

У висновку можна відзначити, що проведене дослідження визначило системні методи оцінювання, специфічні для сфери оптової торгівлі. Аналіз ключових показників та використання ефективних інструментів надають можливість об'єктивно визначити ступінь стійкості підприємств, враховуючи їхню унікальну специфіку. Впровадження таких системних методів оцінювання стійкості дозволяє підприємствам оптової торгівлі приймати інформовані управлінські рішення, спрямовані на ефективне управління ризиками. Це особливо актуально в умовах невизначеності та постійних змін на ринку, надаючи підприємствам можливість досягти стійкого розвитку та конкурентоспроможності в динамічному бізнес-середовищі.

Список використаних джерел:

1. Шпак Л.О. Оцінка конкурентоспроможності організацій оптової торгівлі. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2012. Вип. 22, ч. 2. С. 324-329. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/d4bd9910-a70b-4644-accb-9872f82af24b/content>.
2. Лящук Ю.П. Оцінка відтворення фінансових ресурсів на рівні підприємства оптового постачання. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/ocinka-vidtvorennya-finansovih-resursiv-na-rivni-pidpriemstva-optovogo-postachannya.html>.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Зоріна К. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ З ВРАХУВАННЯМ ЗМІН СЕРЕДОВИЩА

Актуальність теми підвищення ефективності діяльності промислових підприємств в Україні є вельми високою, особливо з урахуванням постійних змін у середовищі, таких як політична ситуація, економічні та соціальні фактори, а також технологічні новації. Із становленням в Україні ринкової системи господарювання відбулася активізація розвитку підприємств. Це спричинило й до появи на ринку нових суб'єктів господарювання. На думку [1], особливо це актуально для підприємств промисловості. Метою даного дослідження є аналіз

сучасних тенденцій у промисловому секторі, що впливають на ефективність, і визначення оптимальних стратегій для пристосування до змін у середовищі.

Так, застосовуючи концепції поведінкової економіки в контексті національної ідентичності після війни для створення ефективних маркетингових стратегій, підприємства можуть досягти максимального впливу на узгодження з уподобаннями споживачів і процесами прийняття ними рішень. Наприклад, застосування інноваційного маркетингу може допомогти компанії виділитися серед конкурентів та створити сильний бренд, що сприяє підвищенню репутації та довіри. Ефективні маркетингові стратегії можуть збільшити інтерес та попит на продукти або послуги компанії, що призведе до зростання продажів і доходів. Використання інноваційних методів маркетингу, таких як аналіз даних і профілювання клієнтів, дозволяє компаніям краще зрозуміти свій цільовий ринок і адаптувати маркетингові зусилля відповідно. Застосування інноваційних маркетингових технологій і стратегій дозволяє компаніям оптимізувати свої маркетингові процеси та знизити витрати. Загалом, ефективне управління інноваційним маркетингом, на думку [2, с. 65], допомагає досягти бізнес-цілей і забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

На сьогоднішній день підприємства швидко замінюють традиційні процеси цифровими на всіх рівнях управління, використовуючи передові технології. Ця трансформація не відбувається просто через вибір компаній, але стає необхідною для їхнього виживання та збереження конкурентних позицій. Тому, як зазначається у [3], на ринку зросло попит на ефективні цифрові технології для управління, і підприємства, які не можуть адаптуватися до нової цифрової реальності, ймовірно, зникнуть.

Так, цифрова економіка є ключовим явищем, що визначає сучасний розвиток суспільства та економіки. Вона ґрунтується на використанні цифрових технологій та характеризується мобільністю, аналізом великих обсягів даних та мережевими ефектами. Цифрова трансформація відбувається на всіх рівнях економіки та вимагає від підприємств, міст та держав переходу до цифрового управління. Це відкриває можливості для удосконалення управлінської діяльності в різних сферах підприємства, оскільки всі функції та процеси підприємства можуть

бути трансформовані за допомогою цифрових технологій. Загалом виділимо актуальні напрями, які варто врахувати з урахуванням змін середовища в Україні:

1. Вдосконалення технологій та процесів для зменшення споживання енергії може значно знизити витрати підприємства і сприяти конкурентоспроможності.

2. Перехід до використання відновлювальних джерел енергії, таких як сонячна чи вітрова, може не лише зменшити витрати на енергію, а й сприяти зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.

3. Впровадження цифрових технологій, таких як Інтернет речей, штучний інтелект та аналітика даних, може підвищити ефективність управління.

4. Врахування екологічних аспектів у всіх аспектах діяльності підприємства може підвищити його репутацію та сприяти сталому розвитку.

5. Інвестування у навчання та розвиток персоналу може підвищити кваліфікацію працівників та підвищити ефективність виробництва.

6. Стимулювання інновацій може допомогти підприємству зберігати конкурентну перевагу та адаптуватися до змін на ринку.

З плином часу українські промислові підприємства стикаються з різними викликами, які вимагають пошуку нових напрямів для підвищення ефективності. Впровадження енергоефективних технологій, використання відновлювальних джерел енергії, цифрові технології, управління ланцюгом постачання, екологічна стійкість, розвиток людських ресурсів та інновації є актуальними напрямками для підвищення ефективності діяльності промислових підприємств в Україні з урахуванням змін у середовищі. Тому підвищення ефективності промислових підприємств в Україні вимагає комплексного підходу і впровадження різноманітних заходів, спрямованих на адаптацію до змін у середовищі та використання сучасних стратегій та технологій.

Список використаних джерел:

1. Кравчик Ю., Каткова Т. Структурно-функціональна характеристика економічної безпеки промислового підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 1, С. 84-95.
2. Яківченко А. Механізм інноваційного маркетингу промислового підприємства у повоєнний період. *Підприємництво та інновації*. 2023. № 26, С. 63-69.
3. Панкратова О. М. Цифровізація як сучасний тренд розвитку менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-55>.