозицію для клієнтів. Зокрема, автоматизація бізнес-процесів і цифровізація управлінських функцій дозволяють оптимізувати операційну діяльність і покращити якість



прийняття рішень [2].

Лідерство також відіграє вирішальну роль у підвищенні ефективності менеджменту. Компетентний керівник здатний мотивувати команду, створюючи сприятливу атмосферу для розвитку творчого потенціалу та ініціативи працівників. Розвиток корпоративної культури, що підтримує співробітництво, відкритість та інновації, сприяє підвищенню рівня залученості персоналу та ефективності роботи [3].

Фінансова стійкість і управління ризиками є ще одним важливим аспектом. В умовах нестабільного ринку підприємства мають вміти ефективно розподіляти ресурси, аналізувати витрати та доходи, а також планувати можливі ризики. У цьому контексті важливу роль відіграє використання фінансових показників для моніторингу результатів діяльності та коригування стратегії [1].

Взаємодія з клієнтами також є ключовим фактором. Підприємства, які орієнтовані на задоволення потреб споживачів, мають більші шанси на успіх [3]. Поглиблене розуміння очікувань клієнтів, персоналізований підхід до сервісу та активна комунікація дозволяють зміцнювати довіру та лояльність, що, у свою чергу, позитивно впливає на прибутковість [5].

Отже, ефективність менеджменту значною мірою залежить від здатності підприємства інтегрувати сучасні технології, адаптуватися до змін і створювати цінність для всіх зацікавлених сторін. Поєднання стратегічного планування, інновацій, лідерства та орієнтації на клієнта дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними навіть у найскладніших ринкових умовах.

Список використаних джерел:

1. Бурковська А.І., Дубенюк Я.О. Маркетингова стратегія як елемент управління підприємством в умовах українського сьогодення. *Modern Economics*. 2024. № 44(2024). С. 36-40. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V44\(2024\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V44(2024)-05).
2. Полторак А.С., Сухорукова А. Л., Бурковська А. І. Кібербезпека в системі трансформації управління бізнес-організацією. Трансформація менеджменту бізнес-організацій: сучасні тренди та виклики : колективна монографія. Київ : Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». 2021. С. 158-176. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10893/1/17.pdf>
3. Фісуненко П.А. Шевченко К.І. Критерій оцінювання ефективності діяльності підприємства в забезпеченні їх економічної безпеки. *Економічний простір*. 2019. №151. С. 185–200.
4. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
5. Назаренко І.С. Економічний зміст ефективності діяльності підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2022. Том 76. № 3. С. 15–22.

