

та зробити правильний вибір товару.

*Тренд №6. Економіка кріейтора.* Сучасні підходи управління бізнесом дозволяють спостерігати зміни продажу товарів на маркетплейсах. Застарілою нині вважається технологія, яка передбачала викладку товарів, рекламу і реалізацію, оскільки відбувається стрімкий перехід до економіки кріейторів. Переважна більшість продажів будується на довірі споживачів до продавця, адже соціальна комерція сьогодні є невід'ємною складовою соціальної відповідальності бізнесу.

*Тренд №7. Власні маркетплейси.* В сучасних реаліях споживачі дедалі частіше відвідують маркетплейси з метою ознайомлення з відгуками, аналізом попиту на ту чи іншу продукцію. Бурхливий розвиток ринку E-commerce на сьогодні є однією з провідних світових тенденцій. В контексті цього розвитку найбільш запитуваними торговельними платформами стають маркетплейси.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тренд на підтримку. Як програма лояльності може допомогти бізнесу пережити турбулентні часи. URL: <https://delo.ua/business/trend-na-pidtrimku-yak-programa-loyalnosti-moze-dopomogti-biznesu-pereziti-turbulentni-casi-409629/>
2. Customer Acquisition VS Retention Costs [Infographic]. URL: <https://www.invespro.com/blog/customer-acquisition-retention/>
3. Global Customer Loyalty Report 2023 | Antavo. URL: <https://antavo.com/reports/global-customer-loyalty-report-2023/>
4. Контакт без дотику: як змінюється сучасний ритейл. URL: <https://rau.ua/novyni/yak-zminuyetsya-suchasnyj-ritejl/>

В.М. Білявський, к.е.н, доцент

*Національний авіаційний університет*

## **ПРИЙНЯТТЯ ЕФЕКТИВНИХ РІШЕНЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах господарювання підприємства, як відкриті системи взаємодіють із зовнішнім середовищем, зазнаючи значного впливу як позитивних, так і негативних факторів. Стійкість підприємства за таких умов визначається використанням його внутрішніх важелів підвищення ефективності господарської діяльності, а також вмінням пристосовуватися до мінливих умов ринку. Управління

підприємством визначає шлях його подальшого розвитку, способи та методи використання ресурсів, а також спрямовує напрями його функціонування. Якісні управлінські рішення сприяють досягненню поставлених цілей та забезпечують укріплення внутрішніх можливостей підприємства, і як наслідок, здобуття і утримання стійких позицій на ринку. Тому прийняття рішень є однією з основних складових управлінської діяльності.

Процес прийняття рішень, при своїй уявній простоті, передбачає проведення ґрунтовного аналізу методичного інструментарію [1]. Розробка управлінських рішень здійснюється на кожному підприємстві. Кожен суб'єкт господарювання має власний досвід розробки та прийняття управлінських рішень, який визначається характером та специфікою його діяльності, його організаційною структурою, діючою системою комунікацій та внутрішньою корпоративною культурою.

Після проведення аналізу, було виявлено, що процес прийняття управлінських рішень має певні недоліки. Так, топ-менеджмент підприємства не приділяє належної уваги виявленню та діагностуванню проблем, що виникають при зміні зовнішніх та внутрішніх умов господарювання. Тому прийняття будь якого управлінського рішення є відповіддю на проблему, а не заходом для її попередження. Результатом такої ситуації є прийняття неефективних управлінських рішень, які не забезпечують підприємству досягнення поставлених цілей та призводять до зменшення обсягів їх господарської діяльності.

Недоліками існуючого процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві є:

- відсутність механізму систематизації та класифікації проблем, які потребують нагального розв'язання;
- відсутність чітко визначеного механізму оповіщення працівників щодо прийнятого управлінського рішення;
- генерування єдиного варіанту рішення;
- ігнорування підготовчих етапів для прийняття управлінських рішень;
- контроль за реалізацією прийнятих управлінських рішень не регламентується;
- на підприємстві відсутні сталі традиції щодо проведення якісного аналізу результатів реалізації прийнятих управлінських

рішень;

- одноосібне прийняття управлінського рішення без залучення спеціалістів тощо.

Виходячи із вищезазначених недоліків у процесі прийняття управлінських рішень на досліджуваному підприємстві в роботі запропоновано шляхи підвищення ефективності рішень зокрема та управління підприємством в цілому, а саме – пропонується вдосконалити процес розробки та прийняття управлінських рішень на підприємстві.

Основою забезпечення стійкого функціонування підприємства та його здатності до розвитку є забезпечення ефективної адаптації підприємства до реальних умов господарювання [2]. Важлива роль в цій системі належить механізму управління процесом вирішення проблем, в цілому та процесу прийняття управлінських рішень, зокрема.

Аналіз запропонованої проблематики дає змогу констатувати, що на багатьох підприємствах відсутній процес передбачення, виявлення та діагностування проблем, на вирішення яких були б направлені управлінські рішення.

Базуючись на вищевикладених рекомендаціях, доцільним було б створення банків даних, в яких виявлені проблеми можуть бути зареєстровані [3]. В цих інформаційних ресурсах може зберігатися інформація про: рішення, які були прийняті у зв'язку із актуальними проблемами; виконавців рішень; хід реалізації прийнятих управлінських рішень тощо.

Наразі необхідною умовою гармонізації вищезазначеного процесу буде застосування його елементів системно, лише за цієї умови топ-менеджмент підприємства буде володіти оперативною і достатньо достовірною інформацією щодо нагальних проблем, зіткнення з якими може вплинути на зменшення якісних показників господарської діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білявський В.М. Оптимізація процесу управління як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економіка»*. 2021. Вип. 42. С. 30–38.
2. Biliavska, Yu., Mykytenko, N., Romat, Ye., & Biliavskyi, V. (2023). Category management: Industry vs trade. *Scientific Horizons*, 26 (1), 129–150.
3. Biliavska, Y., Romat, Y., Biliavskyi, V., Sydorenko, O., & Ostapenko, T. (2024). Diagnosing category management in a pharmacy retail chain. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 1 (13 (127)), 22–32.