

виклики та використовувати виникаючі можливості.

Таким чином, стратегічне планування в контексті управління змінами допомагає організаціям не просто виживати у змінних умовах, а й процвітати, активно формуючи майбутнє через добре продумані стратегічні рішення. Напрямами подальших досліджень можуть стати інтеграція цифрових технологій в процеси стратегічного планування для підвищення їхньої точності та ефективності.

[1] Новікова М.М., Боровик М.В., Бубирьов Є.А. Теоретичні аспекти управління організаційними змінами на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2022. №10. С. 219–225. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-219-225>.

[2] Гурбик Ю., Сальнікова М., Курган П. Суть, принципи та етапи стратегічного планування на підприємстві. *Економіка та суспільство*, 2019. № 20. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/9>.

УДК 65.012.7:005.21

АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ТА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ENVIRONMENTAL ANALYSIS AND STRATEGIC PLANNING AS A BASIS FOR ENTERPRISE MANAGEMENT

Ю. О. Головчук, канд. економ. наук, І. А. Герцун
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Y. O. Holovchuk PhD (Econom.), I. A. Hertsun
Vinnitsia Trade and Economic Institute of State Trade and Economics University

Удосконалення стратегії управління підприємством є невід'ємною складовою успішного функціонування будь-якої компанії в умовах постійно змінного бізнес-середовища. Ефективна стратегія управління дозволяє підприємству адаптуватися до змін, максимізувати свій потенціал і забезпечувати стійке зростання.

Розглянемо найважливіші етапи, які можуть допомогти підвищити ефективність управління підприємством. Першим етапом удосконалення стратегії – це аналіз поточного стану підприємства та його ринкового середовища. Керівництво повинно оцінити сильні та слабкі сторони компанії, а також визначити можливості та загрози, що виникають у зовнішньому середовищі. Це допоможе зрозуміти, які зміни потрібно внести для досягнення стратегічних цілей. Після аналізу потрібно чітко сформулювати місію підприємства та стратегічні цілі, які воно прагне

досягти. Це повинно бути напрямком, який буде визначати всі подальші дії компанії [1, с. 67-70; 2].

На основі визначеної місії та цілей необхідно розробити стратегію, спрямовану на досягнення цих цілей. Це може включати в себе вибір конкурентної стратегії, розробку планів розвитку продуктів та послуг, а також виявлення ключових ресурсів та компетенцій, які необхідно розвивати. Ключовою у цьому процесі є постійний моніторинг та оцінка результатів для вчасного внесення коректив.

Важливо, щоб стратегія була впроваджена в життя на всіх рівнях підприємства. Це може вимагати перегляду організаційної структури, зміни процесів та процедур, а також вдосконалення систем управління та контролю [3, с. 72-73; 4].

Останній, але важливий етап – це постійний моніторинг виконання стратегії та потреба у її оновленні. Бізнес-середовище постійно змінюється, і стратегія повинна адаптуватися до цих змін для забезпечення успіху підприємства в майбутньому.

Удосконалення стратегії управління також передбачає залучення всіх зацікавлених сторін, включаючи топ-менеджмент, працівників та клієнтів. Відкритий комунікаційний процес сприяє спільному розумінню цілей компанії та залученню ресурсів для їх досягнення [4; 5, с.18-24].

Стратегія управління, тобто стратегічний план для поліпшення роботи підприємства, має розроблятися не однією висококваліфікованою особою у цій сфері, а усією організацією загалом. План має розроблятися за допомогою масштабних досліджень та великою кількістю фактичних даних. Щоб створити якомога ефективнішу конкуренцію у сучасному світі, у цілому й в самому бізнесі необхідно, щоб організація постійно зважала на розвиток галузі та ринку.

Отже, удосконалення стратегії управління є ключовим елементом для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності підприємства. Через систематичний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення стратегічних цілей і відповідних стратегій, а також залучення всіх зацікавлених сторін, компанія може ефективно адаптуватися до змін та максимізувати свій потенціал. Постійне удосконалення стратегії відповідає вимогам сучасного бізнесу і допомагає досягти успіху в динамічному середовищі.

[1] Головчук Ю. О., Никига О. В., Запісоцький А. І. Інноваційні засади розвитку промислового туризму. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 2 (39) 2023. С. 67-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.39-11>

[2] Графська О. І., Головчук Ю. О. Інноваційні засади регіональної політики розвитку туризму. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. № 1 (69), 2023. DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8550

[3] Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О., Середницька Л. П. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової стратегії підприємства. *Scientific. Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2020. Vol. 8, № 3. P. 72-74. URL: <http://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=26386>

[4] Федоришина Л., Головчук Ю. О. Боднар Р. О. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88>

[5] Черевко О. В., Белоусова Н. В., Головчук Ю. О. Теоретико-методологічне забезпечення розвитку економіки регіонів України. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. №4. С.17-25. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21._topic_-Cherevko-O.V.-B%D1%96elousova-N.V.-Golovchuk-J.%D0%9E.17-25.pdf

УДК 658.8:629.7

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ В ТРАНСПОРТНІЙ ІНДУСТРІЇ

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE TRANSPORTATION INDUSTRY

Ю. О. Головчук, канд. економ. наук, Я. В. Карман
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Y. O. Holovchuk PhD (Econom.), Y. V. Karman
Vinnitsia Trade and Economic Institute of State Trade and Economics University

Цифрові технології радикально змінили підходи до маркетингу в транспортній індустрії, відкриваючи нові горизонти для залучення клієнтів і підвищення ефективності рекламних кампаній. Однією з ключових переваг цифрових інструментів є можливість збору та аналізу великих обсягів даних про споживачів. Це дозволяє компаніям розуміти поведінку своїх клієнтів, їхні вподобання та потреби на глибшому рівні, що є важливим для створення персоналізованих маркетингових стратегій.

Мобільні додатки стали невід'ємною частиною маркетингових комунікацій у транспортній сфері. Вони надають клієнтам можливість швидко та зручно здійснювати бронювання, отримувати актуальну інформацію про розклади, ціни та спеціальні пропозиції. Це не лише підвищує задоволення клієнтів від обслуговування, але й дозволяє компаніям зібрати дані про поведінку користувачів додатків, що може бути використано для удосконалення продуктів і послуг [1; 2].

Соціальні медіа відіграють також важливу роль у сучасному маркетингу транспортних компаній. Інтерактивність і візуальний контент дозволяють компаніям ефективно привертати увагу споживачів, підвищуючи впізнаваність бренду та стимулюючи залучення аудиторії. Онлайн-реклама і рекламні кампанії, оптимізовані за допомогою цифрових технологій, дозволяють транспортним компаніям точно налаштувати