

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

збірник студентських наукових праць

Харківського національного

автомобільно-дорожнього університету

№15 (том 2)

Харків

2023

Засновник – Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації ХК№1537-278Р від 31.07.2009 р., видане Головним управлінням юстиції у Харківській області

Друкується за рішенням Ради факультету управління та бізнесу ХНАДУ
протокол № 4 від 15 травня 2023 р.

Редакційна колегія:

Голова колегії:	Дмитрієв Ілля Андрійович , д.е.н., професор, проректор з наукової роботи ХНАДУ
Заступник голови:	Шевченко Інна Юріївна , д.е.н., професор, декан факультету управління та бізнесу ХНАДУ
Відповідальний секретар:	Шершенюк Олена Миколаївна , к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ
Члени колегії:	Дмитрієва Оксана Іллівна , д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ
	Криворучко Оксана Миколаївна , д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту ХНАДУ
	Ковальова Тетяна Володимирівна , к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування ХНАДУ
	Міщенко Володимир Акімович , д.е.н., професор, професор кафедри обліку і фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
	Аванесова Ніна Едуардівна , д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування Харківського національного університету міського господарства ім. О.М. Бекетова

Економічні перспективи: Збірник студентських наукових праць
Е 45 Харківського національного автомобільно-дорожнього університету.
№15 (том 2). – Х.: ФОП Бровін О.В., 2023. – 100 с.
ISBN 978-617-8238-33-9

Контактний телефон/факс:

(057) 738-77-87 – відповідальний секретар

E-mail:

econom_pred@ukr.net

➤ Відповідальність за достовірність наданої інформації несуть автори публікації

➤ Редакція може не поділяти точки зору авторів

➤ Статті друкуються у авторській редакції

ЗМІСТ

Ананенко А.С.	КАДРОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	5
Балакіреєв Д.В.	АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ ФОРМ ТА СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	7
Блудов Д.О.	СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	10
Бобошко А.С.	МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	13
Бутенко М.О.	МЕТОДИЧНІ ОСНОВІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	16
Василенко Є.В.	ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ	19
Верещака Р.Г.	МОДЕЛЬ УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЇ З УРАХУВАННЯМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	22
Волик А.П.	АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ОДИНИЦІ ПРОДУКЦІЇ	27
Гахова А.Я.	ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	30
Гончар Л.В.	ФАКТОРИ РОСТУ ВИРУЧКИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	34
Гудков О.О., Кулик О.В.	ПРОФЕСІЙНИЙ ПІДБІР ТА ПОДАЛЬШЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	36
Джафарова К.С.	ІНВЕСТИЦІЇ ЯК КЛЮЧ ДО ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	40
Єсіна Ю.В., Москалюк В.М.	ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ В ЕКОНОМІЦІ ТА СУСПІЛЬСТВІ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	43
Жук А.О.	ДОСЛІДЖЕННЯ ШЛЯХІВ І МЕТОДІВ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ	45
Іваницький І.М.	ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	49
Ілло Д.С., Тихонюк Д.А.	ОСОБЛИВОСТІ ТІНЬОВОЇ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	52

Кононихін О.С.	РОЗВИТОК ПОНЯТТЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	55
Коханець В.О.	ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	58
Манченко В.О.	ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	61
Марченко Д.О.	СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ	64
Муха М.М., Безсонов В.Є.	СИСТЕМА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	66
Некрасова А.С.	АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	69
Подільчик С.М.	АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	72
Покацький Л.М.	МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	77
Пшеняник В.В.	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ СТАРТАП ПРОЄКТІВ ТА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ	80
Резнік А.О., Орлова М.М.	СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ»	83
Тарянік Ю.С.	МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОГО СТАНУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	85
Турченко Д.А.	АНАЛІЗ СТАНУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	88
Фоменко М.В., Стогул К.М.	ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ БІЗНЕС- ПЛАНУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	91
Фролова Ю.С.	МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	94
Хижниченко А.О.	АВТОМОБІЛЬНІ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ	97

КАДРОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Ананенко А.С.

*Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. В статті розглянуто сутність та зміст процесу управління персоналом підприємства та обґрунтовано функції ефективної кадрової політики підприємства.

Ключові слова: персонал, управління персоналом, підприємство, кадрова політика, ефективність.

Постановка проблеми. Управління персоналом – це складний і багатогранний процес, який вимагає специфічних знань і розуміння закономірностей. Для ефективного функціонування сучасних промислових підприємств керівникам, спеціалістам у сфері управління персоналом, а також працівникам служб персоналу та соціального розвитку необхідно постійно підвищувати якість праці та продуктивність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теми управління персоналом підприємства та формування ефективної кадрової політики підприємства присвятила свої дослідження велика кількість науковців, серед яких Колот А.М., Цимбалюк С.О., Мачтакова О.Г., Онісіфорова В.Ю., Болотова Т.М., Наврузов Ю., Черепухіна Н., Сідельнікова В.К., Остапенко Л.О. [1-7], які в своїх роботах дуже ґрунтовно розглянули сучасні проблеми ефективного управління персоналом на підприємстві, формування ефективної кадрової політики, заснованої на дієвих засобах мотивації та стимулювання.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, подальшого вивчення потребує проблема формування ефективної кадрової політики в системі управління персоналом підприємства.

Формулювання ідей статті. Метою даної статті є визначення сутності та змісту управління персоналом підприємства та обґрунтування на їх основі функцій кадрової політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки важливо, щоб управління персоналом було системним і комплексним, спрямованим на вирішення різноманітних кадрових завдань і впровадження нових підходів і методів. Комплексний підхід до управління персоналом передбачає врахування організаційно-економічних, соціально-психологічних, правових, технічних, педагогічних та інших аспектів, узгоджених із соціально-економічними факторами.

Системний підхід відображає весь спектр взаємозв'язків між окремими сторонами управління персоналом. Це виявляється у формулюванні кінцевих цілей, визначенні шляхів їх досягнення, а також у створенні відповідного механізму управління. Цей механізм забезпечує комплексне планування, організацію та стимулювання системи роботи з персоналом на виробництві.

Управління персоналом, як науково-практичний напрям, є непомітною частиною загальної науки управління. Вивчення менеджменту персоналу означає розгляд відносин між людьми в контексті цілеспрямованого впливу на процес виробництва та виявлення закономірностей формування таких відносин. Це дозволяє встановити принципи управління, форми і методи реалізації.

Ключовим елементом у системі управління є персонал, який може бути як об'єктом, так і суб'єктом управління. Працівники підприємства є об'єктом управління, оскільки є продуктивною силою і важливою ланкою виробничого процесу. Планування, формування, розподіл і раціональне використання трудових ресурсів у виробництві складають основний зміст управління персоналом, який вважається подібним до управління матеріальними елементами виробництва.

Таким чином, управління персоналом охоплює різні процеси, включаючи планування, відбір, навчання, оцінку та постійне навчання персоналу, з метою раціонального використання ресурсів, підвищення ефективності виробництва та покращення якості життя. Предметом управління персоналом як науково-практичного напрямку є дослідження взаємовідносин працівників у процесі виробництва з точки зору максимально ефективного використання їх потенціалу у функціонуванні виробничих систем.

Для досягнення кінцевої мети кадрової політики суб'єкта управління важливим є виконання таких основних функцій:

- розробка та корекція стратегії формування та використання трудового потенціалу: адаптація стратегії до змін в управлінні з урахуванням впливу зовнішніх факторів на формування та використання трудового потенціалу;
- підбір і формування персоналу: включає відбір кандидатів, професійну орієнтацію, наймання та адаптацію нових співробітників;
- підготовка персоналу: забезпечення необхідної підготовки працівників до відповідної професійної діяльності, включаючи виробничо-технічне навчання, загальну професійну підготовку, підвищення кваліфікації та просування по службі;
- оцінка персоналу: здійснення контролю за відповідністю персоналу потребам виробництва, аналіз якості роботи працівників, просування на певні посади та службові переміщення;
- мотивація: створення системи мотивації для дотримання належного режиму трудової діяльності та досягнення високої продуктивності праці;
- моніторинг праці: постійний моніторинг виробничо-господарської діяльності з метою забезпечення безпеки праці;
- соціальне забезпечення персоналу: забезпечення соціального захисту працівників підприємств і організацій.
- контакти між керівництвом та трудовим колективом: здійснення постійних комунікацій.

Висновки. Таким чином, сучасна кадрова політика підприємства повинна бути адаптована до умов ринку. Основна мета – гарантувати наявність

актуальних професій і спеціальностей відповідної кваліфікації для кожного робочого місця як у поточному періоді, так і в майбутньому.

Література:

1. Колот А.М., Цимбалюк С.О. *Мотиваційний менеджмент: підручник*. Київ, 2014. 479 с.
2. Мачтакова О.Г. *Мотивація: від античності до постмодернізму: монографія*. Одеса, 2013. 210 с.
3. Наврузов Ю., Черепухіна Н. *Мистецтво управління персоналом. Таланти і лідери*. Київ, 2002. 300 с.
4. Онісіфорова В.Ю., Болотова Т.М. Сучасні аспекти управління кадровою безпекою підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2020. №1 (24). С.133-140.
5. Нестеренко В.Ю., Сідельнікова В.К. Міжнародна трудова міграція як визначний сучасний аспект розвитку національної економіки України. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2022. № 2 (29). С. 56-63.
6. Онісіфорова В.Ю., Остапенко Л.О. Корпоративне медичне страхування як інструмент соціального розвитку колективу підприємства. Економіка. Фінанси. Право: щомісячний інформаційно-аналітичний журнал. 2018. №10/2. С. 15-17.
7. Онісіфорова В.Ю., Остапенко Л.О. Оцінювання ефективності витрат на корпоративне медичне страхування. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2018. №1 (20). С.127-138.

УДК 331.556

АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ ФОРМ ТА СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Балакірєв Д.В.

Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В статті розглянуто сутність форм та систем оплати праці на підприємстві в ринкових умовах господарювання та визначено перелік факторів, які визначають ефективність застосування певної системи оплати праці щодо конкретного працівника підприємства відповідно до змісту та особливостей його праці.

Ключові слова: персонал, оплата праці, підприємство, форми та системи оплати праці, ефективність витрат.

Постановка проблеми. Питання формування ефективної системи оплати праці на підприємстві є перманентно актуальними в системі ефективного управління підприємством і не втрачають своєї актуальності в сучасних умовах, коли підвищення рівня ефективності функціонування підприємств в кризових умовах є критично необхідним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню тем управління персоналом підприємства, ефективного використання трудового потенціалу та формування ефективної системи оплати праці присвятили свої дослідження такі науковці, як Грішнова О. А., Заїнчковський А.О., Новойтенко І.В., Колот А.М., Пивовар А.М., Ус Ю.В., Яремко А.Д., Усатенко О.В., Шкільова О.В. [1-7], які в своїх роботах дуже докладно дослідили питання економіки праці та формування системи соціально-трудових відносин, підходи до визначення ефективності використання підприємством трудового потенціалу та шляхи її підвищення за рахунок формування ефективної системи оплати праці та мотивації персоналу підприємства.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, подальшого вивчення потребує проблема підбору ефективних систем оплати праці на основі її змісту, якості та результатів з точки зору підвищення продуктивності праці на підприємстві та підвищення рівня ефективності витрат на оплату праці.

Формулювання ідей статті. Метою даної статті є вивчення актуальних аспектів формування ефективної системи оплати праці на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заробітна плата, як економічна категорія, є однією з найбільш складних. У централізованій системі планування народного господарства основним засобом забезпечення працівників матеріальними і життєвими благами був їх розподіл за принципом еквівалентності між світом праці та світом споживання.

У ринковій системі ці блага визначаються в кожному конкретному випадку на основі принципу прямого обміну кваліфікацією і часом, витраченим на найману працю, заробітною платою і доходами від участі в прибутку.

Система оплати праці – це організаційно-економічний механізм взаємозв'язку показників, що визначають рівень праці (норму) і рівень оплати праці з урахуванням практично досягнутих результатів праці (відносну розцінку), тарифні умови оплати праці та договір між працівником і роботодавцем про обслуговування трудового колективу. Ця система, що використовується на підприємствах, є сполучною ланкою між нормуванням праці і тарифною системою, а також засобом досягнення певних якісних і кількісних показників.

У рамках тарифної системи виділяють дві великі групи, відомі як форми оплати праці. Перша – погодинна форма, де оклад визначається кількістю робочих годин. Друга – це відрядна форма, де розмір оплати праці визначається кількістю виготовленої продукції (наданих послуг). Таким чином, форма заробітної плати – одна з класифікацій систем оплати праці, орієнтована на рівень праці.

Вибір тієї чи іншої форми оплати праці дійсно залежить від різних факторів, таких як сфера діяльності працівників, характер трудових операцій і технологічних процесів. Вирішення, яка форма оплати плати є доцільною, має враховувати конкретні умови. Дотримання певних умов робить доцільним застосування окремої форми оплати.

До основних умов доцільності використання окремої форми оплати належать:

- стимулювання підвищення продуктивності та скорочення кількості працівників: дивізіональна система може бути ефективною, якщо є потреба стимулювати працівників до підвищення продуктивності та оптимізації чисельності працівників;

- технічно обґрунтовані норми: важливо, щоб норми праці були технічно обґрунтованими і відповідали реальним умовам виробництва;

- здатність працівників підвищувати продуктивність вище встановленої норми: процес повинен дозволяти працівникам реально підвищувати продуктивність вище встановленої норми за існуючих умов виробництва;

- економічна доцільність нормування праці: розробка і форма норм праці повинні бути економічно доцільними і перекивати ефективність збільшення виробітку;

- відсутність негативного впливу на якість і технічну безпеку: важливо, щоб індивідуальна форма оплати не мала негативного впливу на якість продукції, дотримання технологічних режимів і вимог технічної безпеки;

- раціональне використання матеріальних ресурсів: важливо, щоб застосування окремої системи не призводило до нераціонального використання матеріальних ресурсів.

З огляду на комплексний вплив існуючих систем оплати праці на матеріальні мотиви працівників їх можна поділити на прості та складні. У простих системах розмір заробітку визначається двома показниками, один з яких відображає середню заробітну плату. При простій відрядній системі зарібок працівника формується виходячи з кількості виготовленої продукції та діючих відрядних розцінок за одиницю продукції.

Висновки. Отже, в умовах ринкової економіки вибір форми оплати повинен ґрунтуватися на врахуванні зазначених факторів і визначатися вимогами економічної доцільності. У ХХІ столітті найперспективнішою формою оплати праці може бути погодинна оплата з урахуванням нормативних завдань, яка, виходячи з норм і організації праці, повинна поєднувати в собі найкраще регламентовані елементи унітарної форми.

Література:

1. Грішнова О.А. *Економіка праці та соціально-трудоі відносини: підручник*. 7-е вид., оновл. Київ: Знання, 2017. 450 с.

2. Заїнчковський А.О., Новойтенко І.В. *Вартісний підхід до оцінки використання трудового потенціалу підприємств*. Вісник соціально-економічних досліджень. 2012. Вип. 3(2). С. 166-170.

3. Колот А.М. Оплата праці на підприємстві: організація та управління: підручник. Київ: Фірма «Праця», 2019. 192 с.

4. Пивовар А.М. Удосконалення методики оцінки ефективності використання трудового потенціалу сільськогосподарського підприємства. Економічний простір. 2013. № 74. С. 260-272.

5. Ус Ю.В., Яремко А.Д. Теоретико-методичні основи оцінки трудової складової антикризового потенціалу підприємства. Бізнес Інформ. 2019. № 1. С. 192-198.

6. Усатенко О.В. Визначення факторів мотивації персоналу та їх вплив на загальний результат діяльності підприємства. Дніпро: ДНУ, 2018. 281 с.

7. Шкільова О.В. Економіка праці й соціально-трудова відносини: підручник. Київ: Четверта Хвиля, 2018. 472 с.

УДК 658

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Блудов Д.О.

*Науковий керівник: Левченко Я.С., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. Статтю присвячено дослідженню методичних засад формування та впровадження системи управління фінансовою стійкістю підприємства на засадах теорії фінансового менеджменту.

Ключові слова: система, управління, фінансова стійкість, механізм, методи.

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічної нестабільності, складної геополітичної ситуації спостерігається високий ступінь невизначеності функціонування господарюючих суб'єктів, що істотно підвищує ризик їх банкрутства в результаті нездатності протистояти негативному впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. За останні десять років безліч українських підприємств різних форм власності виявилися банкрутами або балансують на межі банкрутства внаслідок кризових процесів у світовому співтоваристві і, зокрема, в Україні. Це свідчить про те, що в даний час навіть великі і успішні компанії відчувають потребу у формуванні та ефективному функціонуванні нової системи управління на мікроекономічному рівні, орієнтованої на зростання власного капіталу при забезпеченні цільового рівня фінансової стійкості в умовах нестабільного зовнішнього середовища. У зв'язку з цим проблема формування та функціонування системи управління фінансовою стійкістю є сьогодні надзвичайно актуальною для підприємств України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування та впровадження засад управління фінансовою стійкістю підприємства досліджувалися в роботах багатьох вітчизняних вчених, зокрема Довбня С.Б.,

Сидоренко Є.К. [1], Марусяк Л. [2], Панасюк Б.М., Шулик Ю.В. [3], Ковтуненко Ю.В. [4], Ізюмська, В., Нікульшина, А. [5]. Однак, незважаючи на їх дослідження ще залишаються невирішеними питання щодо побудови універсальної та ефективної системи управління фінансовою стійкістю підприємства в контексті теорії фінансового менеджменту.

Невирішені складові загальної проблеми. Проблема формування і функціонування системи управління фінансовою стійкістю підприємства є досить складною в силу ємності і багатоаспектного змісту поняття фінансової стійкості, що обумовлює потребу в її більш глибокому вивченні. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність продовження наукової та практичної розробки питань оцінки та управління фінансовою стійкістю підприємства, подальших досліджень і підготовки науково обґрунтованих пропозицій щодо формування та ефективного функціонування системи управління фінансовою стійкістю підприємства.

Формування цілей статті. Метою даної статті є методологічні дослідження проблеми формування системи управління фінансовою безпекою.

Виклад основного матеріалу. Система управління фінансовою стійкістю підприємства являє собою впорядковану сукупність елементів, підсистем, процесів фінансового менеджменту, у взаємодії забезпечують фінансову стійкість підприємства [1]. В якості традиційних елементів системи управління виступають суб'єкт, об'єкт, механізм і результат управління.

В системі управління фінансовою стійкістю підприємства суб'єктом управління є керівництво підприємства в цілому, його структурних підрозділів, а також фінансові служби підприємства.

Об'єкт управління представлений сукупністю фінансових відносин, грошових потоків, майна (активів) підприємства, Джерел його формування (пасивів), фінансових результатів і ризиків забезпечення фінансової стійкості.

Результатом управління виступає цільовий рівень фінансової стійкості підприємства, досягнення і підтримка якого здійснюється за допомогою застосування механізму управління.

Фактично механізм управління характеризує, яким чином буде досягнута заявлена мета, які методи та інструменти впливу на об'єкти управління потрібно вибрати, щоб досягти бажаного результату (цільового рівня фінансової стійкості) оптимальним шляхом. Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства являє собою сукупність форм, методів та інструментів управлінського впливу, спрямованих на досягнення і підтримання цільового рівня фінансової стійкості підприємства [2].

У фінансовому менеджменті традиційно вважається, що до складу фінансового механізму управління підприємством входять чотири основні елементи: фінансові методи; фінансові інструменти; нормативно-правова база; інформаційне забезпечення [3], зокрема:

– методи управління фінансовою стійкістю підприємства являють собою конкретні способи впливу на фінансові відносини, майно (активи) і джерела їх

формування, грошові потоки, ризики, фінансові результати підприємства з метою досягнення і підтримки цільового рівня його фінансової стійкості;

– можливість реалізації методів управління фінансовою стійкістю підприємства визначається наявністю інструментів управління. Інструмент управління-це якийсь засіб або важіль впливу суб'єкта на об'єкт, за допомогою якого забезпечується рішення поставленого завдання в рамках сформованої реальної ситуації, ресурсних та інших обмежень. Отже, кожному методу управління притаманні свої інструменти;

– методи і важелі фінансового управління використовуються в рамках чинного законодавства – сукупності нормативних правових актів, що регламентують різні аспекти підприємницької діяльності, фінансові відносини підприємств з бюджетною системою, фінансово-кредитними організаціями та іншими контрагентами.

– значну роль в організації ефективного управління фінансовою стійкістю підприємства відіграє інформаційне забезпечення. Це обумовлено тим, що процес управління вимагає розробки і реалізації оперативних рішень, адекватних сформованим економічним реаліям, тобто вибору з безлічі альтернативних варіантів. У виборі найбільш обґрунтованого рішення поряд з кваліфікацією управлінського персоналу особливе значення має своєчасна і достовірна інформація про фактори внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Інформаційне забезпечення включає масив прогностичної, поточної та оперативної інформації про операційну, інвестиційну та фінансову діяльність підприємства в умовах постійно змінюється зовнішнього середовища [4].

Таким чином, механізм управління відіграє найважливішу роль в системі управління фінансовою стійкістю підприємства, так як саме за допомогою нього реалізуються основні функції управління фінансовою стійкістю (вони ж є функціями фінансового менеджменту): фінансове планування; організація; мотивація; координація; фінансовий контроль (що включає фінансовий облік і фінансовий аналіз).

Висновок. У процесі дослідження системи управління фінансовою стійкістю підприємства в контексті теорії фінансового менеджменту проведено критичний аналіз підходів до формування системи управління фінансовою стійкістю підприємства, виявлено їх методологічні недоліки; запропоновано визначення поняття «система управління фінансовою стійкістю підприємства»; вивчено структурні елементи системи управління фінансовою стійкістю підприємства, що визначають, у тому числі, методологічну основу її ефективного формування та функціонування.

Література:

1. Довбня С.Б., Сидоренко Є.К. *Формування ієрархічної системи діагностики фінансової стійкості підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 1(18). С. 108-114.*

2. *Фінансовий аналіз: навч. посібник / уклад.: Н.Л. Марусяк. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с.*

3. Панасюк Б.М., Шулик Ю.В. Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства. Науковий блог. 2019. № 3. С. 141-148.

4. Ізюмська В., Нікульшина А. Управління фінансовою стійкістю підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 34. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-26>.

УДК 336.717

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Бобошко А.С.

Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено розробці сучасного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю банківських установ в умовах глобальних перетворень у фінансово-економічній сфері народного господарства.

Ключові слова: банківська установа, механізм, грошові потоки, фінанси.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ринкової економіки відбулися суттєві зміни у системі управління фінансами на підприємствах, розробці фінансової політики, основою якої є управління грошовими потоками. У умовах необхідно переглянути підходи до управління грошовими потоками. Спроби окремих підприємств самостійно розробити нову ефективну систему управління грошовими потоками через слабе теоретичне опрацювання, відсутність практичних навичок, брак кваліфікованих фахівців не мали успіхів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання щодо управління діяльністю банківських установ на зовнішньому та внутрішньому ринку досліджені у працях багатьох вчених, зокрема Ситник Н.С., Стасишин А.В., Дубик В.Я. [1], Ковальчук К.Ф., Архирейська Н.В., Валенюк Н.В. [2], Кадала В. В., Хайлова Т. В., Гузенко О. П. [3], Варцаба В.І., Заславська О.І. [4] та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Нині проблеми розвитку банківської справи в Україні набувають системного характеру. Підходи, які використовуються в політиці відповідних органів державної влади, насамперед Національного банку України, не є повною мірою ефективними, що зумовлює необхідність перегляду та вдосконалення механізму управління.

Формування цілей статті. Метою статті є розробка та впровадження оптимального механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю банківських установ в умовах мінливості фінансово-грошової системи України.

Виклад основного матеріалу. Основою розробки дієвого та оптимального механізму розвитку банківської діяльності на міжнародних ринках має стати виявлення та оцінка проблем, що перешкоджають ефективному функціонуванню та розробка на цій основі пропозицій щодо активізації розвитку банківських установ.

На розвиток банківської зовнішньоекономічної діяльності впливають зовнішні та внутрішні проблеми, тобто проблеми, що мають екзогенний (зовнішнє середовище) та ендегенний (внутрішнє ринкове середовище) характер [1]. Для вирішення цих проблем необхідно докорінно реформувати банківську систему, активізувати кредитування експортоорієнтованих галузей, стимулювати конкурентоспроможні галузі з високою часткою доданої вартості для прискореного економічного зростання та системних змін у структурі національної економіки. економіка. За таких умов особливо актуальним є розробка дієвого, ефективного та універсального механізму розвитку банківської діяльності в контексті їх інтеграції у світові ринки фінансових послуг.

Основною (генеральною) метою запропонованого механізму є розвиток банківської діяльності, яка здатна забезпечити зростання попиту на фінансові послуги вітчизняних банків на міжнародному ринку фінансових послуг в умовах ефективного перерозподілу фінансових ресурсів, підвищення конкурентоспроможності та іміджу банківського сектору України (рис. 1).

Вважаємо, що досягнення цих цілей (рис. 1) має здійснюватися поетапно, враховуючи макроекономічну ситуацію, глобальні процеси глобалізації та зміни законодавства: перший етап – забезпечення прозорих умов функціонування банківських установ, зменшення проявів тіньових схем, створення умов для покращення їх економічної безпеки, що покращить, насамперед, імідж українських банків у міжнародній фінансовій сфері. ринки послуг; другий етап – впровадження податкових інструментів для стимулювання їх функціонування на міжнародному ринку, забезпечення ефективного партнерства між державою, банками, банківськими асоціаціями, фізичними та юридичними особами та іноземними клієнтами.

Очікуваними результатами ефективної реалізації механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю банків є: підвищення фінансової стійкості банківської системи; розвиток конкурентного середовища для банків, формування надійної системи захисту інтересів вкладників та прозорості банківських установ; удосконалення законодавчої та нормативної бази регулювання банківської діяльності, зокрема банківського інвестування та кредитування на внутрішньому та зовнішньому ринках; підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки та створення ефективного ринку інновацій і технологій; модернізація високотехнологічної промисловості та продукції з високою часткою доданої вартості; відновлення довіри до банківської системи з боку інвесторів, вкладників і кредиторів, особливо іноземних; відновлення темпів кредитування національної економіки шляхом залучення іноземних інвестицій; забезпечення реалізації інвестиційного потенціалу вітчизняних банків, оптимізація структури банківського кредитування в напрямку збільшення частки кредитів в іноземній валюті; мінімізація ризиків кредитної діяльності банків та утримання частки проблемної заборгованості на рівні 7-8%, що є оптимальним для підвищення якості кредитних портфелів банків.

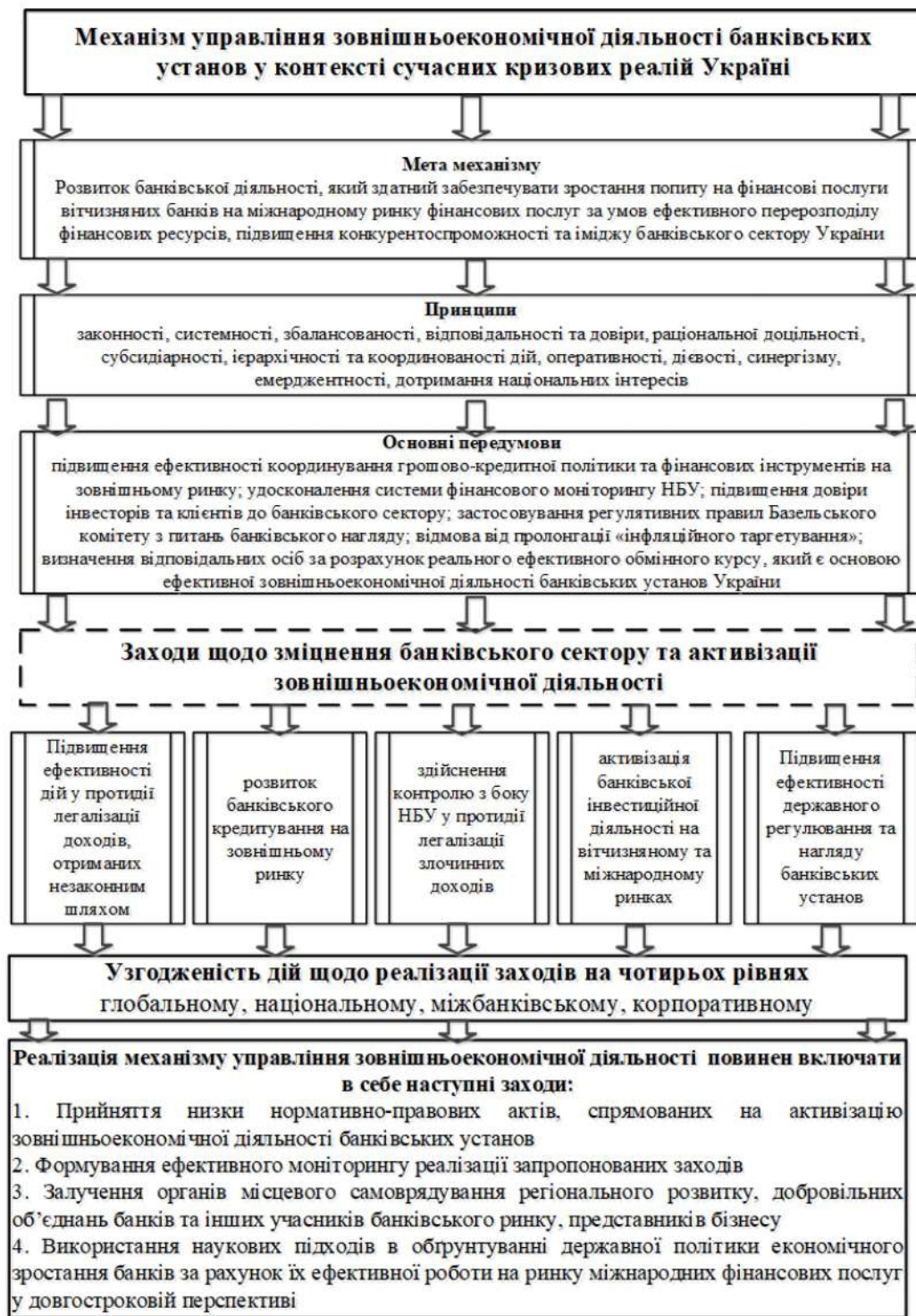


Рисунок 1 – Оптимізаційний механізм управління зовнішньоекономічної діяльністю банків [2-4]

Висновок. Таким чином, реалізація запропонованого механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю банків сприятиме оптимізації структурних змін у національній економіці, підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку фінансових послуг та позитивно вплине на загальне економічне зростання банківського сектору України.

Література:

1. Ситник Н.С., Стасишин А.В., Дубик В.Я. Фінанси

зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. Львів: Видавництво «Апріорі», 2019. 460 с.

2. Ковальчук К.Ф., Архирейська Н.В., Валенюк Н.В. Ринок фінансових послуг: Навч. посібник. Дніпро: НМетАУ, 2018. 135 с.

3. Кадала В.В., Хайлова Т.В., Гузенко О.П. Банківське право: навчальний посібник / за ред. д-ра юрид. наук, проф. Б. В. Дерев'янка; МВС України, Донецький юридичний інститут. Кривий Ріг: ДЮІ, 2020. 172 с.

4. Варцаба В.І., Заславська О.І. Сучасне банківництво: теорія і практика: Навч. посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2018. 364 с.

УДК 33.659

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бутенко М.О.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. Статтю присвячено пошуку ефективних методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів та розробці дієвого бізнес-плану для впровадження інвестиційних проєктів на підприємства.

Ключові слова: бізнес план, інвестиційний проєкт, методи, інвестор.

Постановка проблеми. Зростання ефективності та оптимальності використання природно-ресурсного, трудового та виробничого потенціалу підприємств України є основою його економічного зростання. Значну роль у цьому відіграє інвестиційна діяльність. Результативність використання інвестицій, і насамперед реальних інвестицій, капітальних вкладень, залежить від значної кількості різноманітних організаційно-економічних, технічних і фінансових факторів, що зумовлює необхідність ретельного обґрунтування кожного інвестиційного проєкту діючого чи новоствореного підприємства. У зв'язку з цим проблема пошуку дієвих методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів як базової основи для прибутковості інвестиційних проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми оцінки ефективності інвестиційних проєктів у сучасних умовах господарювання розглянуті в роботах таких вчених, як Біянська І. [1], Пересада А.А. [2], Шевчук В.Я. [3] та ін. Але залишаються ще не досить висвітленими питання щодо складання дієвого бізнес-плану інвестиційного проєкту та його впровадження на підприємства.

Невирішені складові загальної проблеми. У зв'язку з пріоритетністю проблем кардинального покращення стану справ в інвестиційній сфері особливої актуальності набуває завдання комплексного теоретичного та практичного вдосконалення методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів на сучасних суб'єктах господарювання.

Формування цілей статті. Метою даної статті є дослідження методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів та надання рекомендацій щодо побудови загального бізнес-плану інвестиційного проєкту.

Виклад основного матеріалу. Для прийняття рішення про інвестування в той чи інший проєкт необхідною передумовою є оцінка його економічної ефективності. Таку оцінку ефективності необхідно представити зовнішньому інвестору, щоб довести, чому доцільно інвестувати в окремий проєкт. Очевидно, що від якості оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів залежатиме ймовірність прийняття керівництвом компанії помилкових інвестиційних рішень.

Існує дві основні групи методів оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів: статичні та динамічні (рис. 1).



Рисунок 1 – Методи оцінювання ефективності інвестицій [1-3]

Статичні методи передбачають розрахунок показників на основі недисконтованих грошових потоків, тобто вони не враховують зміни вартості грошей у часі. Такі методи в основному використовувалися в контексті командно-адміністративної системи [1, 3]. Динамічні методи, навпаки, враховують зміни вартості грошей у часі і передбачають приведення значень усіх грошових потоків до одного періоду шляхом їх дисконтування [2].

Розглянувши та проаналізувавши сутність, переваги та недоліки найбільш поширених методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів, можна виділити наступні типові помилки, які можуть виникнути при розрахунку показників ефективності [4]: необґрунтовано завищені ціни та попит на вироблену продукцію; не враховуються сезонні коливання продажів, затримки платежів, інфляція; при розрахунку показників дисконтування економічно неправильно використовується розмір процентних платежів; наявний дефіцит готівки, непокритий власними або позиковими коштами в окремі періоди, який не проявляється в річному плані руху готівки (для виявлення нестачі коштів необхідно щомісячно розраховувати план руху готівки за перший рік); занижена ставка дисконту проєкту; застосовувані методи прогнозування не завжди виправдані, що призводить до помилкових результатів; план

фінансування проєкту складається без звернення до бухгалтерської звітності; термін здійснення капітальних вкладень не відповідає життєвим циклам розробки товару на даному ринку; відсутнє бюджетне планування; ризики недостатньо враховуються в процесі розробки та впровадження проєкту, що може призвести до неправильних оцінок грошових потоків.

Одним із найбільш відповідальних та визначальних етапів проєктного циклу є проєктний аналіз, який представляє собою сукупність методологічних заходів та прийомів, які використовуються для підготовки та обґрунтування проєктних рішень. Після проведення всіх досліджень, які передують прийняттю інвестиційного рішення, необхідно скласти певний підсумковий документ, який дозволить інвестору і підприємцю не тільки прийняти, але й зафіксувати, що і що потрібно зробити, щоб відповідати очікуванням щодо ефективності проєкту. Для цього складається бізнес-план, який є основним інструментом відображення підприємницької ідеї. Бізнес-план – типовий документ, у якому детально обґрунтовується концепція реального інвестиційного проєкту, призначеного для реалізації, і наводяться його основні техніко-економічна, фінансова та соціальна характеристика. У ньому описуються основні аспекти майбутнього проєкту, аналізуються всі проблеми, які можуть виникнути в проєкті, і визначаються шляхи їх вирішення (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура бізнес-плану інвестиційного проєкту

Висновок. Отже, бізнес-план інвестиційного проєкту дає змогу визначити життєздатність проєкту в умовах ринкової конкуренції, містить орієнтири подальшого розвитку підприємства, а також є основою для отримання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів. При цьому загальна схема і порядок подання бізнес-планів може змінюватися в залежності від характеру інвестиційного проєкту. Так, для великих інвестиційних проєктів, які вимагають значних капітальних витрат або розраховані на тривалий період, а також пов'язані з випуском і виведенням на ринок нових видів продукції, товарів і послуг, повна версія бізнес-плану повинна бути розвиватися. Він передбачає врахування та деталізацію всіх напрямків майбутньої діяльності, аналіз можливих ризиків та шляхів їх уникнення. Окремі висновки та пропозиції підтверджуються необхідними розрахунками, графіками, таблицями.

Література:

1. Біяньська І. Оцінювання економічної ефективності інвестиційних проєктів. *Фінанси України*. 2014. № 9. С. 149-154.
2. Пересада А.А. *Управління інвестиційним процесом*. Київ: Лібра, 2017. 472 с.
3. Шевчук В.Я. *Основи інвестиційної діяльності*. Київ: Генеза, 2017. 384 с.

УДК 336.77

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ

Василенко Є.В.

*Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. Статтю присвячено розробці універсального, дієвого та ефективного механізму управління кредитним портфелем банку.

Ключові слова: кредитний портфель, банк, механізм, банківські кредити.

Постановка проблеми. Одним із основних видів банківської діяльності, який забезпечує банку найбільшу частину швидкого доходу, є кредитні операції. Кредитна діяльність будь-якого сучасного банку – це складна посередницька діяльність, яка потребує нагляду, правильного сприйняття, вимірювання, реєстрації з метою прийняття управлінського рішення. Від того, наскільки якісно банки реалізують свої кредитні функції, багато в чому залежить економічний стан регіонів, які вони обслуговують. Банківські кредити сприяють виникненню нових підприємств, збільшенню кількості робочих місць, розбудові об'єктів соціально-культурної сфери, забезпеченню економічної стабільності. Тому актуальною проблемою постає вдосконалення механізму управління та необхідність оптимізації кредитного процесу банківських установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика кредитних операцій та формування кредитного портфелю комерційного банку досить детально висвітлено у працях таких вчених як Аржевітін С.М.,

Остапишин Т.П. [1], Мицак О.В., Бублик Л.Я. [2], Прасолова С. П. [3], Виклюк М. І. [4].

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на досягнуті результати, які висвітлені вченими у своїх наукових роботах, ряд теоретичних і методичних проблем, пов'язаних, зокрема, з механізмом управління кредитним портфелем комерційного банку та його інформаційної складової потребують подальших досліджень.

Формування цілей статті. Метою даної статті є формування універсального, дієвого та ефективного механізму управління кредитним портфелем банку.

Виклад основного матеріалу. Важливе значення у вирішенні проблеми формування фінансових ресурсів підприємств має використання універсального та ефективного механізму функціонування кредиту як фактору економічного зростання в цілому, що в свою чергу впливає на формування кредитного портфеля банку. Тому підвищення ролі кредиту в сучасних умовах, необхідність створення адекватного механізму формування кредитного портфеля банку дає новий поштовх для обґрунтування сутності кредитного портфеля, методів управління кредитним портфелем, а також переваг і недоліки використання окремих методів управління кредитним портфелем банку [1].

Для активізації ролі кредитного портфеля як інструменту реалізації завдань державної кредитної політики доцільно розглядати його з трьох позицій. По-перше, це стратегічний кредитний портфель, який має формуватися відповідно до вимог державної кредитної політики, місця та завдань банку в її реалізації. По-друге, це тактичний кредитний портфель, який формується банком виходячи з обсягу та структури стратегічного кредитного портфеля. По-третє, це портфель фактично наданих кредитів, який зараз визнається [2].

Таким чином, можна сформувати універсальний, дієвий та ефективний механізм управління кредитним портфелем комерційного банку. (рис. 1).

Важливо зазначити, що більшість джерел, присвячених управлінню кредитним процесом банку, не згадують найважливіший етап формування кредитного портфеля, а саме порядок первинного оформлення кредиту юридичними та фізичними особами. Але саме на цьому етапі, за належної автоматизації кредитного скорингу, можна значно знизити кредитні ризики, своєчасно відхиляючи заявки потенційно неплатоспроможних клієнтів. При наданні кредиту позичальнику з певним ризиком ставка кредиту перевищує базову ставку на величину кредитного спреда, що відображає рівень ризику клієнта.

Як зазначалося раніше, прибутковість і ризик є основними параметрами управління кредитним портфелем банку. Співвідношення цих показників визначає ефективність кредитної діяльності банку. Отже, основною метою процесу управління кредитним портфелем банку є забезпечення максимальної прибутковості за певного рівня ризику.



Рисунок 1 – Механізм управління кредитним портфелем комерційного банку [3, 4]

Банк здійснює управління ризиками через постійний процес ідентифікації, оцінки та нагляду, а також шляхом встановлення лімітів ризиків та інших заходів внутрішнього контролю. Процес управління ризиками має вирішальне значення для підтримки стабільної прибутковості Банку, і кожен працівник Банку несе відповідальність за ризики, пов'язані з його обов'язками.

Висновок. Отже, у нашому дослідженні запропоновано універсальний, дієвий та ефективний механізм управління кредитним портфелем комерційного банку, який у разі впровадження та використання дозволить контролювати кредитні операції банківської установи на всіх її етапах здійснення, а також попередити та нівелювати ризики кредитних операцій.

Література:

1. Аржевітін С.М., Остапшин Т.П. *Кредитний менеджмент у банку: підручник; за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Аржевітіна та к.е.н., доц. Т.П. Остапшина. Київ: КНЕУ, 2017. 499 с.*
2. Мицак О.В., Бублик Л.Я. *Організаційно-економічний механізм кредитування споживчого ринку. Менеджер. 2022. № 4. С. 127-134.*
3. Прасолова С.П. *Кредитування і контроль: навч. посібник. Видавництво «Ліра-К», 2018 р. 202 с.*
4. Вуклюк М.І. *Сучасний стан банківського споживчого кредитування. Економіка і управління. 2022. № 4. С. 133-137.*

УДК 330.34

МОДЕЛЬ УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЇ З УРАХУВАННЯМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Верецака Р.Г.

Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В роботі розглянуто технологію моделювання бізнес-процесів компанії з урахуванням цифровізації, яка є універсальним процесом вивчення, оцінювання процесів з використанням відповідних чинників та інструментарію для досягнення поставлених цілей.

Ключові слова: модель, бізнес-процес, цифровізація, компанія, технологія.

Постановка проблеми Ефективність бізнес-процесів досягається за допомогою виконання і досягнення мети щодо підвищення конкурентоспроможності, а дана мета досягається через вдосконалення даних процесів, як елемент її розвитку – процес цифровізації (цифрові технології). За результатами проведених досліджень 2023 року в Україні 4/5 керівників організацій сфери послуг зацікавлені в цифровізації власних підприємств (зокрема бізнес-процесів), але водночас стикаються здебільшого з дефіцитом коштів (ресурсів) на таку реалізацію. Фахівці організацій сфери послуг також відзначають для себе переваги цифровізації бізнес-процесів – це «зручність

контролю над процесами», «ухвалення дійсно грамотних бізнес-рішень» і «збільшення швидкості роботи».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Бізнес-процеси компаній, зокрема їх моделювання, розглядали провідні вітчизняні та зарубіжні науковці й практики: Б. Андерсен, Г. Ван Ден Берг, Т. Гуреш, У. Е. Демінг, Д. Джестон, П. Друкер, Д. Мак'яrello, Й. Неліс, Х. В. Німвеген, А. Остервальдер, П. Пітерсма, С. Легомінова, О. Томашевський, Г. Цегелик, А. Нотаріна, О. Грибіненко, Б. Тетерятник., багато інших [1-3].

Невирішені складові загальної проблеми. Дана тематика актуальна в сучасних умовах кризи. Переважно це виражено в тому, що в умовах ізоляції понад 85% організацій сфери послуг стали фахівцями використовувати активно цифрові технології: мобільні пристрої, сайти, хмарні технології та інші сучасні засоби (інструменти). Усе це в результаті вплинуло на ухвалені бізнес-рішення, коли, наприклад, керівництво організацій сфери послуг ухвалювало рішення щодо структуризації сайту, цифровізації продажів, доставки до клієнта (з обов'язковим урахуванням фактора безпеки). Таким чином, оцінювання бізнес-процесів у довгостроковій перспективі стає одним із головних структурних чинників економічного зростання організацій сфери послуг за умови забезпечення узгодженості дій і постійних комунікацій партнерів в умовах ухвалення необхідних бізнес-рішень.

Формулювання цілей статті. Розробити модель удосконалення бізнес-процесів компанії з урахуванням цифровізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розробленню проекту вдосконалення бізнес-процесів організації в умовах цифровізації сприяє збір і первинний аналіз вихідної інформації в організації. В умовах цифровізації зростанню ефективності цього процесу сприяють використання програмного забезпечення та цифрових сервісів з аналізу та обробки інформації. На наступному етапі відбувається впровадження методики аналізу та оцінки ефективності бізнес-процесів на підставі виду діяльності компанії, її ресурсних можливостей. Оцінка суттєвості та витратності моделювання бізнес-процесів – наступний етап оцінювання, за високих сум витрат, необхідно ухвалити рішення щодо недоцільності таких змін, а за невисоких витрат відповідно до можливостей організації – слід контролювати поточні процеси в організації за допомогою комплексу інформації, за позитивної динаміки слідує такий етап – розробка заходів проекту, розробляють програмно-цільовий підхід із конкретними цілями, завданнями, ресурсами, відповідальними особами, програмними продуктами.

Технологію моделювання бізнес-процесів компанії з урахуванням цифровізації наведено на рис. 1.

Дослідження відбувається за чотирма загальними етапами: оцінкою необхідності моделювання бізнес-процесів, побудовою ефективної моделі бізнес-процесу, проектуванням кінцевого результату від моделювання бізнес-процесів та оцінкою ефективності в умовах цифровізації.

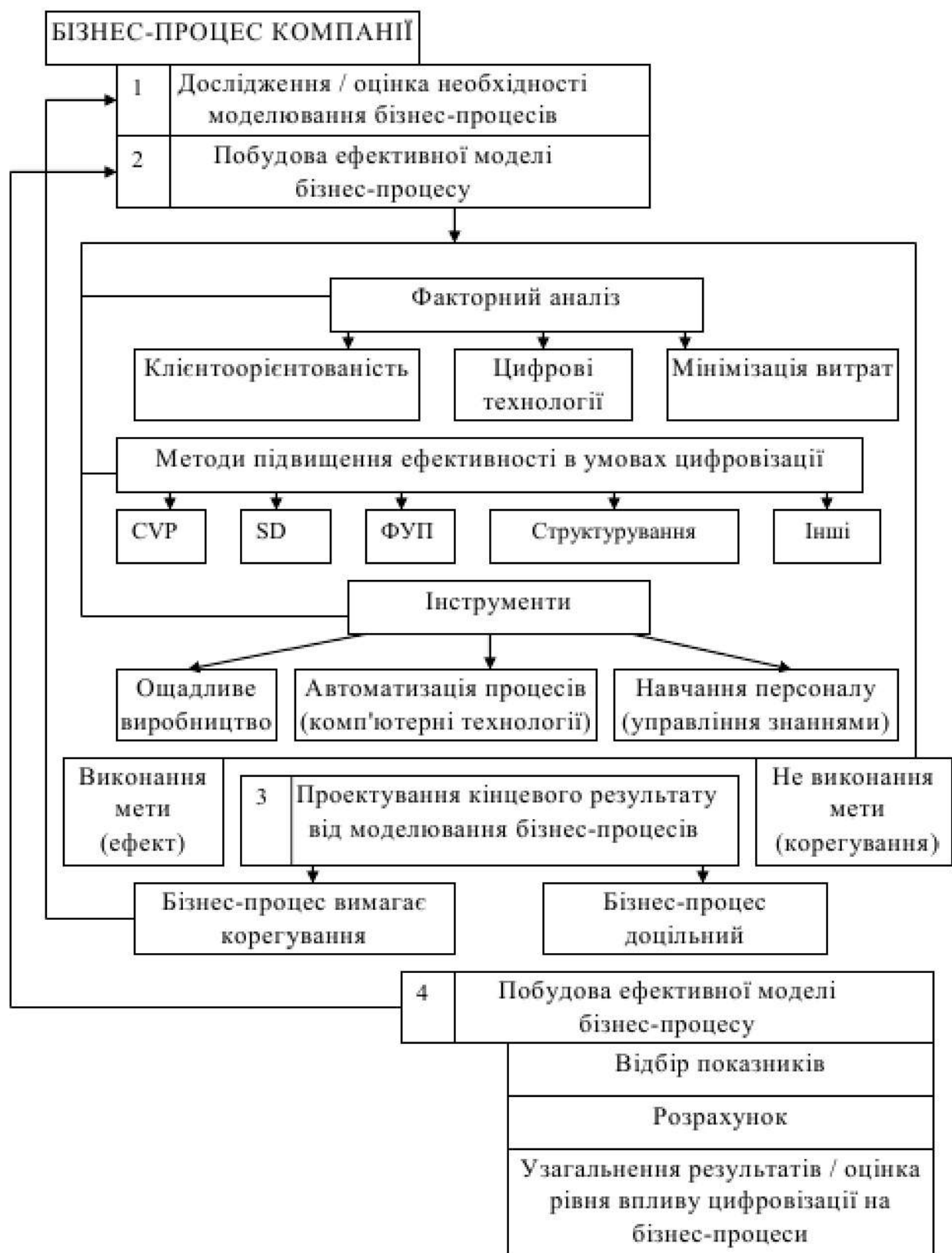


Рисунок 1 – **Модель удосконалення бізнес-процесів компанії з урахуванням цифровізації (складено автором)**

Усі ці етапи відбуваються за активного використання методів, сучасного інструментарію, факторного аналізу, показників ефективності.

Етап 1 – дослідження / оцінка необхідності моделювання бізнес-процесів. На даному етапі відбувається аналіз основних і допоміжних бізнес-процесів, визначаються сильні та слабкі сторони від їхнього застосування в компанії, за виявленням слабких сторін, або загроз, визначається необхідність моделювання певного бізнес-процесу в організації.

Етап 2 – побудова ефективної моделі бізнес-процесу. Цей етап полягає у факторному аналізі та певного інструментарію на предмет виконання мети.

У зв'язку з тим, що бізнес-процеси компанії розглядаються в розрізі цифровізації, як актуального явища в розвитку, то факторний аналіз буде проведено з урахуванням:

- клієнтоорієнтованості (цифрова модель розвитку компанії в сучасних умовах існування). Ця модель розвитку повинна мати при повному знанні кінцевого клієнта – омнікальність.

- цифрові технології. Для ефективної цифрової трансформації наявних бізнес-процесів у компанії знадобиться сукупність технологій для досягнення поставленої мети, цифровізації та автоматизації бізнес-процесів тощо.

Для компаній наразі актуальними є такі цифрові технології: хмарне зберігання даних, Big Data, сайт, мобільні пристрої та додатки, обмін юридично достовірними електронними документами, блокчейн, власне комп'ютерне забезпечення та універсальні комп'ютерні програми.

- мінімізація витрат.

В умовах поточної обстановки в країні актуальним є витратний підхід моделювання бізнес-процесів компанії, який полягає в розробці програм з ефективного використання ресурсів, ліквідації непотрібних витрат, перегляді комерційних статей витрат обігу. Що в результаті призводить до економічної результативності від використовуваних бізнес-процесів, наприклад, зростання прибутку від них, рентабельності тощо.

Побудова ефективної моделі бізнес-процесу в компанії також має полягати у використуваному актуальному інструментарії, за умови врахування цифровізації, до них можуть бути віднесені:

- ощадливе виробництво. Заснований такий інструмент на концепції управління бізнес-процесами в умовах ліквідації витрат, непотрібних витрат, що підтверджує застосування раніше розглянутого фактора – «мінімізація витрат», тобто відбувається прагнення управлінського персоналу до вдосконалення діяльності компанії, усуваючи виявлені перепони і загрози.

- автоматизація процесів (комп'ютерні технології).

Облік цифровізації для моделювання бізнес-процесів зводиться до автоматизації цих процесів, чому сприяють комп'ютерні технології, наприклад, власне комп'ютерне забезпечення та універсальні комп'ютерні програми, які сприяють прискоренню процесів, скороченню витрат за ними, швидкому досягненню необхідного ефекту.

- навчання персоналу (управління знаннями).

Необхідним інструментарієм для моделювання бізнес-процесів компанії з урахуванням цифровізації стає управління знаннями персоналу за появи

широкого масштабу інформації, нових знань, які можуть бути отримані під час вивчення процесів, під час навчання певних процесів, наприклад, для роботи персоналу з новим програмним забезпеченням.

Етап 3 – проектування кінцевого результату від моделювання бізнес-процесів. Після заміни якихось елементів бізнес-процесу, необхідно перевірити його. Якщо мету виконано, то ефекту досягнуто і навпаки. Отже, бізнес-процес буде змінюватися в тому разі, якщо організація змінює поставлені цілі.

Етап 4 – оцінка ефективності бізнес-процесів компанії в умовах цифровізації. Сюди може бути включено такий перелік робіт: підбір показників, їхній розрахунок, а також узагальнення результатів, тобто оцінка рівня впливу цифровізації на бізнес-процеси компанії.

Висновки. Отже, технологія моделювання бізнес-процесів компанії з урахуванням цифровізації є універсальним процесом вивчення, оцінювання процесів з використанням відповідних чинників та інструментарію для досягнення поставлених цілей, створення конкурентного середовища на ринку з боку компанії, відповідності світовим стандартам функціонування, поліпшення якості середовища в умовах поточних тенденцій споживчого ринку.

Дослідження концепції моделювання бізнес-процесів компанії в умовах цифровізації засвідчило об'єктивність цих змін через зовнішні зміни, внутрішню необхідність, ефективному моделюванню сприяють грамотно обрані технології впровадження та розроблення з урахуванням виду діяльності компанії, а також комплексне використання інформації.

Література:

1. Томашевський О.М., Цегелик Г.Г., Вітер М.Б., Дудук В.І. *Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів. навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.

2. Гусєва О.Ю., Легомінова С.В. *Диджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2018, № 1 (23). С. 33-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/estebi_2018_1_7 (дата звернення: 9.11.2023).*

3. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О. *Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. Випуск 42. С. 18-22. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf> (дата звернення: 10.11.2023).*

АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ОДИНИЦІ ПРОДУКЦІЇ*Волик А.П.**Науковий керівник: Непран А.В., к.е.н., доцент**Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. В статті досліджено аналіз собівартості продукції на підприємстві. Визначені вплив факторів, які спричинили зростання собівартості одиниці продукції на підприємстві.

Ключові слова: собівартість продукції, затрати, постійні затрати, змінні затрати, факторний аналіз.

Постановка проблеми. В системі розрахунків затрат на виробництво важливе місце займає визначення собівартості продукції, яке отримало назву калькулювання. В умовах обмеженості економічних та фінансових ресурсів, скорочення попиту на продукцію гостро постає питання про скорочення витрат. Одним із засобів вирішення цієї проблеми є контроль за витратами, визначення собівартості одиниці продукції та прийняття відповідних управлінських рішень. На підприємстві калькуляція необхідна для вирішення ряду важливих економічних завдань: обґрунтування ціни на виріб, оцінки роботи підприємства та його підрозділів, розрахунку організаційно-економічних заходів. Аналіз впливу основних факторів на зміну собівартості продукції дозволяє обґрунтовано приймати управлінські рішення відносно визначення собівартості продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам аналізу собівартості продукції на підприємствах присвячені дослідження Каленич І. [1], Воронкова Н. [2], Осадчої Г. [3], Куцика П. [4] та інших. Досліджуючи вплив факторів на зміну собівартості продукції, автори використовують різні підходи. В економічній літературі для аналізу собівартості одиниці продукції пропонується декілька підходів. Серед основних підходів – застосування трьох факторної моделі [5, С. 567].

Невирішені складові загальної проблеми. У переважній більшості досліджень аналіз собівартості продукції здійснюється на основі оцінки відхилень окремих статей від планової калькуляції (або калькуляції попереднього періоду). Разом з тим не в достатній мірі здійснюється вплив окремих факторів на зміну статей собівартості одиниці продукції. Разом з тим такі дослідження дозволяють обґрунтовано приймати управлінські рішення стосовно факторів зниження собівартості продукції.

Формулювання цілей статті. Метою статті є проведення економічного аналізу зміни собівартості продукції та обґрунтування заходів щодо її зниження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Собівартість окремих видів продукції визначається шляхом складання калькуляцій, в яких показується величина затрат на виробництво та реалізацію продукції. Склад калькуляційних статей затрат визначається структурою собівартості продукції та має свої

особливості у різних галузях економіки. До складу калькуляційних статей входять як прямі, так і непрямі витрати. До непрямих витрат відносять: витрати по утриманню і експлуатації обладнання, цехові, інші виробничі витрати.

Розглянемо аналіз собівартості одиниці продукції на підприємстві ТОВ «Техноком», яке спеціалізується на виробництві меблів.

Вплив факторів першого порядку на зміну рівня собівартості одиниці продукції можна здійснити на основі наступної моделі:

$$C_i = \frac{A_i}{Q_i} + b_i, \quad (1)$$

де C_i – собівартість одиниці продукції i -го виробу, грн;

A_i – постійні витрати на виробництво продукції i -го виробу, грн;

Використовуючи цю модель та дані табл. 1, обчислимо вплив факторів на зміну собівартості одиниці продукції шкафу-купе «Сніжна королева» методом ланцюгових підстановок.

$$C_0 = \frac{A_0}{Q_0} + b_0 = \frac{1178,6}{550} + 7764,7 = 9907,6;$$

$$C_{\text{зм1}} = \frac{A_0}{Q_1} + b_0 = \frac{1178,6}{640} + 7764,7 = 9606,3;$$

$$C_{\text{зм2}} = \frac{A_1}{Q_1} + b_0 = \frac{1505,2}{640} + 7764,7 = 10116,6;$$

$$C_1 = \frac{A_1}{Q_1} + b_1 = \frac{1505,2}{640} + 8725 = 11076,9.$$

Висхідні дані для факторного аналізу наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Висхідні дані для проведення факторного аналізу собівартості виготовлення шкафу-купе «Сніжна королева»

Показник	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 р. від 2021 р.
Обсяг випуску продукції, шт.	550	640	+90
Сума постійних витрат, тис. грн.	1178,6	1505,2	+326,6
Сума змінних витрат на один виріб, грн.	7764,7	8725	+960,3
Собівартість одного виробу, грн.	9907,6	11076,9	+1169,3

Джерело: розраховано автором.

Загальна зміна собівартості одиниці продукції склала

$$\Delta C_{\text{заг}} = C_1 - C_0 = 11076,9 - 9907,6 = 1169,3 \text{ грн.};$$

в тому числі за рахунок зміни:

а) обсягу виробництва продукції:

$$\Delta C_Q = C_{\text{зм1}} - C_0 = 9606,3 - 9907,6 = -301,3 \text{ грн.};$$

б) сума постійних витрат:

$$\Delta C_A = C_{\text{зм2}} - C_{\text{зм1}} = 10116,6 - 9606,3 = +510,3 \text{ грн.};$$

в) питомих змінних витрат:

$$\Delta C_b = C_1 - C_{\text{зм2}} = 11076,9 - 10116,6 = +960,3 \text{ грн.}$$

Зробимо перевірку. Вплив окремих факторів повинен за розмірами відповідати відхиленню:

$$1169,3 = (-301,3) + 510,3 + 960,3.$$

Таким чином, на зміну собівартості виробу найбільше вплинуло зростання змінних витрат. У 2022 р. порівняно із 2021 р. собівартість одиниці продукції за рахунок зростання змінних витрат збільшилася на 960,3 грн. За рахунок збільшення обсягу виробництва собівартість шкафа-купе «Сніжна королева» знизилася на 301,3 грн. Проте за абсолютними розмірами вона була значно меншою, ніж зростання собівартості за рахунок збільшення постійних витрат (510,3 грн) та змінних витрат (960,3 грн).

Висновки. Проведений факторний аналіз собівартості одиниці продукції дозволив зробити ряд висновків. Основним фактором зростання собівартості виготовлення шкафу-купе на підприємстві стало збільшення змінних витрат. За рахунок збільшення обсягу виробництва собівартість одиниці продукції дещо знизилася (на 301,3 грн.), проте за абсолютними розмірами вона була значно меншою, ніж зростання собівартості за рахунок збільшення постійних та змінних витрат.

Література:

1. Каленич І.С. Економічна сутність витрат і собівартості продукції. *Бізнес Інформ*. 2019. №11. С. 241-246.
2. Воронкова Н., Чернишова Н. Свириденко А. Способи калькулювання собівартості одиниці продукції. *Податки і бухгалтерський облік*. 2016. № 32. С. 17.
3. Осадча Г.Г., Степанюк А.В. Калькулювання собівартості в системі «директ-костинг» та в системі повного розподілу витрат на вироби («абзорпшен-костинг»). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Випуск 1(45). Т. 1. С. 246-250.
4. Куцук П., Бачинський В., Кузьмінська К. Особливості застосування методу цільового калькулювання собівартості продукції у процесноорієнтованому виробництві. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2022. Т. 2(43). С. 25-33.
5. Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз господарської діяльності: підручник; за ред. Л. М. Кіндрацької. Київ: КНЕУ, 2016. с. 629.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ*Гахова А.Я.**Науковий керівник: Костенко Ю.О., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. У статті досліджено шляхи удосконалення обліку основних засобів підприємств дорожньо-будівельної галузі.

Ключові слова: основні засоби, облік основних засобів, удосконалення обліку основних засобів, підприємства дорожньо-будівельної галузі.

Постановка проблеми. Виробнича діяльність сучасного підприємства забезпечується не лише за рахунок використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, але й за рахунок основних засобів. Під впливом виробничого процесу і зовнішнього середовища вони зношуються і поступово переносять свою початкову вартість на витрати виробництва протягом нормативного терміну служби. Одним з найважливіших факторів підвищення ефективності виробництва на підприємствах є їх забезпеченість основними засобами в необхідній кількості та асортименті, а також найбільш повне їх використання. Також сезонність роботи підприємств дорожньо-будівельної галузі потребує проведення консервації основних засобів підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий внесок у розвиток обліку основних засобів зробили провідні вітчизняні вчені-економісти, такі як Ф.Ф. Бутинець, Л. В. Городянська, Л. О. Леонова, І. О. Гладій, В. С. Марценюк, Н. В. Плаксій, В.В. Сопко та інші дослідники.

Невирішені складові загальної проблеми. Попри значну кількість наукових напрацювань у сфері удосконалення обліку основних засобів, можемо все ж констатувати певну недостатність таких досліджень щодо підприємств дорожньо-будівельної галузі.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розробка шляхів удосконалення обліку основних засобів підприємств дорожньо-будівельної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. На підприємствах дорожньо-будівельної галузі процесі господарської діяльності у зв'язку з сезонністю попиту на продукцію заводу виникає необхідність переводити об'єкти основних засобів на консервацію, в результаті чого призупиняється їх використання на деякий період часу. На першому етапі облікового процесу відбувається реєстрація облікової інформації про здійснені операції з консервації та розконсервації основних засобів в первинних документах. Раціональна організація технології первинного обліку, упорядкований документообіг таких операцій впливають на формування у поточному обліку і звітності якісної, достовірної та своєчасної інформації, на підставі якої прийматимуться рішення внутрішніх та зовнішніх користувачів.

В Україні порядок консервації та розконсервації основних засобів і незавершеного будівництва регламентується:

– «Положенням про порядок консервації основних виробничих фондів підприємств» [1], яке встановлює порядок підготовки до консервації, проведення консервації та розконсервації основних засобів підприємств;

– «Положенням про порядок консервації та розконсервації об'єктів будівництва» [2], яке встановлює порядок та умови проведення консервації та розконсервації об'єктів незавершеного будівництва;

– Листом «Щодо консервації об'єктів» [3], який уточнює порядок використання Положення [1] і Положення [2].

Слід зазначити, що Положення [1] є обов'язковим для підприємств, які мають стратегічне значення для безпеки і економіки держави, а також засновані на державній власності, а Положення [2] – для підприємств, які здійснюють будівництво із залученням державних і змішаних інвестицій. Для інших підприємств норми цих Положень мають рекомендаційний характер, тому вони можуть їх застосовувати повністю або частково у добровільному порядку.

Отже, виникає необхідність визначити порядок проведення консервації та розконсервації основних засобів та надати рекомендації щодо удосконалення документального оформлення таких операцій на підприємствах, для яких Положення № 1183 не є обов'язковим для застосування.

Відповідно до п. 2 [1], «консервація основних фондів підприємств – це комплекс заходів, спрямованих на довгострокове (але не більш ніж три роки) зберігання основних фондів підприємств у разі припинення виробничої та іншої господарської діяльності з можливістю подальшого відновлення їх функціонування» [1].

Проте згідно з Листом № 7/15-18364 «підприємства, для яких вимоги, встановлені Положенням № 1183, не є обов'язковими, можуть самостійно приймати рішення про термін консервації основних засобів, який може перевищувати граничний, визначений у п. 2 цього Положення» [3].

Причинами переведення основних засобів на консервацію для наведених вище підприємств можуть бути:

– припинення господарської діяльності на час модернізації, реконструкції, ремонту будівель та споруд, в яких знаходяться ці об'єкти основних засобів, або у зв'язку з реорганізацією чи ліквідацією підприємства;

– скорочення обсягів виробництва;

– сезонний характер роботи того чи іншого підрозділу підприємства;

– зміна профілю виробництва;

– закінчення або тимчасове припинення певного виду діяльності;

– збільшення витрат на утримання та обслуговування основних засобів, у зв'язку з чим їх використання в подальшому стає недоцільним;

– відсутність замовлень, матеріалів та сировини;

– недоцільність використання основних засобів з інших причин.

При здійсненні операцій, пов'язаних з переведенням об'єктів основних засобів на консервацію, можна виділити п'ять етапів.

На першому етапі згідно з п. 10 Положення № 1183, «наказом керівника створюється комісія з питань проведення консервації основних засобів на чолі з

керівником підприємства, до якої бажано включити представників адміністрації, бухгалтерії, економічних та технічних відділів, керівників тих підрозділів підприємства, в яких знаходяться об'єкти основних засобів, котрі планується передати на консервацію. Комісія має скласти певні документи для

На другому етапі вважаємо за доцільне провести інвентаризацію основних засобів, що підлягають консервації. Для цього необхідно наказом керівника про проведення інвентаризації таких об'єктів основних засобів створити спеціальну інвентаризаційну комісію. Проте інвентаризацію може провести і постійна діюча інвентаризаційна комісія. В результаті проведення інвентаризації складається інвентаризаційний опис основних засобів (форма № інв.-1) і звіряльна відомість результатів інвентаризації основних засобів (форма № інв.-18).

На третьому етапі після розгляду документів, що були складені комісією з питань проведення консервації основних засобів та інвентаризаційною комісією, бажано:

- видати наказ, затверджений керівником, про переведення об'єкта основного засобу на консервацію, в якому вказати її причини, найменування основного засобу, порядок фінансування консервації, строки перебування основного засобу на консервації, осіб, відповідальних за збереження законсервованого об'єкта основного засобу;

- скласти акт про прийняття основних засобів на консервацію, який затверджується керівником.

На четвертому етапі, згідно з п. 16 Положення № 1183, необхідно розірвати в установленому порядку трудові договори з працівниками, які підлягають звільненню у зв'язку з консервацією основних засобів, з додержанням їх прав та інтересів відповідно до трудового законодавства [1].

На п'ятому етапі, на підставі наказу керівника про переведення об'єкта основного засобу на консервацію та акту про прийняття основних засобів на консервацію, в бухгалтерії ставиться позначка в інвентарній картці обліку основного засобу (форма № ОЗ-6) про переведення основного засобу на консервацію, оскільки на такі основні засоби призупиняється нарахування амортизації на час консервації.

Порядок розконсервації, відповідно до Положення № 1183, встановлюється у проекті консервації основних засобів, що включає в себе кошторис витрат, пов'язаних з проведенням розконсервації, план-графік розконсервації (пояснювальна записка до проекту), технологічні процеси, за якими проводитиметься розконсервація (технологічна документація до проекту) [1].

Крім цього, на підприємстві, на нашу думку, при розконсервації основних засобів необхідно наказом керівника створити комісію з питань проведення розконсервації основних засобів, яка повинна скласти: акт технічного стану основних засобів на момент їх розконсервації, в якому вказати дані про збереження всіх характеристик, встановлених технічною документацією на законсервований об'єкт, потребу у ремонті, реконструкції, модернізації, а також

придатність до подальшого використання; акт про розконсервацію основних засобів, в якому відобразити висновки комісії.

За наказом керівника провести інвентаризацію законсервованих об'єктів основних засобів, в результаті чого скласти інвентаризаційний опис основних засобів (форма № інв.-1) і звіряльну відомість результатів інвентаризації основних засобів (форма № інв.-18).

Видати наказ керівника про розконсервацію основних засобів. Скласти акт про прийняття розконсервованих основних засобів в експлуатацію, який затверджується керівником. На підставі наказу керівника про розконсервацію основних засобів та акту про прийняття розконсервованих основних засобів в експлуатацію в бухгалтерії поставити позначку в інвентарній картці обліку основного засобу (форма № ОЗ-6) про розконсервацію основного засобу, оскільки по таких основних засобах поновлюється нарахування амортизації.

Висновки. Під час дослідження визначено основні етапи проведення консервації та розконсервації основних засобів на підприємстві, а також наведено рекомендації щодо їх документального оформлення для підвищення ефективності аналітичної роботи.

Результати цього дослідження можуть бути використані в практичній діяльності підприємств, а також бути підставою для подальших досліджень щодо методики бухгалтерського обліку операцій з консервації та розконсервації основних засобів і порядку документального оформлення консервації та розконсервації об'єктів будівництва.

Література:

1. Положення про порядок консервації основних виробничих фондів підприємств: постанова КМУ від 28.10.1997 № 1183. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1183-97-%D0%BF#Text> (дата звернення: 20.10.2023).

2. Положення про порядок консервації та розконсервації об'єктів будівництва: наказ Міністерства будівництва, архітектури і житлово-комунального господарства України від 21.10.2005 № 2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1582-05#Text> (дата звернення: 20.10.2023).

3. Щодо консервації об'єктів: лист Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 14.11.2012 № 7/15-18364. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=51983 (дата звернення: 20.10.2023).

ФАКТОРИ РОСТУ ВИРУЧКИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Гончар Л.В.

Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. У статті аналізуються стан прибутковості на українських підприємствах, визначаються фактори макрорівня, які впливають на величину виручки від реалізації продукції.

Ключові слова: виручка, прибуток, фактори впливу, макрорівень.

Постановка проблеми. Виручка від реалізації продукції – це основне джерело доходу підприємства, з якого відбувається покриття всіх його витрат, формування прибутку. Розмір одержуваної виручки свідчить про ефективність і результативність діяльності підприємства. Тому найважливішими питаннями для підприємства є визначення та використання чинників, що можуть збільшити виручку від реалізації. Це і визначає актуальність дослідження теоретичних і практичних питань, пов'язаних із факторами, які впливають на розмір виручки від реалізації продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напрями дослідження теоретичних і практичних питань визначення та використання чинників, що впливають на підвищення виручки, достатньою мірою вивчені у вітчизняній і зарубіжній літературі. Фактори, які збільшують або знижують виручку, розглядалися ще в класичних працях А. Сміта, К. Маркса, П. Самуельсона та інш. Змістовний аналіз факторів, які впливають на виручку, зробив на прикладі американських підприємств сучасний вчений Т. Кант [1]. Серед українських дослідників можливо назвати Кравченко В. П. [2], Гречко А.В., Мельнікову О.М. [3], Гайбура Ю.А., Загнітко Л.А. [4], які розглядали поняття факторів у поєднанні із аналізом існуючих резервів прибутковості. Фактори, які впливають на підвищення виручки у різних галузях стали об'єктами уваги багатьох вчених, наприклад Стецюка С. С. [5], Антонюк Р.Р. [6] і т.д.

Невирішені складові загальної проблеми. У багатьох публікаціях наведено чинники, які мають велике значення для росту виручки від реалізації продукції, але слід зазначити, що в сучасних умовах виникла необхідність у виявленні сучасних факторів макрорівня, які впливають на прибутковість українських підприємств.

Формулювання цілей статті. Цілю статті є виділення факторів, які впливають на зростання виручки від реалізації продукції в сучасних умовах на основі дослідження статистичних даних.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час проведеного дослідження було визначено, що значний вплив на розмір виручки від реалізації продукції оказують зовнішні фактори макрорівня, на які підприємство не може впливати. Так, згідно з даними Державного комітету з статистики у 2022 р. українські підприємства отримали 240.4 млрд. грн. збитку.

Загальна кількість збиткових підприємств склала 34,2% від їх загальної кількості. Збиткові підприємства отримали 883,6 млрд. грн. збитків. Загальна картина прибутковості українських підприємств у розрізі видів економічної діяльності представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Прибутковість українських підприємств у 2022 р, млн. грн.

Види діяльності	Величина прибутку (+), збитку (-)	Підприємства, які одержали прибуток, у % до загальної кількості	Підприємства, які одержали збиток, у % до загальної кількості
Всього по Україні, у тому числі:	10496992.44	65,8	34,2
Найбільш прибуткові види діяльності			
сільське, лісове та рибне господарство	87118	78,4	21,6
промисловість	10525119.44	64,3	35,7
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	10715367.14	68,1	31,9
Найбільш збиткові види діяльності			
тимчасове розміщування й організація харчування	-8866.6	55,2	44,8

Джерело: складено за [7]

Можливо виділити наступні сучасні чинники макрорівня, які різко вплинули на зниження виручки від реалізації продукції, в цілому в Україні:

- військові дії призвели до зниження прибутковості підприємств. Майже третину всіх збитків мали підприємства, які опинилися у зоні військових дій;
- різке зниження експорту продукції;
- зниження внутрішнього ринку збуту через міграційні процеси.

Висновки. З метою нейтралізації дії негативних зовнішніх факторів на розмір виручки від реалізації продукції, український уряд повинен розробити програму дій стосовно захисту вітчизняних товаровиробників. В урядову програму підтримки товаровиробників повинні входити наступні заходи:

- фінансова підтримка, спрямована на підвищення обсягів реалізованої продукції для експорту і внутрішнього ринку;
- інвестиції для відновлення економіки на деокупованих територіях. Позитивним напрямом буде розширення переліку видів діяльності, які можуть взяти участь у програмі «Відновлення»;
- лібералізація експертної діяльності у напрямі поліпшення митного контролю і оформлення товарів;
- розвиток кредитних і грантових програм для підприємців.

Література:

1. Matthijs C.T. Kant Factors influencing the profitability of manufacturing firms. URL: https://essay.utwente.nl/75540/1/Kant_BA_BMS.pdf.

2. Кравченко В.П., Могилей А.О. Дослідження резервів зростання прибутковості підприємства (на прикладі ПАТ «Червона Зірка. Наукові записки. 2013. Вип. 13. року. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4630/1/45_2013-257-260.pdf.

3. Гречко А.В., Мельнікова О.М. Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку. Ефективна економіка. 2017. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5862>.

4. Гайбура Ю.А., Загнітко Л.А. Прибутковість підприємства: поняття, фактори, резерви. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24. Ч. 2. С. 99-104.

5. Стецюк С.С. Фактори впливу на прибуток м'ясопереробних підприємств Черкаської області. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2013. Вип. 1. С. 72-81.

6. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. Вісник. 2013. № 126.

7. Які галузі стали найприбутковішими минулого воєнного року: офіційна статистика. URL: <https://mind.ua/publications/20263181-yaki-galuzi-stali-najpributkovishimi-minulogo-voennogo-roku-oficijna-statistika>.

УДК 658.155

ПРОФЕСІЙНИЙ ПІДБІР ТА ПОДАЛЬШЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Гудков О.О., Кулик О.В.

Наукові керівники: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент,

Дмитрієва О.І., д.е.н., професор

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Стаття присвячена дослідженню та оптимізації процесів професійного підбору та управління персоналом у сучасних організаціях. Враховуючи стратегічний підхід, внутрішній розвиток, використання технологій та створення корпоративної культури, наведені рекомендації спрямовані на покращення ефективності управління персоналом та підвищення конкурентоспроможності організацій. Висновки статті підкреслюють важливість збалансованого та стратегічного підходу до управління та розвитку талантів для забезпечення успіху на динамічному ринку праці.

Ключові слова: персонал, професійний підбір, управління персоналом, стратегічний підбір, талант, організаційний розвиток.

Постановка проблеми. На тлі стрімких змін у технологічному та економічному середовищі, проблема професійного підбору та управління персоналом набуває особливого значення для ефективного функціонування підприємств та організацій. Сучасний етап розвитку бізнесу та організацій поставив перед ними завдання, що вимагають системного та комплексного

підходу до управління персоналом. Професійний підбір та управління персоналом стають стратегічними факторами, визначальними для успішності функціонування будь-якої організації.

В епоху швидких технологічних змін, соціальних перетворень та глобальної конкуренції, проблема залучення та управління персоналом набуває особливої актуальності. Швидкість технологічних інновацій та соціокультурних зрушень вимагає від керівництва не лише реакції на зміни, але і активної участі в формуванні інноваційного внутрішнього середовища. Забезпечення підприємств та організацій кваліфікованими та мотивованими співробітниками є необхідністю для їхнього сталого розвитку та конкурентоспроможності.

Предметом дослідження є вивчення процесів професійного підбору та управління персоналом та визначення впливу цих процесів на ефективність та конкурентоспроможність організацій.

Об'єктом дослідження є вивчення процесів професійного підбору та управління персоналом та вплив цих процесів на ефективність та конкурентоспроможність організацій.

Аналіз останніх досліджень. Багато вчених і практиків взяли під свою увагу проблему правильного підбору та управління персоналом. Визначення стратегічних цілей та відповідного підбору кадрів акцентує відомий експерт у галузі менеджменту Пітер Друкер. Визначення персоналу як ключового ресурсу та активної участі у його розвитку – це основна ідея, що зберігає свою актуальність у роботах Хенрі Мінцберга та Девіда Улріха.

Однією з ключових проблем є відсутність системного та стратегічного підходу до професійного підбору та управління персоналом. Багато компаній стикаються з високим оборотом працівників, низьким рівнем їхньої кваліфікації та неефективним управлінням талантами. І це лише декілька викликів та проблем, з якими стикаються організації та компанії. З метою вирішення поставлених завдань використовуються як кількісні, так і якісні методи дослідження. Анкетування, інтерв'ю та аналіз статистичних даних дозволяють зібрати повну та комплексну інформацію про підходи та практики в сфері професійного підбору та управління персоналом.

Формування цілей статті. Метою дослідження є аналіз підходів до підбору та управління персоналом, виявлення тенденцій розвитку та розробка рекомендацій для підвищення ефективності цих процесів.

Виклад основного матеріалу. Сучасні організації повинні зосереджувати свою увагу не лише на визначенні потрібної кваліфікації свого персоналу, але й забезпечити його максимальною ефективністю через постійний контроль та підвищення кваліфікації.

Один із підходів – це визначення ключових посад та розробка стратегій їхнього забезпечення кваліфікованим персоналом. Інший підхід полягає в створенні програм розвитку та підвищення кваліфікації з метою підтримки талановитих працівників.

Рекомендації компаніям та підприємствам для покращення професійного підбору та подальшого управління персоналом:

1. Стратегічний підбір:

- розробіть стратегію підбору, визначте ключові позиції та компетенції, необхідні для досягнення стратегічних цілей;
- вивчайте внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на ринок праці, та адаптуйте стратегію підбору відповідно.

2. Внутрішній розвиток:

- звертайте увагу на внутрішній розвиток співробітників, пропонуючи програми підвищення кваліфікації та кар'єрний розвиток;
- сприяйте внутрішньому переміщенню працівників, створюючи механізми для розвитку та залучення талантів всередині компанії.

3. Використання технологій:

- застосовуйте сучасні технології у рекрутингу, використовуючи аналітику даних та штучний інтелект для ефективного підбору;
- впроваджуйте HR-системи для автоматизації процесів управління персоналом.

4. Культура організації:

- створюйте позитивну корпоративну культуру, яка враховує цінності та потреби співробітників;
- забезпечуйте ефективний комунікативний процес між керівництвом та персоналом.

5. Оцінка та розвиток компетенцій:

- використовуйте оцінку компетенцій для визначення потреб у розвитку персоналу;
- сприяйте розвитку м'яких навичок, таких як комунікація та лідерство.

6. Гнучкі умови роботи:

- впроваджуйте гнучкі графіки роботи та віддалену роботу для підтримки балансу між роботою та особистим життям;
- надавайте можливості для роботи над цікавими проектами та саморозвитку.

7. Система винагород:

- розробляйте привабливу систему винагород та компенсацій, що враховує досягнення та внесок співробітників;
- сприяйте створенню прозорої системи оцінювання та зростання заробітної плати.

8. Контингент та диверсифікація:

- розглядайте можливості включення різних культур та поглядів в колектив;
- формуйте різноманітні робочі групи для розв'язання завдань та стимулювання творчості.

9. Постійне навчання:

- сприяйте постійному навчанню персоналу, впроваджуючи програми навчання та тренінгів;

- стимулюйте самонавчання та обмін знаннями між співробітниками.

10. Система звітності та оцінки:

- визначаєте ключові показники ефективності та використовуйте їх для системи звітності;
- регулярно проводьте оцінку ефективності стратегій підбору та управління персоналом для їхнього подальшого вдосконалення.

Якщо компанії хочуть досягти результатів у ефективному підборі персоналу, то їм потрібно розробляти індивідуальні підходи для кожного співробітника, враховуючи його унікальні навички та потреби, вносити корективи в стратегії на основі досвіду та потреб персоналу, співпрацювати з HR-експертами та вивчати сучасні тенденції у сфері управління персоналом.

Ці рекомендації мають на меті покращити ефективність професійного підбору та управління персоналом, створюючи сприятливі умови для розвитку та успіху як для компанії в цілому, так і для її співробітників.

Висновки. Дослідження професійного підбору та управління персоналом виявило, що ці процеси визначають успішність та конкурентоспроможність сучасних організацій. Впровадження стратегічного підходу до підбору, розвитку та управління персоналом є важливим елементом стратегії організаційного розвитку.

Рекомендації, наведені в дослідженні, надають підприємствам інструменти для оптимізації процесів, враховуючи внутрішні та зовнішні виклики. Гнучкі умови роботи, система винагород, внутрішній розвиток та використання сучасних технологій – це лише деякі з ключових аспектів, які можуть призвести до покращення ефективності управління персоналом.

Зрозуміння важливості розвитку та управління талантами, а також створення корпоративної культури, сприятливої для розвитку співробітників, формує стійкість та конкурентні переваги організації. У майбутньому важливо продовжувати дослідження в цій області, адаптуючи стратегії до швидкоплинного середовища та впроваджуючи інноваційні підходи для досягнення високих результатів.

Література:

1. Ачкасова О., Семенченко А. Сучасні методи формування персоналу вітчизняного підприємства. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19149/1/%D0%9E>.
2. Занора В.О., Драч С.В. Управління кадрами: узагальнення методичного інструментарію відбору працівників. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 5-1 (05), 2016. С. 89-92.
3. Кубіній Н.Ю., Нечипорук А.О., Бабяк М.Ю., Косовілка А.В. Суб'єктно-об'єктний підхід в системі управління трудовим потенціалом. Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка. Вип. №2 (52), 2018 р. С. 119-123.

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК КЛЮЧ ДО ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Джафарова К.С.

Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В статті розглянуто доцільність інвестування в маркетинг з позиції їх визначення як стратегічного рушія, що сприяє довгостроковому успіху підприємства, дозволяючи ефективно адаптуватися до змін у вимогах ринку та споживачів. Запропоновано до розгляду алгоритм актуалізації маркетингової стратегії підприємства на засадах інвестиційного підходу.

Ключові слова: інвестиції, маркетинг, маркетингова стратегія, розвиток, зростання.

Постановка проблеми. Політична та економічна нестабільність, ризиковий характер підприємницької діяльності, підвищення ролі конкуренції, а також відповідальності керівників за самостійно прийняті управлінські рішення значно актуалізували потребу використання сучасних технологій управління, які б дали можливість підприємству підвищити ефективність управління розвитком. Зміна умов господарювання тягне за собою появу в діяльності підприємств абсолютно нових проблем, які потребують теоретичного осмислення та розробки практичних рекомендацій щодо їх вирішення. До числа таких належить проблема пошуку ефективних механізмів і технологій управління, зокрема для українських підприємств, розвиток яких в умовах війни значно сповільнився. За таких умов актуальним інструментом переосмислення маркетингової стратегії підприємства є інвестиційні інструменти та методи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження різних аспектів маркетингової діяльності в контексті інвестиційного підходу знайшли своє відображення у працях Б.В. Буркинського, Г.М Скударя, Л.Є. Андреевої та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Однак, незважаючи на численні наукові публікації, сьогодні питання використання інвестицій у маркетингу є відкритим. Особливої уваги в межах складання обґрунтування маркетингової стратегії є бізнес-планування інвестиційного проєкту.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження – розвиток теоретичних основ стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства на засадах інвестиційного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне бізнес-середовище вимагає від підприємств постійних адаптацій та інновацій для забезпечення стійкого розвитку. Одним із ключових факторів успіху стає переосмислення маркетингової стратегії, а її ефективність може значно підвищитися за допомогою інвестиційного підходу.

Перед початком будь-яких інвестицій необхідно провести ретельний аналіз внутрішніх сил та слабкостей підприємства. Визначення його конкурентоспроможності дозволить визначити основні напрямки розвитку та ефективно вкладати ресурси.

На другому етапі відбувається визначення цілей та пріоритетів. Інвестиційна стратегія повинна бути відзначеною чітким визначенням цілей. Чи це розширення ринкової долі, запуск нового продукту чи покращення виробничих процесів – кожна мета повинна бути направлена на підвищення конкурентоспроможності.

Етап 3, присвячений безпосередньо інтеграції інвестицій у маркетинг. Інвестиції можуть бути ефективно використані для впровадження інновацій у маркетингові практики. Використання новітніх технологій, аналіз даних та впровадження креативних підходів допомагають збільшити ефективність комунікації з аудиторією.

Розвиток онлайн-присутності є четвертим етапом. Інтернет став невід'ємною частиною бізнес-середовища. Інвестиції в розробку та підтримку веб-сайту, електронної комерції та цифрового маркетингу можуть значно розширити аудиторію та покращити репутацію бренду.

Інвестиційна стратегія повинна бути орієнтована на потреби та очікування споживачів. Здатність адаптувати продукцію та послуги до змін у попиті дозволяє підприємству залишатися актуальним та конкурентоспроможним на п'ятому етапі.

Заключним етапом є створення системи аналізу та відстеження результатів. Ефективні інвестиції потребують системи відстеження результатів. Постійний моніторинг витрат та визначення ключових показників ефективності (KPI) допомагають оцінювати вплив інвестицій на бізнес.

В загальному випадку такий підхід доцільно представити графічно у вигляді наступного механізму (рис. 1).

Висновки. Інвестиційний підхід до переосмислення маркетингової стратегії є ключовим чинником успіху у сучасному бізнес-середовищі. Здатність вчасно реагувати на зміни та впроваджувати інноваційні рішення дозволяє підприємству залишатися конкурентоспроможним та успішним у довгостроковій перспективі. Інвестиції дозволяють не лише забезпечити поточні потреби компанії, а й розширити її можливості для подальшого розвитку, а їх вірний розподіл є каталізатором для росту та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Таким чином, інвестиції в маркетинг є стратегічним рушієм, що сприяє довгостроковому успіху підприємства, дозволяючи ефективно адаптуватися до змін у вимогах ринку та споживачів.

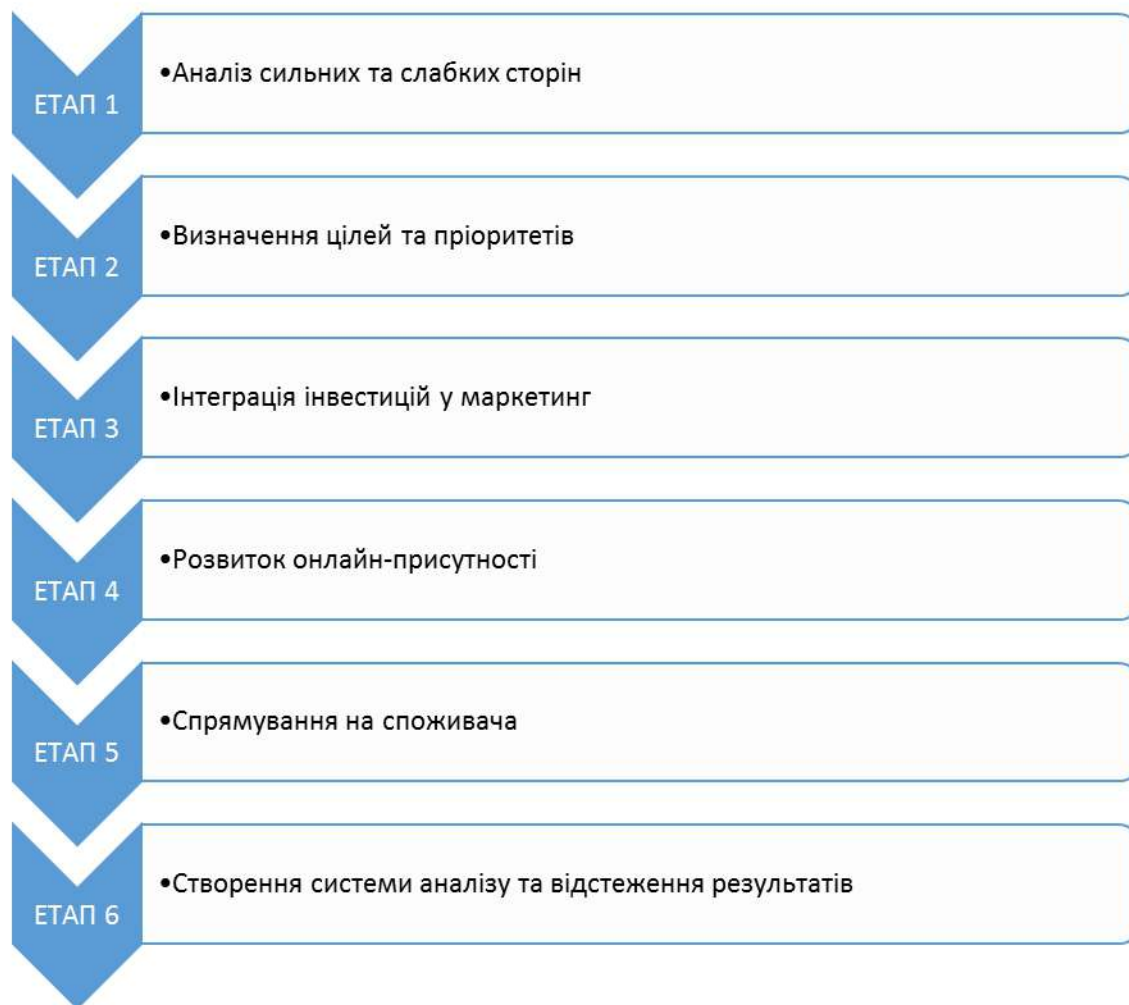


Рисунок 1 – Алгоритм актуалізації маркетингової стратегії підприємства на засадах інвестиційного підходу (авторська розробка за [1-3])

Література:

1. Ліганенко І.В. Маркетингова стратегія в управлінні розвитком підприємства за умови стратегічних змін. Ефективна економіка. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3370> (дата звернення: 10.11.2023).
2. Вовчак О.Д., Кльоба Л.Г. Маркетинг як важливий чинник здійснення інвестицій. URL: https://vlp.com.ua/files/03_24.pdf (дата звернення: 10.11.2023).
3. Крейдич І.Н. Маркетинг як найважливіша складова інвестиційного проєкту. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/4c270dd8-1a45-4796-b768-2a86d63200c5/content> (дата звернення: 10.11.2023).

ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ В ЕКОНОМІЦІ ТА СУСПІЛЬСТВІ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Єсіна Ю.В., Москалюк В.М.

*Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. У статті розглянуто важливі аспекти економічного відновлення України після війни. Запропоновано етапи аналізу та оцінки поточного економічного стану країни. Також проаналізовано перспективи впровадження інновацій у різні галузі економіки.

Ключові слова: інновації, післявоєнний період, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток країни.

Постановка проблеми. Переживаючи війну, Україна стикається із завданням відновлення економіки в післявоєнний період. Ця ситуація потребує глибокого розгляду інноваційних підходів для ефективного відновлення та створення нових можливостей. Акцент на впровадженні інновацій стає ключовим в аспекті вирішення проблем, пов'язаних із економічним відновленням, забезпеченням робочих місць та підвищенням рівня життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день тему відновлення економіки України в післявоєнний період розглядали такі науковці, як І.С. Біла, В.С. Посна, О.О. Шевченко, І.В. Яцкевич, О.С. Телетов, В.А. Омеляненко, І.М. Миценко тощо.

Формування цілей статті. Метою статті є розгляд інноваційних змін в економіці та суспільстві України та визначення перспектив розвитку в післявоєнний період.

Виклад основного матеріалу. Економічне становище України післявоєнного періоду вимагає комплексного підходу до відновлення та перебудови. Зіткнувшись із проблемами руйнування інфраструктури, втратою людських та матеріальних ресурсів, орієнтація країни на відновлення економіки як стратегічного інструменту для виходу з кризи є необхідністю. Цей процес повинен передбачати не тільки відбудови пошкоджених структур, але й впровадження інноваційних підходів, що сприяли б сталому економічному розвитку.

У своїй роботі дослідники Біла І.С., Посна В.С. і Шевченко О.О. зазначили, що «ключовими питаннями для початку повоєнної відбудови економіки є формування урядом комплексних програм відновлення джерел інвестування, чинників соціально-економічного розвитку. Інновації є рушійною силою відбудови економіки. Закордонний досвід демонструє позитивний вплив інноваційного складника на підвищення конкурентоспроможності країни, а його відсутність свідчить про втрату конкурентних позицій» [1].

На думку науковця Яцкевич І.В. «у післявоєнний період інноваційна політика повинна здійснюватися з метою досягнення довгострокових соціально-економічних цілей та завдань відтворення високоякісного основного капіталу шляхом обґрунтування цільового прогнозу науково-технологічного розвитку і застосування комплексної методології розробки державних програм, інвестиційних та інноваційних проєктів, у системній єдності з ринковими економічними механізмами формування сприятливого інноваційного клімату країни та державного стимулювання інвестиційних процесів у різних секторах, з урахуванням потреб ринку та безпеки країни.

У післявоєнний період головною метою державної політики з розвитку інноваційної діяльності є формування економічних умов для виведення на ринок конкурентоспроможної інноваційної продукції на користь реалізації стратегічних державних пріоритетів, з урахуванням специфіки розвитку регіонів та з перспективою реалізації їх на світовому рівні» [2].

Найважливішим кроком у відновленні економіки післявоєнного періоду є проведення комплексного аналізу та оцінки поточного стану, елементи якого наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Етапи аналізу та оцінки поточного економічного стану країни

Етапи аналізу	Зміст
1. Аналіз економічного стану	Ретельне дослідження економічної ситуації, визначення ключових галузей та підприємств, що потребують відновлення
2. Оцінка інфраструктури	Визначення ступеня пошкодження та необхідності відновлення інфраструктури, такої як дороги, електромережі, водопостачання та інші об'єкти
3. Аналіз соціально-економічних наслідків	Врахування впливу конфлікту на населення, ринки праці та соціальні послуги для розробки ефективних стратегій відновлення
4. Оцінка інноваційних можливостей	Визначення перспективних напрямків для впровадження інновацій та нових технологій у відновленні економіки

У своїй науковій роботі митець Телетов О.С. відмітив, «що до першочергових напрямків відновлення соціально-економічного стану країни після збройних конфліктів можна віднести інновації в техніко-економічній, індустріальній, аграрній та науково-освітній діяльності» [3].

Висновки. Відновлення економіки після війни може мати кілька причин та цілей, таких як:

– відновлення інфраструктури: після воєнного конфлікту потрібно відновлювати пошкоджену інфраструктуру та зосередитися на її вдосконаленні для підтримки нових технологій та бізнес-процесів;

– створення нових можливостей: відновлення може бути спрямоване на створення нових можливостей для економічного розвитку, наприклад, через розвиток інноваційних секторів та нових галузей;

– розвиток технологій: впровадження новітніх технологій сприяє ефективності виробництва та конкурентоспроможності;

– підтримка стартапів (створення сприятливого середовища для розвитку стартапів та інноваційних компаній);

– реформи в освіті (забезпечення доступу до сучасної освіти та навчання, спрямованого на інновації, для створення кваліфікованої робочої сили) тощо.

Економічне відновлення після війни, зосереджене на інноваційному розвитку країни, підвищує рівень життя населення, сприяє створенню нових робочих місць та соціальному розвитку, розширюючи можливості та поліпшуючи якість життя громадян.

Література:

1. Біла І.С., Посна В.С., Шевченко О.О. Інноваційний розвиток як чинник повоєнної відбудови економіки України. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*, 8(1), 10-16.

2. Яцкевич І. Інноваційна політика України у післявоєнний період. *Економіка та суспільство*, (39). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-53>.

3. Інноваційні основи відновлення та розвитку країн після збройних конфліктів: інноваційний вимір: колективна монографія / за ред. д.е.н. Омеляненка В.А. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань. 2022. 280 с.

УДК 338.51

ДОСЛІДЖЕННЯ ШЛЯХІВ І МЕТОДІВ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ

Жук А.О.

Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В роботі розглянуто шляхи і методи розв'язання проблеми зниження витрат на підприємстві, що вимагає як урахування наявного досвіду роботи в цьому напрямі успішних організацій, так і власних особливостей, можливостей та умов організації виробничого процесу суб'єкта господарювання.

Ключові слова: витрати, зниження витрат, конкуренція, підприємство, собівартість.

Постановка проблеми. Процес виробництва продукції – найважливіша складова процесу господарювання підприємства, під час організації якої

витрачаються матеріальні, трудові та фінансові ресурси, формується собівартість продукції, що, зрештою, суттєво впливає на фінансовий результат його роботи (валовий прибуток/збиток). Правильна організація обліку витрат на виробництво забезпечує дієвий контроль за ефективним використанням на підприємстві матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, даючи змогу вчасно ухвалювати ефективні рішення щодо вибору оптимального варіанта їх використання.

Собівартість продукції (робіт, послуг) є одним із важливих узагальнюючих показників діяльності фірми (підприємства), що відображають ефективність використання ресурсів; результати впровадження нової техніки та прогресивної технології; удосконалення організації праці, виробництва та управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових праць, присвячених темі зниження витрат, слід відзначити роботи В. Палія, П. Безруких, І. Ламикіна, В. Івашкевича, І. Поклада, М. Врублевського, Л. Нападовської, М. Корінько, Г. Тітаренко, Т. Котенко, Л. Коваленко, Л. Ремньова та ін. [1-3].

Невирішені складові загальної проблеми. Зниження собівартості продукції відображає реальну економію витрат ресурсів на виробництво і реалізацію продукції і ґрунтується на поліпшенні використання основних та оборотних фондів підприємства, на вдосконаленні технології й організації праці та виробництва, підвищенні якості продукції та продуктивності праці.

Для ефективного управління витратами та організації системи їх обліку необхідно дотримуватися певних принципів, які дадуть змогу збільшити привабливість підприємства для кінцевих споживачів порівняно з конкурентами.

Формулювання цілей статті. Дослідити шляхи і методи зниження витрат на виробництво продукції підприємств в умовах конкурентного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Системний підхід до управління витратами. Системний розгляд витрат передбачає вивчення взаємозв'язку різних елементів витрат. У рамках цього методу ефективність управління витрат оцінюється за найслабшим елементом системи.

Єдність методів, що практикуються на різних рівнях управління витратами. Полягає в дотриманні єдності та супідрядності критеріїв ефективності, що використовуються.

Управління витратами на всіх стадіях життєвого циклу продукції. Життєвий цикл продукції містить у собі: процес створення, розроблення, виробництва, експлуатації, обігу та утилізації продукту.

Зіставлення витрат і якості продукції, що випускається. Конкурентоспроможність продукції багато в чому залежить від співвідношення ціни та якості. Оптимальний баланс між якістю продукту і витратами на всіх стадіях життєвого циклу є відображенням грамотного управління витратами на основі досліджень і економічних розрахунків.

На практиці процес формування системи управління витратами безпосередньо пов'язаний з роботами з оптимізації процесу збору даних про витрати. Створення графіка руху документів, розробка інструкцій щодо їх заповнення та інструкцій щодо засобів контролю, регламентація процесу та затвердження термінів складання, передання документів, термінів відображення первинних документів в інформаційній системі та інших заходів, спрямованих на вдосконалення системи документообігу.

Найефективнішим напрямом зниження витрат на виробництво продукції сьогодні є активна інноваційна політика компаній, спрямована на розроблення та впровадження у виробничий процес нових інноваційних технологій, заміна та модернізація застарілого обладнання. Модернізація або заміна обладнання на більш продуктивне передбачає, як правило, зміни і в роботі з персоналом організації, його навчання, в тому числі і роботі на новому обладнанні. Усе це потребує певних інвестиційних вкладень уже на початковому етапі змін. У довгостроковій перспективі саме ці напрями робіт здатні позитивно найістотнішим чином вплинути на величину економічного ефекту та конкурентоспроможність підприємства в галузі та економіці території його функціонування.

Наступним за важливістю напрямом можна назвати ефективне використання матеріальних ресурсів. Рациональність витрат матеріальних ресурсів у виробництві має оцінюватися на кожному етапі виробництва і порівнюватися з кінцевим результатом. Результат виробництва визначається не тільки кількістю і якістю виробленої продукції, а й кількістю і якістю витрачених матеріалів.

Однак реалізація програми скорочення витрат на практиці може зіткнутися з низкою технічних, фінансових і психологічних проблем.

Технічні проблеми пов'язані з упровадженням нового обладнання та технології, зміною виробничих і бізнес-процесів.

Фінансові проблеми пов'язані з тим, що зазвичай підприємство замислюється про зниження витрат, коли фінансові ресурси мінімальні, і тому на реалізацію високовитратних заходів просто немає коштів.

Психологічні проблеми пов'язані з тим, що скорочення витрат неминуче позначається на персоналі і, відповідно, викликає невдоволення і роздратування. Якщо ж скорочення витрат пов'язане з оптимізацією чисельності персоналу, то це тим паче викликає опір з боку персоналу, а іноді й регіональної та муніципальної адміністрації.

Зворотний зв'язок у процесі управління витратами забезпечує функція контролю (моніторингу), яка передбачає порівняння запланованих і фактичних їхніх величин, а за необхідності – коригувальні управлінські дії, спрямовані на приведення фактичних витрат у відповідність до запланованих або уточнення планів, якщо їх не можна виконати через об'єктивну зміну виробничих умов.

Аналіз витрат є значущим елементом функції контролю в системі управління витратами, що передуює управлінським господарським рішенням і діям, обґрунтовує їх можливість і доцільність. Процедури аналізу дають змогу

оцінити ефективність використання всіх ресурсів і виявити резерви їх зниження, підготувати необхідну інформацію для прийняття раціональних управлінських рішень.

Чимало важливий і такий інструмент, як активізація і стимулювання, що передбачає вплив на учасників виробництва і спонукає їх дотримуватися встановлених планом витрат, шукати можливості їх зниження. Таким чином, управління витратами – це динамічний процес, що включає управлінські дії прямого і зворотного зв'язку, метою яких є досягнення високого економічного результату діяльності підприємства, і передбачає виконання великої кількості кроків і процедур (рис. 1).



Рисунок 1 – Типова схема управлінського контролю витрат на підприємстві

Оцінку ефективності моніторингу та системи управління витратами загалом можна здійснювати за допомогою абсолютних і відносних показників оцінки. Для того щоб процес моніторингу був максимально ефективним, необхідно пов'язати його з виробничими підрозділами організації, здійснювати

за встановленими об'єктами аудит і послідовно виконувати організаційні умови.

Висновки. Таким чином, виконані дослідження дають змогу визнати той факт, що процес управління витратами на підприємстві є доволі складним, потребує детального вивчення різних напрямів їх зниження, які підходять саме для конкретного підприємства. Управління витратами – це безперервний процес моніторингу їхнього стану та відхилень, що супроводжується якісним плануванням проекту зниження витрат, залученням надійних джерел фінансування тощо.

Пошук ефективних напрямів розв'язання проблеми зниження витрат на конкретному підприємстві вимагає як урахування наявного досвіду роботи в цьому напрямі успішних організацій, так і власних особливостей, можливостей та умов організації виробничого процесу суб'єкта господарювання.

Література:

1. Корінько М.Д., Титаренко Г.Б. Концептуальні основи управління витратами суб'єктів господарювання в умовах удосконалення ринкових відносин. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 9. С. 126-131.

2. Грещак М.Г., Гордієнко В.М., Коцюба О.С. та ін. *Управління витратами: Навчальний посібник* / За заг. ред. Грещака М.Г. К.: КНЕУ, 2008. 264 с.

3. Давидович І.Є. *Управління витратами: Навчальний посібник*. К.: Центр учбової літератури, 2008. 320с.

УДК 330.322

ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Іваницький І.М.

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. Статтю присвячено дослідженню та практичних рекомендаціям щодо визначення перспективних напрямів розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних промислових підприємств.

Ключові слова: інвестиції, інвестори, механізм, промислове підприємство.

Постановка проблеми. В даний час в умовах все більш широкого розвитку ринкових відносин на підприємствах і в організаціях нашої країни особлива увага приділяється вдосконаленню економічних форм і методів роботи. Перехід до ринкових механізмів поєднується з розвитком приватної ініціативи, підприємництва. Управління існуючими виробничими та невиробничими процесами вимагає від керівників Змінити стиль та принципи підготовки та прийняття рішень. Не всі власники і менеджери в належній мірі підготовлені до ведення бізнесу в рамках цивілізованих загальноприйнятих

правил. Як показує практика, нове керівництво гостро потребує методичної допомоги для вирішення щодня виникаючих практичних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика визначення ефективних напрямів розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних промислових підприємств зустрічається у роботах таких авторів як Гук О.В., Шендерівська Л.П., Мохонько Г.А. [1], Краус Н.М. [2], Мосієвич О.О. [3] та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. З інвестиційною діяльністю стикається будь-яке підприємство, що працює в умовах ринку. Щоб виграти в конкурентній боротьбі, будь-який суб'єкт господарювання змушений постійно спрямовувати (вкладати) кошти (свої або позикові) на закупівлю прогресивних технологій, обладнання та інших матеріальних цінностей. Це необхідно для оновлення, розширення або диверсифікації виробництва з метою задоволення постійно зростаючих потреб покупця. Інвестиції можуть мати різну спрямованість – від вкладення капітальних ресурсів в ремонт фізично і морально застарілого обладнання до покупки підприємств і створення нових виробництв. Перш ніж направити інвестиції в той чи інший напрямок, керівництво і власники підприємства зобов'язані передбачити всі наслідки: ринкові, фінансові, структурні, виробничі. Тому постає гостро проблема визначення перспективних напрямків розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних промислових підприємств.

Формування цілей статті. Метою статті є визначення ефективних та оптимальних шляхів розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційна політика в промисловості повинна бути спрямована на підвищення ефективності вкладень в основний капітал, скорочення терміну їх освоєння, концентрацію коштів на пріоритетних напрямках розвитку промислового виробництва, скорочення незавершеного будівництва. Тому виникає нагальна необхідність збільшення питомої ваги витрат на придбання машин, обладнання та транспортних засобів в загальному обсязі інвестицій в основний капітал до 70%, що дозволить знизити рівень зносу основних засобів.

Основний акцент в інвестуванні повинен бути зроблено на використання власних коштів суб'єкта господарювання, залучення іноземних інвестицій в промислову діяльність на умовах, що забезпечують розміщення значної частки замовлень у вітчизняних промислових організаціях і реінвестування прибутку в вітчизняне виробництво. Зростання обсягів власних коштів буде забезпечено за рахунок поліпшення результатів фінансово-господарської діяльності організацій та надання економічних стимулів до інвестування отриманого прибутку.

Механізми реалізації інвестиційної політики полягають у наступному [1]:

- субсидування конкурентоспроможних виробництв, що освоюють нові і високі технології, що випускають експортоорієнтовану продукцію;
- активізація використання іноземного капіталу, кредитних ресурсів;
- венчурне фінансування, розвиток фондового і ринку цінних паперів, лізингу, проведення приватизації організацій.

З метою активізації інвестиційної діяльності організацій передбачається:

– розширення використання лізингових схем при здійсненні інвестиційних проєктів з модернізації виробництв, в тому числі при реалізації продукції білоруських виробників, верстатів і технологічного обладнання;

– захист інтересів інвесторів, прийняття антимонопольних заходів, розширення можливостей використання застав при здійсненні кредитування, розвиток фінансового лізингу, проведення переоцінки основних засобів відповідно до темпів інфляції;

– створення спільних та іноземних підприємств [2].

У сфері залучення іноземних інвестицій акцентом стане розвиток пріоритетних виробництв («точок зростання»), а також реалізація інвестиційних проєктів, спрямованих на придбання високотехнологічного обладнання, підвищення конкурентоспроможності продукції, розширення виробництва експортоорієнтованих товарів.

Для стимулювання діяльності іноземних інвесторів планується забезпечити:

– створення системи надання повної, актуальної і постійно оновлюваної інформації для інвесторів про можливості та умови інвестування і про зміну інвестиційного клімату(в тому числі створення бази даних інвестиційних проєктів і популяризація реальних успішних прикладів інвестування, пропагування привабливості високотехнологічних секторів білоруської економіки);

– надання можливостей промисловим підприємствам України встановлювати контакти з потенційними партнерами та іноземними інвесторами;

– проведення заходів міжнародного рівня із залучення прямих іноземних інвестицій, у тому числі економічних та інвестиційних форумів, конференцій, семінарів та іншого [3].

Таким чином, напрямками вдосконалення методики оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства повинні стати:

1) удосконалення методології оцінки ефективності інвестицій;

2) розробка форм звітності при реалізації інвестиційних проєктів;

3) створення інформаційно-методичної бази для оцінки економічної ефективності інвестиційного проєкту;

4) удосконалення оцінки інвестиційних проєктів при проведенні комплексної експертизи на підставі сукупності пріоритетних критеріїв;

5) удосконалення системи ідентифікації та кількісного аналізу індивідуальних організаційно-технологічних ризиків інвестиційного проєкту;

6) підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю з урахуванням фактору невизначеності;

7) впровадження системи управління інвестиційними проєктами. Дозволяє поліпшити ефективність і прозорість інвестиційного планування для менеджменту організації на всіх рівнях;

8) розробка інформаційної моделі управління інвестиціями;

9) впровадження системи моніторингу процесів реалізації інвестиційних проєктів.

Висновок. Таким чином, в дослідженні були визначені актуальні та перспективні напрямки розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних

промислових підприємств із залученням внутрішніх та, особливо, зовнішніх джерел фінансування. Також визначенні ефективні напрями вдосконалення методики оцінки ефективності інвестиційної діяльності промислових підприємств у сучасних мінливих умовах господарювання.

Література:

1. Гук О.В., Шендерівська Л.П., Мохонько Г.А. Інвестування інноваційної діяльності: початковий посібник для здобувачів ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2022. 186 с.

2. Краус Н.М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.

3. Мосієвич О.О. Венчурне фінансування в умовах економічних перетворень: дис. ...канд. екон. наук: 08.00.08. Київ, 2020. 246 с.

УДК 330.101.541

ОСОБЛИВОСТІ ТІНЬОВОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ілло Д.С., Тихонюк Д.А.

Наукові керівники: Левченко Я.С., д.е.н., професор,

Бабайлов В.К., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено актуальній проблемі вивчення особливостей тіньової фінансово-економічної діяльності підприємств в сучасних умовах. У дослідженні визначено умови, причини та фінансові наслідки існування тіньових економічних процесів та нові тенденції у розвитку сфери тіньової господарської діяльності.

Ключові слова: тіньова економіка, фінансові наслідки, фінансово-економічна діяльність, тіньові процеси.

Постановка проблеми. Актуальність вивчення особливостей тіньової фінансово-економічної діяльності підприємств в сучасному світі важко переоцінити. Зростання глобалізації, розвиток технологій та економічні трансформації породжують низку серйозних викликів та проблем, пов'язаних з цим явищем. Вивчення цієї проблеми становить ключовий базис для розуміння її важливості та впливу на сучасне суспільство і економіку. В цьому контексті розглянемо актуальність особливостей тіньової фінансово-економічної діяльності підприємств більш детально:

– глобальний характер проблеми – тіньова фінансово-економічна діяльність не обмежується межами однієї країни або регіону, вона стала глобальною проблемою, яка впливає на багато країн та міжнародні відносини;

– фінансова стабільність – тіньова діяльність може стати джерелом фінансової нестабільності, спричиняючи фінансові кризи та загрози для банківської системи.

– втрати бюджетних коштів – недекларована прибутковість призводять до значних втрат бюджетних коштів, які могли б бути використані для соціальних та економічних потреб;

– легітимність та чесна конкуренція – тіньова діяльність порушує принципи чесної конкуренції та завдає шкоди легітимним бізнесам;

– роль нових технологій та криптовалют – розвиток технологій робить контроль та виявлення тіньової діяльності більш важким завданням.

З урахуванням цих аспектів, актуальність вивчення тіньової фінансово-економічної діяльності підприємств є дуже важливим завданням. Ця проблема становить загрозу фінансовій стабільності, економічному розвитку та соціальній справедливості. Детальне вивчення особливостей тіньової діяльності допоможе розробити більш ефективні стратегії боротьби і забезпечити сталість та процвітання сучасних економік.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми сутності, методів та масштабів оцінювання тіньової економіки, а також причини виходу в тінь і шляхи детінізації є центральною у наукових працях багатьох економістів, таких як Ж. Віллард, К. Вільямс, П. Гоміс, П. Гутманн, Р. Делланно, Б. Контіні, К. Маккафі, С. Морріс, В. Патрізі, Е. де Сото та інших. Незважаючи на значні зусилля аналітиків, що працюють над дослідженням проблеми, розвиток тіньової економіки з наукової точки зору до кінця не вивчений, недостатньо розроблений напрямок досліджень, що пов'язаний з виявленням й кількісною оцінкою тіньових процесів, зокрема на рівні підприємств. Підходи, що використовуються на сьогодні, мають, як правило, розрізнений характер і спрямовані на вирішення окремих завдань детінізації економіки.

Формування цілей статті. Метою даної статті є визначення умов, причин та фінансових наслідків існування тіньових економічних процесів.

Виклад основного матеріалу. Сучасний світ стикається з тіньовими економічними процесами, які мають значний вплив на економіку країн та глобальний фінансовий ландшафт. Ці явища виникають в результаті різних умов і причин і мають серйозні фінансові наслідки. Розглянемо умови, причини та фінансові наслідки існування тіньових економічних процесів.

Умови існування тіньових економічних процесів:

– високий рівень оподаткування – один із головних стимулів для тіньових економічних процесів – це високий рівень податків. Коли ставки податків та інших обов'язкових платежів є високими, підприємства та особи можуть шукати способи уникнення цих платежів;

– податкові парафії та офшори – країни з низькими податковими ставками та великою ступенем фінансової конфіденційності стають ідеальними місцями для тіньових фінансових операцій. Використання податкових парафій та офшорів дозволяє уникнути оподаткування та забезпечити анонімність;

– відсутність адекватного фінансового регулювання – наявність слабого або недостатньо ефективного фінансового регулювання може сприяти розвитку тіньових економічних процесів. Відсутність контролю дозволяє підприємствам та особам здійснювати фінансові операції в обхід закону.

Причини існування тіньових економічних процесів:

– потреба в зменшенні фінансового тиску – бізнеси та особи шукають способи зниження фінансового тиску, пов'язаного з оподаткуванням та іншими платежами;

– боротьба з регулюванням – підприємства намагаються уникнути обмежень та обов'язкових стандартів, що накладаються фінансовим регулюванням;

– корупція – сприяє існуванню тіньових економічних процесів, оскільки особи та підприємства можуть використовувати платіжні схеми для незаконних угод.

Фінансові наслідки тіньових економічних процесів:

– втрати для бюджетів країн – оподаткування та інші фінансові платежі несправедливо уникаються, що створює значні втрати для бюджетів країн;

– фінансова нестабільність – тіньові фінансові операції можуть стати джерелом фінансової нестабільності, спричиняючи фінансові кризи та зміну валютних курсів;

– загроза національній безпеці – тіньова фінансова діяльність може використовуватися для фінансування тероризму, організованої злочинності та інших загроз національній безпеці.

На жаль, слід констатувати, що ті заходи, що було вжито державою останнім часом щодо виводу тіньових економічних процесів у легальну сферу не були достатньо дієвими, не носили системного, комплексного характеру. З'явилися і поширюються нові тенденції у розвитку сфери тіньової господарської діяльності: тіньові економічні процеси стають невід'ємною складовою частиною господарського комплексу держави; розвиваються зв'язки тіньового господарського сектору України з господарськими структурами інших країн; організаційні структури, які працюють у тіньовій сфері, дедалі наполегливіше просуваються до політичної влади на основі закріплення своїх представників в органах законодавчої та виконавчої влади; тіньові капітали для розвитку та захисту своїх інтересів частіше застосовують злочинні та терористичні формування.

Висновки. Здійснений аналіз засвідчує наявність тіньового сектору практично в усіх сферах економічної діяльності. Незважаючи на певне оздоровлення ситуації у промисловості країни, великий обсяг тіньового обігу на промислових підприємствах є невід'ємною об'єктивною дійсністю.

Література:

1. Подмазко О.М. Вплив тіньової економіки на загрози економічній безпеці країни. *Економіка: реалії часу*. № 4 (14). 2014. С. 142-151.

2. Україна посідає третє місце в рейтингу країн із найбільшим обсягом тіньової економіки – дослідження. URL: <http://gordonua.com/ukr/news/politics/>

УДК 339.13

РОЗВИТОК ПОНЯТТЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Кононихін О.С.

*Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. В роботі було розглянуто теоретичні аспекти підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства, зокрема розглянуто основні елементи комплексу маркетингу, сутність і необхідність комплексу маркетингу організації роздрібною торгівлі.

Ключові слова: маркетинг, роздрібна торгівля, маркетинг-мікс, комплексу маркетингу, модель.

Постановка проблеми. Український ринок товарів активно розвивається, організації стикаються з активною конкуренцією і динамічною зміною споживчих переваг. Недостатня увага до маркетингової діяльності з боку середнього і малого бізнесу у сфері роздрібних продажів товарами, призводить до зниження конкурентоспроможності. Таким чином, організації роздрібних продажів стають уразливими в конкурентній боротьбі з великими мережевими компаніями. У зв'язку з чим виникає проблема пошуку нових підходів до залучення покупців, розширення асортименту товарів і надання супутніх послуг для отримання конкурентної переваги. Дослідження дають змогу отримувати необхідну інформацію про клієнта для підвищення актуальності та якості послуг, що надаються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, які стосуються сфери маркетингу в роздрібній торгівлі, присвячено багато праць закордонних та вітчизняних вчених, а саме: І. Ансофф, Д. Аакера, Ю. Адлера, В. Апопія, І. Бланка, А. Бояршинова, Б. Бермана, М. Бітнера, Д. Брауна, Б. Бумса, Ю. Васіна, Н. Гросул, М. Димшиця, В. Заруба, А. Мазаракі, В. Марченка, Л. Шинкарука, Д. Гілберта, Дж. Гітомера, Дж. Еванса, П. Каллена, Т. Кента, Е. Ньюмена, О. Омара, Ф. Райхельда, Т. Тіла та інших [1].

Невирішені складові загальної проблеми. Формування ефективної системи взаємодії з покупцем на ринку є однією з найбільш значущих сфер розвитку маркетингової діяльності організацій роздрібною торгівлі на сьогоднішній день. Розвиток комплексу маркетингу допомагає компанії ефективніше діяти на ринку, задіюючи максимально можливу кількість важелів впливу на цільову аудиторію.

Формулювання цілей статті. Ціллю дослідження є розгляд поняття комплексу маркетингу у сфері роздрібною торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для забезпечення ефективної торговельної діяльності підприємству необхідно визначитися з моделлю комплексу маркетингу, оптимізувати його складові. Комплекс маркетингу або маркетинг-мікс (marketing-mix) – це набір змінних чинників торгового маркетингу, що піддаються контролю, сукупність яких торговельне підприємство використовує в «прагненні викликати бажану відповідну реакцію з боку цільового ринку».

Нині розроблено досить багато різних маркетингових моделей, які можна розділити на дві групи:

- 1) класичні, традиційні моделі,
- 2) розширені моделі.

Як традиційну модель розглянемо модель «4Р».

Термін Marketing Mix («маркетинг-мікс» або «комплекс маркетингу») уперше був використаний Нейлом Борденом у президентському зверненні до Американської маркетингової асоціації. Борден використовував роботи Джеймса Каллітона, в яких фахівця з маркетингу було описано як людину, що комбінує у своїй роботі різні елементи. Пізніше Нейл Борден у 1964 році представив його у своїй статті The Concept of the Marketing Mix, а Джером Маккарті у 1960-х запропонував концепцію «4Р» [2]. Комплекс базовою моделлю «4Р» представлений на рисунку 1. Дана концепція об'єднує 4 елементи (product, place, price, promotion).

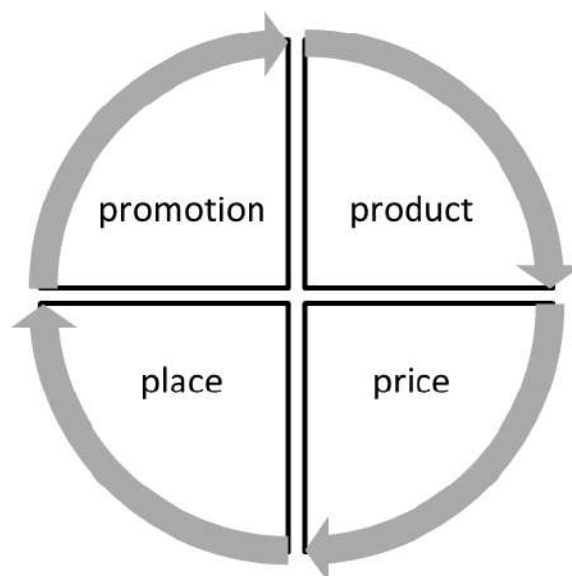


Рисунок 1 – Елементи базового комплексу маркетингу

Концепція маркетинг-мікс за Маккарті складається з набору маркетингових інструментів, що складають комплекс маркетингу: маркетингова політика (product), збутова політика (place), цінова політика (price), комунікаційна політика або політика просування (promotion).

У рамках класичної моделі «4Р» виокремлено набір змінних чинників маркетингу: «Продукт», «Ціна», «Місце продажу», «Просування», врахування цих чинників, вплив на них, маніпуляція ними дає змогу в остаточному

підсумку торговельному підприємству викликати бажану відповідну реакцію з боку ринку.

Ціна (Price) як елемент комплексу маркетингу торговельного підприємства – це сума, яку покупці платять за товар. Формування ціни, ціноутворення, знижки та цінові стратегії – це і формує маркетингові варіанти взаємодії з покупцями.

Місце (Place) як елемент комплексу маркетингу торговельного підприємства – це не торговельна зала, а діяльність із розміщення, у результаті якої товари стають доступними для споживачів. Це канали збуту, логістика, дистрибуція, мерчендайзинг.

Просування (Promotion) як елемент комплексу маркетингу торговельного підприємства – це всяляка діяльність торговельного підприємства, спрямована на комунікаційний вплив на цільовий сегмент споживачів про переваги товарів або послуг, на переконання придбати саме цей продукт. Для цього використовують різні канали маркетингового просування: реклама, особисті продажі, виставки, презентації, промо-акції, прямий маркетинг, інтернет-маркетинг.

У 1981 році Б. Бумс і Дж. Бітнер, розробляючи концепцію маркетингу у сфері послуг, доповнили традиційний маркетинг-мікс трьома додатковими «Р» – модель «7Р» (подана на рисунку 2) [3].

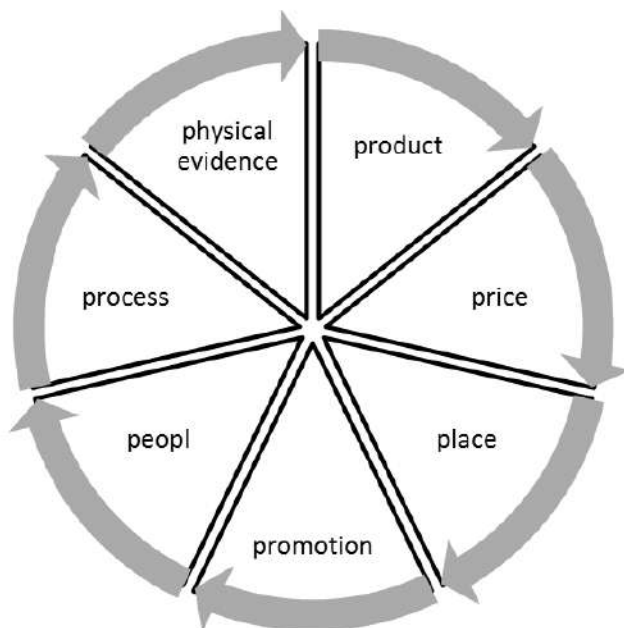


Рисунок 2 – Розвиток комплексу до «7Р»

Таким чином, класична модель розширилася за рахунок таких елементів:

– люди (People) як елемент комплексу маркетингу торговельного підприємства – це люди, прямо або побічно залучені в процес надання послуги, наприклад, співробітники або інші клієнти.

– процес (Process) як елемент комплексу маркетингу торговельного підприємства – це послідовність дій, що забезпечує надання послуги.

– фізичне оточення (Physical Evidence) як елемент комплексу маркетингу торговельного підприємства – це середовище, у якому надається послуга, а також матеріальні предмети, що допомагають просуванню та наданню послуги.

Висновки. Можна зазначити, що всі три додаткові компоненти маркетинг-міксу належать до внутрішніх чинників маркетингового середовища торговельного підприємства, а не до його зовнішніх характеристик, як перші чотири частини класичної моделі.

Таким чином, модель 4Р більш орієнтована на закони торгівлі, а модель 7Р – на споживача та його потреби.

Було вивчено теоретичні аспекти підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства, зокрема розглянуто основні елементи комплексу маркетингу, сутність і необхідність комплексу маркетингу організації роздрібно торгівлі.

Література:

1. Заруба В.Я., Парфентенко І.А. *Маркетинг роздрібно торгівлі. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей.* Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 106 с.

2. Borden Neil H. *The Concept of the Marketing Mix.* Wiley, 1965. 12 p.

3. Booms B.H. and Bitner M.J. *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms.* In: *Marketing of Services*, American Marketing Association. Chicago, 1981. 47-51.

УДК330.33

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Коханець В.О.

Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В роботі встановлено, що метою інвестиційної політики підприємства є підтримання його нормальної діяльності в складних економічних умовах, забезпечення високих темпів його розвитку, досягнення фінансової стійкості та збільшення його ринкової вартості. Запропоновано процес формування інвестиційної політики.

Ключові слова: інвестиційна політика, інвестування, зовнішні чинники, внутрішні чинники, підприємство.

Постановка проблеми. Існування та ефективна діяльність підприємства в сучасних умовах нереальна без добре налагодженого управління його капіталом, тобто основними видами фінансових коштів (інвестиційних ресурсів) у формі матеріальних і грошових коштів, різних видів фінансових інструментів. Капітал підприємства є, з одного боку, джерелом, а з іншого, результатом діяльності підприємства. Можна стверджувати, що саме процес інвестування задає підприємству ритм існування на період до початку реалізації нового інвестиційного проекту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Національна економіка та питання інвестування окремих підприємств завжди були в центрі уваги економістів. Основні принципи формування та реалізації інвестиційної політики розроблено у працях відомих економістів, зокрема: Т. Гавриленко, Б. Губського, М. Денисенко, А. Дуки, Т. Затонацької, С. Захаріна, І. Ігнат'євої, Дж. Кейнса, П. Курмаєва, О. Паливоди, О. Поважного, С. Поважного, М. Портера, П. Самуельсона, Р. Харрода, та інших [1-3].

Невирішені складові загальної проблеми. Останнім часом дедалі більшого значення надається інвестиціям, як джерелу додаткового доходу. І одним із найважливіших етапів у цьому процесі є вибір об'єкта, у який буде вкладено інвестиційні ресурси. Вибір має бути зваженим і обґрунтованим. З цією метою формують відповідну інвестиційну політику.

Своєю чергою, формування інвестиційної політики – необхідна умова досягнення тривалого та сталого розвитку компанії. Високий рівень інвестиційної привабливості не тільки дає змогу полегшити доступ компанії до різних ресурсів, а й забезпечує надійний захист інтересів компанії в зовнішньому середовищі, впливає на обґрунтованість ухвалення рішень у сфері менеджменту.

Формулювання цілей статті. Ціллю дослідження є розробка процесу формування інвестиційної політики, що допоможе отримувати додаткові кошти підприємству для досягнення своїх цілей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо інвестор бачить, що економіка компанії стабільна, він вкладатиме гроші. Фінансову стійкість визначає, наприклад, відсутність кредитів. Чим їх менше, тим вищий показник. Ліквідним вважають підприємство, обсяг боргових зобов'язань якого нижче 50% від активів.

Аналіз фінансового стану включає рентабельність. Чим більший прибуток порівняно з вкладеннями, тим вищий цей поріг. Величину вимірюють у відсотках.

Для цього вивчають продуктивність праці. Чим більш автоматизований процес, тим вища рентабельність. Технічне оснащення виробництва і модернізації обладнання також підлягають дослідженню. Обчислюють фондівдачу – обсяг випущеного товару пропорційно вартості фондів підприємства.

Перш ніж інвестувати, необхідно переконатися, що керівник розуміє бізнес компанії, її продукти або послуги. Необхідно дізнатися, заробляє компанія гроші чи зазнає збитків. Якщо компанія може в певний період часу зазнавати збитків, то це не означає, що її доходи не зростатимуть.

Визначимо, що робить компанію привабливою для інвестування. Те, як компанія управляє своїми грошима, багато що говорить про те, як вона протистоятиме фондовому ринку. Важливо розуміти, як компанія реагує на глобальні зміни або несподівані події.

Інвестиційна діяльність підприємства багато в чому залежить від довгострокових цілей його розвитку, тому вона повинна відповідати

розробленій інвестиційній політиці, що формується у вигляді самостійного блоку загальної економічної стратегії підприємства.

Згодом потрібно буде регулярно аналізувати роботу, щоб виявляти й усувати слабкі місця інвестиційної політики.

Метою інвестиційної політики підприємства є підтримання його нормальної діяльності в складних економічних умовах, забезпечення високих темпів його розвитку, досягнення фінансової стійкості та збільшення його ринкової вартості.

Процес формування інвестиційної політики представлено на рис. 1.



Рисунок 1 – Формування інвестиційної політики підприємства

Саме реалізація такої стратегії розвитку потрібна для успішного ведення господарської діяльності, тим паче з огляду на проблемні становища, які існують у всіх сферах на сьогоднішній день.

Висновки. Можна виокремити такі етапи розробки загальної інвестиційної політики підприємства:

- аналіз інвестиційної діяльності підприємства в ретроспективі (у попередньому періоді) з метою всебічної оцінки внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства та ефективності його інвестиційної діяльності шляхом дослідження загального її обсягу, співвідношення окремих її напрямів, рівня диверсифікації тощо;

- аналіз зовнішнього інвестиційного середовища, що включає вивчення правових умов здійснення інвестиційної діяльності, кон'юнктури інвестиційного ринку, а також здійснення прогнозів кон'юнктури ринку за допомогою стратегічного, технічного та фундаментального аналізів;

- врахування в інвестиційній політиці стратегічних цілей розвитку підприємства, що передбачає визначення цілей корпоративної та фінансової стратегій підприємства, які потребують інвестиційної підтримки;
- взаємоув'язка та узгодженість основних напрямів інвестиційної політики підприємства.

Продумана, грамотно розроблена інвестиційна політика підприємства допомагає власнику отримувати додаткові кошти для досягнення своїх цілей.

Література:

1. Селіверстова Л.С. Стратегічне управління інвестиційною політикою підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. №11. С. 166-172
2. Голубєв Д.І. Етапи розробки інвестиційної політики підприємства. *Економічна наука*. 2019. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2019/23 (дата звернення: 12.11.2023).
3. Череп А.В., Чеховська В.С. Формування інвестиційної політики в умовах глобалізаційних викликів. *Економічний простір*, вип. 150. 2019. С. 30-35. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-5>. (дата звернення: 8.11.2023).

УДК 330.1

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Манченко В.О.

*Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. В сучасних непростих умовах господарювання використання ефективної цінової політики є найважливішою умовою плідного функціонування підприємства, що дозволяє не лише забезпечити стабільне отримання прибутку, але і задоволення попиту споживачів з урахуванням тих можливостей, які вони мають в розпорядженні в сучасних умовах.

Ключові слова: Цінова політика підприємства, інфляція, індекси споживчих цін, споживчий кошик.

Постановка проблеми. Ціни і ціноутворення є ключовими елементами ринкової економіки. Для підприємства саме від обґрунтованого визначення цін на товари і послуги у рамках процесу реалізації короткострокової фінансової політики залежать стратегічні і тактичні цілі, що досягаються ним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У своїх дослідженнях багато вчених, зокрема В. Герасименко, М. Грещак, С. Дугіна, Ю. Коваленко, І. Ліпсід та інші вказують, що ціна – це основна категорія ринку. Усі поняття, що становлять основу товарних ринків, акумулюються в цінах на товар і складають їх суть. У ціні товару виражається нужда в ньому, потреба, запит, доцільність обміну і здійснення угоди [1].

Формулювання цілей статті. Основною метою є аналіз системи

ціноутворення, цінової політики і стратегії підприємства в сучасних умовах зниження доходів населення, погіршення показників споживчого кошику, зниження рівня життя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ціна як зовнішнє відображення вартісних пропорцій продукції (послуг) що виготовляється, скоректоване залежно від цілей організації і ринкової кон'юнктури, виконує наступні функції, що мають практичну цінність для короткострокової фінансової політики підприємства і цінової політики у тому числі:

- інформаційну – надання інформації для усіх зацікавлених суб'єктів, що приймають рішення на підставі ціни;
- стимулюючу – раціональне використання можливостей виробництва, працівників, ресурсів усіх видів, оцінка і впровадження новацій;
- розподільну – формування пропорцій між витратами і прибутком для окремого підприємства і попиту і пропозиції для ринку в цілому;
- облікову – документальне (прейскурантне) відображення необхідних витрат усіх видів на випуск і реалізацію продукції [2].

Цінова політика є частиною короткострокової фінансової політики підприємства і може бути визначена як політика, яка за допомогою визначення принципів та методів дозволяє підприємству сформувати найбільш сприятливу ціну в цілях підтримки конкурентних позицій на ринку і можливості їх підвищення.

Сучасні проблеми ціноутворення і цінової політики підприємств головним чином зосереджені на параметрах інфляції і інфляційних очікувань.

Незважаючи на поліпшення деяких значень цих показників, економічна ситуація в країні залишається нестабільною, що вносить корективи в роботу менеджерів відповідальних за розробку короткострокової фінансової політики. Без урахування цього найважливішого чинника неможливо обґрунтувати і застосувати ефективні пропозиції по розвитку підприємства, підвищенню його конкурентних переваг, розширенню клієнтської бази.

Одним зі значимих показників, що характеризують інфляційні процеси є індекс споживчих цін (ІСЦ) [3].

На даний час індекс споживчих цін зменшився в порівнянні з попередніми періодами, що свідчить про позитивну тенденцію і про те, що типовий кошик товарів і послуг знизився в ціні. Проте в сучасних непростих економічних умовах рівень життя деяких категорій громадян знижується, зростають інфляційні очікування населення.

Цінова політика підприємства повинна спиратися на дослідження ринків, споживчих переваг, споживчого кошику, а також повинна розроблятися з урахуванням економічних можливостей населення.

Нині в споживчий кошик входить:

- продукти харчування: хліб, крупи, картопля, фрукти і овочі, м'ясо, риба, молоко і т. д. Потрібно відмітити, що в Україні доля витрат саме на продукти харчування в сім'ях дуже велика і може скласти надалі 50% і більше від загальних сімейних витрат;

– непродовольчі товари – одяг, взуття, білизна, ліки [4].

Проте існує величезна проблема, пов'язана із споживчим кошиком. Він мізерний асортиментом товарів і послуг, розрахунок і формування давно застаріли, вартість споживчого кошику не відповідає мінімальному заробітку громадян країни.

В таких умовах система ціноутворення багатьох підприємств часто виявляється недостатньо ефективною. Можна позначити наступні помилки системи формування цін на підприємстві: недостатність гнучкості пристосування до проявів ринкової ситуації; надмірна орієнтація на собівартість продукції; відсутній облік показників прожиткового мінімуму, споживчого кошику і споживчих переваг у формуванні доступних цін для споживачів. Це призводить до падіння виручки підприємства і негативно відбивається на його фінансовому стані.

Зміст цілеспрямованої цінової політики полягає в призначенні цін на товари і управління ними в межах допустимого цінового діапазону, щоб були можливими: підвищення фінансового благополуччя підприємства на ринку, завоювання нових ринків збуту, забезпечення конкурентоспроможності продукції за ціновими параметрами і наміченим рівнем прибутку. Ціни сьогодні повинні визначатися не лише величиною витрат на виготовлення товару, рівень цін багато в чому повинен враховувати психологічне сприйняття покупцем і можливу подальшу поведінку при зіставленні параметрів ціна/цінність.

Найбільш ефективна така цінова політика, яка не лише служить інструментом загальної ринкової політики підприємства, але і спрямована на облік усіх можливих вимог потенційних споживачів з точки зору формування і застосування ціни. На перше місце в цьому випадку виходить оцінка корисності продукту і умов його споживання.

На наш погляд, при розробці цінової політики підприємства в сучасних умовах господарювання необхідно спиратися на методи з орієнтацією на попит: головним орієнтиром в цьому методі є споживач, його споживчі очікування і можливості при обліку усіх можливостей психології цін.

Висновки. Таким чином, формування ефективної цінової політики підприємства як частини короткострокової фінансової політики, повинні забезпечити не лише поточне виживання організації, максимізацію поточного і майбутнього прибутку, завоювання лідерства на ринку але і враховувати економічну ситуацію в країні, її вплив на цінову політику, а також можливості громадян купувати продукцію. Грамотне ціноутворення – найважливіша умова підвищення ефективності діяльності підприємства і дієвий механізм, що дозволяє при обґрунтованому застосуванні підвищити рівень життя громадян в державі, якісно поліпшити споживчий кошик населення.

Література:

1. Данилко В.К., Кушніренко О.М., Марченко К.С. *Управління витратами: навч. посіб.* Київ: Каравела, 2018. 216 с.
2. Гетьман О.О., Шаповал В.М. *Економіка підприємства: навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2019. 488 с.

3. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2020. 415 с.

4. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І. Економіка підприємства навч. посіб. Львів: Сполох, 2019. 530 с.

УДК 339.138

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

Марченко Д.О.

Науковий керівник: Токар І.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Стаття присвячена розгляду сучасних напрямків інтернет-маркетингу для українських компаній. Охарактеризовано процеси цифрових трансформацій як додаткової умови для розвитку маркетингової діяльності підприємств та підвищення її ефективності в онлайн-площині. Наголошено на можливості здійснення купівлі-продажу товарів як онлайн, так і офлайн, що створює додатковий потенціал для формування як фізичних, так і цифрових каналів комунікацій зі споживачами.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, цифровий маркетинг, цифровізація, онлайн канали, комунікації.

Постановка проблеми. Розвиток високих технологій, який виступає сьогодні світовою тенденцією, сприяв цифровізації переважно всіх сфер життєдіяльності та став ключовим драйвером зростання ВВП, сформувавши інформаційне суспільство та цифрову економіку. В свою чергу такі трансформації змінили механізми ведення бізнесу, мотивуючи перехід ділової активності у сферу он-лайн та стимулюючи розвиток електронного ринку, для якого характерні специфічні способи отримання інформації та комунікації в суспільстві, а також формування споживацьких смаків (наприклад, веб-сайти, соціальні мережі, маркетплейси, та інші).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань цифрового маркетингу та його використання підприємствами присвячено значну кількість наукових праць. Різні аспекти цієї сфери розглядали в своїх роботах вітчизняні і зарубіжні вчені, такі як С.І. Гриценко, О.В. Зозульов, С.М. Ілляшенко, І.Л. Литовченко, О.О. Марчук, М.А. Окландер, О.О. Романенко, В.В. Рубан, Д.В. Яцюк та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. З кожним роком споживачі більш критично та з меншою довірою ставляться до традиційних каналів просування. Тому необхідно застосовувати нові формати комунікацій, в цьому плані інструменти інтернет-маркетингу є новим напрямом, який ще може зацікавити аудиторію. Основна проблема інтернет-маркетингу полягає в тому, що певні аспекти теми вивчені не повною мірою і проведення дослідження спрямоване на усунення цих прогалин.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження сучасних тенденцій розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрових трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати досліджень дозволили констатувати, що процеси цифрових трансформацій (завдяки запровадженню відповідних технологій) створили додаткові умови для розвитку маркетингової діяльності підприємств та підвищення її ефективності. Серед основних передумов таких процесів, які необхідно враховувати при формуванні маркетингової стратегії, слід відзначити такі:

- розвиток мережі Інтернет як в Україні, так і у світі в цілому, яка продовжує поширення, збільшуючи частку користувачів та перетнувши позначку 70%. Така динаміка сприяє зростанню її доступності для населення, формуванню інформаційного суспільства, стимулює підприємства до запровадження цифрових технологій, в тому числі і в сфері маркетингу, та розвитку інтернет-бізнесу;

- підвищення кількості користувачів мобільними пристроями в країні та часу, який вони знаходяться в мережі, а також абонентів мобільного зв'язку, що цілком відповідає загальносвітовим тенденціям. Так, у 1 кварталі 2021 р. їх чисельність зросла на 2,5% до 5,27 млрд. осіб (в порівнянні з аналогічним періодом 2020 р.), а близько 53% усіх запитів в Інтернеті здійснюється з мобільних приладів (з комп'ютерів – близько 44%) [1];

- зростання зацікавленості користувачів у різноманітних додатках, які використовуються переважно у всіх сферах сучасного життя, що сприяє залученню споживачів і підвищенню ефективності роботи підприємств;

- збільшення активності користувачів соціальних мереж, загальносвітова аудиторія яких зросла у першому кварталі 2021 р. на 13% до 4,33 млрд. (в порівнянні з аналогічним періодом минулого року), а середня кількість часу, який витрачається в соціальних мережах та месенджерах, складає 2 години 22 хвилини за добу [1]. При цьому, використовуючи результати дослідження [2] зазначимо, що за даними 2021 р., до п'ятірки найпопулярніших платформ входять Google, YouTube; Facebook; Wikipedia; Yahoo.

Також в роботі [3] авторами було акцентовано увагу на тому, що трансформаційні процеси стимулювали запровадження новацій, змінивши підходи до організації та управління маркетинговою діяльністю, стимулюють її розвиток на цифрових засадах. Це уможливило здійснення купівлі-продажу товарів як онлайн, так і офлайн, а також створило додатковий потенціал для формування як фізичних, так і цифрових каналів комунікацій зі споживачами.

Основними інструментами інтернет-маркетингу є [4]:

- сайт компанії, функціями якого є надання споживачу інформації, підтримання контактів із клієнтами, збільшення продажів;

- активність у пошукових системах, діяльність у яких поділяється на два компоненти – платний маркетинг та пошукова оптимізація сайту;

- e-mail маркетинг, який передбачає особисте звернення до цільових груп з індивідуальними пропозиціями;

– соціальний медіа маркетинг, що передбачає взаємодію з користувачами в соціальних мережах;

– маркетинг через партнерські програми, коли компанія-партнер пропонує послуги або товари інших компаній на основі комісії.

Висновки. Отже, хоча сьогоднішньою світовою тенденцією є активний розвиток електронної торгівлі, національні підприємства поки що слабо представлені у цифровому просторі, що може бути зумовлено відсутністю фахівців відповідної кваліфікації на підприємствах та небажанням купувати такі послуги у фахівців-професіоналів. Таке бажання «зеконотити» є не зовсім раціональним, бо зрештою призведе до згортання виробництва через відсутність продажів. Підготовка великої кількості фахівців з цифрового маркетингу та використання їхньої роботи на українських підприємствах є нагальною необхідністю сьогоднішніх реалій української економіки, щоб розширити свої економічні можливості та йти разом із поступом нової цифрової економіки.

Література:

1. OS, Search Engine... – StatCounter. URL: <https://gs.statcounter.com> (дата звернення 12.11.2023).

2. Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users> (дата звернення: 12.11.2023).

3. Неміш Ю.В. Сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрових трансформацій. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-48>.

4. Повна С., Олифіренко Ю. Електронна комерція та цифровий маркетинг у розвитку національних підприємств. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2022. №2(30). С. 64-73. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-2\(30\)-64-73](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-2(30)-64-73).

УДК 330.111

СИСТЕМА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Муха М.М., Безсонов В.Є.

Наукові керівники: Кудрявцев В.М., к.е.н., доцент,

Деділова Т.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Ця стаття розглядає систему соціально-економічної безпеки підприємства, акцентуючи на її ключових аспектах та стратегіях впровадження. Основна увага приділяється комплексному підходу до управління різними видами ризиків, включаючи фінансові, кібернетичні, екологічні та соціальні, які є важливими для підтримання стабільності та розвитку підприємства. Стаття аналізує також важливість адаптивності та інноваційних підходів у відповіді на зміни у сучасному бізнес-середовищі,

надаючи рекомендації для підвищення ефективності системи безпеки на підприємствах.

Ключові слова: безпека, соціально-економічна система, бізнес-середовище, стратегія.

Постановка проблеми. У сучасному динамічному бізнес-середовищі, соціально-економічна безпека підприємств виходить на передній план як ключовий фактор сталого розвитку та успішного функціонування. Система соціально-економічної безпеки є комплексною концепцією, яка охоплює широкий спектр аспектів – від фінансової стабільності до соціальної відповідальності та корпоративної культури. Вона забезпечує не тільки захист від зовнішніх та внутрішніх загроз, але й створює умови для ефективної роботи, інноваційного розвитку та підтримки довіри з боку споживачів і бізнес-партнерів.

Значення цієї проблематики полягає у розумінні, що в умовах постійно змінюваного економічного ландшафту, ризики та виклики, які стоять перед бізнесом, стають все більш складними та непередбачуваними. Відповідно, розробка та імплементація ефективної системи соціально-економічної безпеки стає не просто важливою, а часто й вирішальною умовою для виживання та процвітання підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Проблемі теоретико-методологічних та прикладних положень економічної безпеки підприємства присвячено багато праць вітчизняних вчених, таких як О.В. Ілляшенко, Г.В. Козаченко, М.І. Копитко, О.М. Ляшенко, Є.І. Овчаренко, В.М. Пономарьов, О.А. Сороківська, В.І. Франчук, І.Б. Хома, та інших. Аналіз праць зазначених науковців дозволяє оцінити сучасний стан та тенденції у сфері соціально-економічної безпеки підприємств, виокремити ключові виклики та можливості, а також сформулювати рекомендації для подальшого розвитку та вдосконалення цієї системи.

Формування цілей статті. Метою даної статті є детальний аналіз та систематизації ключових компонентів соціально-економічної безпеки підприємства, з акцентом на стратегіях, необхідних для забезпечення їх ефективності та стійкості.

Виклад основного матеріалу. Соціально-економічна безпека підприємства – це комплексна концепція, яка включає в себе стратегії та заходи, спрямовані на забезпечення стабільності та захисту підприємства від різноманітних внутрішніх та зовнішніх ризиків. Ця концепція охоплює не тільки фінансові аспекти, але й соціальні, економічні, технологічні та екологічні фактори, які можуть вплинути на діяльність підприємства.

Система соціально-економічної безпеки підприємства включає в себе ряд ключових елементів, кожен з яких є важливим для забезпечення стабільності та ефективної роботи організації. Наведемо основні елементи:

1. Фінансова безпека:

– Управління ризиками. Важливою складовою фінансової безпеки є ідентифікація та управління фінансовими ризиками.

– Бюджетування та фінансове планування. Розробка ефективних бюджетних стратегій та довгострокове фінансове планування допомагають підприємству залишатися фінансово стабільним і гнучким.

2. Захист інформаційних ресурсів:

– Кібербезпека. З огляду на зростаючу цифровізацію, захист інформаційних систем від кібератак стає ключовим аспектом безпеки будь-якого підприємства.

– Конфіденційність даних. Забезпечення конфіденційності корпоративних даних, включаючи персональні дані співробітників та споживачів.

3. Захист фізичних активів.

– Безпека об'єктів. Важливість забезпечення фізичної безпеки об'єктів підприємства, включаючи офісні приміщення, виробничі потужності та склади.

– Управління матеріальними ресурсами. Ефективне управління матеріальними ресурсами та запасами.

4. Соціальна безпека.

– Безпека та здоров'я на робочому місці. Забезпечення безпеки робочого місця та здоров'я співробітників.

– Корпоративна культура та етика. Розвиток позитивної корпоративної культури та етичних стандартів.

5. Екологічна безпека.

– Стійке використання ресурсів. Зосередження на екологічно стійкому використанні ресурсів та мінімізації негативного впливу на довкілля.

– Екологічні стандарти. Впровадження та дотримання екологічних стандартів і норм.

Кожен з цих елементів відіграє важливу роль у створенні міцної та ефективної системи соціально-економічної безпеки підприємства. Інтеграція цих аспектів у єдину систему дозволяє підприємству не тільки захищати свої інтереси та активи, але й сприяє сталому розвитку та довгостроковому успіху.

Економічна безпека підприємства є критичним аспектом, що вимагає постійної уваги та удосконалення. Наведемо ключові рекомендації, які можуть допомогти підвищити рівень економічної безпеки:

1. Посилення фінансового аналізу та управління ризиками: глибокий фінансовий аналіз; ефективне управління ризиками.

2. Зміцнення кібербезпеки: оновлення систем безпеки; навчання персоналу.

3. Оптимізація виробничих та операційних процесів: автоматизація процесів; лінійність постачання.

4. Розвиток корпоративної культури та етики: етичні стандарти; залучення співробітників.

5. Постійний моніторинг та оновлення стратегій: аналіз зовнішнього середовища; гнучкість стратегій.

Вдосконалення економічної безпеки підприємства вимагає постійної уваги, адаптації до змін та інвестицій у ключові аспекти діяльності.

Висновки. Ефективна система соціально-економічної безпеки підприємства вимагає комплексного підходу, що охоплює фінансову стабільність, захист інформації, фізичних активів, а також соціальну відповідальність. Постійне оновлення стратегій безпеки, залучення співробітників, та інтеграція інноваційних технологій є важливими для забезпечення ефективної економічної безпеки у сучасному динамічному бізнес-середовищі.

Література:

1. Сосновська О.О., Житар М.О. Аналіз методів оцінки рівня економічної безпеки підприємств. Науковий журнал «Бізнес Інформ». Харків: Видавничий дім «Інжсек». 2019. №1. С. 285-293.

2. Реверчук Н.І. Управління економічною безпекою підприємницьких структур: монографія. Львів: ЛБІ НБУ, 2004. 195 с.

УДК 658.15

**АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ
ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Некрасова А.С.

*Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. В статті розглянуто сутність та особливості формування амортизаційної політики на рівні країни, визначено її основні складові на макrorівні, а також проаналізовано особливості здійснення амортизації на підприємстві в межах певної державної амортизаційної політики.

Ключові слова: амортизація, амортизаційна політика, підприємство, необоротні активи.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання амортизаційна політика є стратегічним напрямом, який формується на рівні кожної держави. Кожне підприємство розробляє і реалізує свою амортизаційну політику, враховуючи встановлені державою загальні принципи, методи і норми амортизаційних відрахувань, а також адаптуючи їх до конкретних умов господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню тем управління ефективністю використання основних виробничих засобів підприємства і, зокрема, побудови ефективної амортизаційної політики підприємства присвятили свої наукові праці значна частина дослідників, таких як Трачова Д.М., Любар О.О., Потриваєва Н.В., Масленников Є.І., Мельник Ю.М., Чорнявська Т., Правдюк Н.Л. [1-7], які в своїх роботах докладно обґрунтували необхідність оптимізації амортизаційної політики підприємства, розглянули особливості обліку необоротних активів підприємства та засобів з їх ремонту та поліпшення, тощо.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, подальшого вивчення потребує проблема обґрунтування актуальних сучасних аспектів формування амортизаційної політики на мікро і макрорівнях та визначення особливостей здійснення амортизації виробничих фондів в умовах підприємства.

Формулювання ідей статі. Метою даної статті є вивчення актуальних аспектів формування ефективної амортизаційної політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Амортизаційна політика підприємства визначається як комплекс заходів і стратегій, що відображають державну амортизаційну політику на різних етапах економічного розвитку. Амортизаційна політика не тільки розглядає комплекс заходів, які вживає держава для відновлення капіталу, а й встановлює взаємовідносини між різними суб'єктами господарювання з урахуванням формування умов для відтворювального процесу. Це й визначення норм амортизації, методів перенесення вартості основного капіталу на продукт виробництва, а також створення, розподіл і ефективне використання амортизаційних ресурсів для задоволення потреб народного господарства в основному капіталі.

Якщо розглядати амортизаційну політику на рівні країни, то вона активізує певні механізми, що впливають на обсяги оновлення основного капіталу та сприяє прискоренню науково-технічного прогресу, створенню сприятливого інвестиційного клімату та вдосконаленню податкової системи.

Основними складовими амортизаційної політики на рівні країни є наступні аспекти:

- розробка економічно обґрунтованих умов корисного використання капіталу, які повинні враховувати фізичний і моральний знос, очікуваний обсяг використання та різноманітні обмеження щодо його використання;

- реалізація ефективних механізмів нарахування амортизації з урахуванням цілей і завдань розвитку національної економіки;

- створення умов для цільового використання амортизаційних відрахувань, забезпечення стабільного потоку фінансування відтворення;

- податкові пільги для прискорення оновлення капіталу, що передбачає можливість зміни методів нарахування амортизації та регулювання податків залежно від фінансового стану суб'єкта господарювання;

- методичні вказівки щодо розробки та впровадження амортизаційної політики;

- моніторинг реалізації амортизаційної політики держави, що включає отримання інформації для оцінки політики, узагальнення та підготовку матеріалів для подальших пропозицій та вдосконалень.

Амортизаційна політика на рівні підприємства є необхідною частиною системи зовнішнього управління процесом відновлення зношених об'єктів. Він визначає ступінь індивідуалізації та можливість внутрішньої варіативності амортизаційної політики кожного окремого підприємства протягом тривалого періоду. Амортизаційна політика залишається найменш розробленою складовою економічної політики всіх урядів України. Це пов'язано з тим, що

сформована ними система амортизації не виконує своєї основної функції - не стимулює підприємців до оновлення основних фондів та впровадження нових технологій у виробництво.

Амортизаційна політика на рівні підприємства значною мірою відображає національні принципи, методи та стандарти амортизаційних відрахувань. Проте кожна організація має можливість самостійно вибирати свою амортизаційну політику з урахуванням специфіки своєї діяльності. Розробка опису політики є кроком до внесення методів розміщення програм та інвестицій. Від правильно обраних методів нарахування амортизації залежить не тільки ефективність поточної фінансово-господарської діяльності, а й можливість оновлення основних засобів і нематеріальних активів за рахунок власних ресурсів для забезпечення сталого розвитку в майбутньому.

Висновки. Отже, при реалізації амортизаційної політики на рівні підприємства відбувається оновлення активної частини основного капіталу, що призводить до підвищення технічного рівня виробництва. Цей процес створює необхідні умови для зниження собівартості продукції та максимізації прибутку, що є ключовими аспектами стійкої діяльності підприємств.

Література:

1. Трачова Д.М. Обґрунтування необхідності оптимізації амортизаційної політики підприємств. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. №3(32). 2016. С.282-288.
2. Любар О.О. Амортизація необоротних активів: особливості нарахування та організація обліку. *Проблеми економічного, облікового, контрольного і аналітичного забезпечення управління підприємством: матеріали II Всеукр. наук.-практич. конф. молод. учених, 8 грудня 2016 року*. Вінниця. «Едельвейс і К». С.67-69.
3. Потриваєва Н.В. Облікове забезпечення ремонту і поліпшення основних засобів. *Вісник ХНАУ. Випуск 1. Серія «Економічні науки»*. Харків. 2015. С. 43-51.
4. Масленніков Є.І., Мельник Ю.М. Методика обліку амортизації активів підприємств. *Розкриття основних теоретичних аспектів амортизації на мікро- та макрорівнях. Економіка: реалії часу* №2(3), 2012. С.92-97.
5. Чорнявська Т. Облікова політика підприємства як фактор управління доходами і фінансовими результатами діяльності. *Облік і фінанси АПК: бухгалтерський портал*. URL: <http://magazine.faaf.org.ua>
6. Правдюк Н.Л. Обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства. *Облік і фінанси*. № 4 (70). 2015. С.53-60.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Подільчик С.М.

Науковий керівник: Мордовцев О.С., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено актуальній проблемі антикризовому управлінню на підприємствах на засадах системного підходу.

Ключові слова: кризова ситуація, антикризове управління, підприємство, система, принципи.

Вступ. Сьогодні велика кількість підприємств в Україні працюють в умовах кризової ситуації, викликаній військовою агресією російської федерації проти України. Як наслідок це спричинило великі втрати для економіки, а саме: близько 20% території України окуповано, більше 8 мільйонів громадян виїхало за межі України, обстріли енергетичних об'єктів призводили до пошкодження і відключення енергогенеруючих підприємств від мережі, і як наслідок до виникнення дефіциту електроенергії, що значною мірою впливає на підприємства, які використовують велику кількість енергії для виготовлення продукції, а інші – витрачати значні ресурси для забезпечення безперебійного функціонування при відключенні електроенергії.

У цих умовах від підприємств вимагається високий рівень антикризового управління для забезпечення стабільності та стійкості. У даній статті розглянемо ключові аспекти антикризового управління в Україні, звертаючи увагу на стратегічне планування, фінансовий аспект, управління персоналом та використання інноваційних технологій.

Формування цілей статті. Метою даної статті є обґрунтування процесу формування антикризового управління на підприємстві.

Аналіз сучасної економічної ситуації в Україні. Перед тим як приступити до антикризового управління, підприємства повинні детально проаналізувати економічний ландшафт країни. Врахування глобальних та локальних економічних тенденцій, визначення ключових ризиків та оцінка можливостей є важливим етапом для формування адекватної стратегії антикризового управління.

Виклад основного матеріалу. Антикризове управління представляє комплекс інструментів зовнішнього і внутрішнього впливу на підприємство, яке має ознаки кризового стану або знаходиться в кризі. антикризове управління ґрунтується на загальних принципах і методах, які притаманні управлінню взагалі. Головною метою антикризового управління є забезпечення стабільного фінансового стану в результаті своєчасного реагування на виклики, спричинені зовнішнім середовищем (економічні, політичні, соціальні) через введення в дію антикризових інструментів, що дають змогу усунути тимчасові фінансові ускладнення на підприємстві та подолати симптоми банкрутства.

Превентивний вид антикризового управління дає змогу передбачити появу загрози сталому розвитку підприємства й запобігти їй, або знизити

негативний вплив, завчасно підготувавши антикризові заходи. Завдяки превентивним заходам суб'єкт господарювання підвищує адаптивні здібності та зміцнює безпеку діяльності підприємства на ринку.

Головною метою антикризового управління є забезпечення стабільного положення підприємства на ринку в умовах економічних політичних і соціальних потрясінь на основі упереджуючих заходів стратегічного планування.

До показників, які характеризують стан підприємства як кризове, належать: зниження розмірів прибутку і рентабельності, внаслідок чого погіршується фінансовий стан підприємства; збитковість підприємства, у результаті якої зменшується або повністю вичерпуються резервні фонди підприємства; неплатоспроможність, яка може призвести до припинення діяльності підприємства.

Основними причинами виникнення кризи на підприємствах є втрата ринків збуту, зниження попиту на продукцію, погіршення умов кредитування, високі відсоткові ставки, політична нестабільність, дефіцит капіталовкладень у розвиток та інше.

Ефективність антикризового управління зумовлена здатністю менеджменту підприємства конструктивно реагувати на зміни, які загрожують стабільному функціонуванню.

Система антикризового менеджменту на підприємстві включає:

1. діагностику передкризових явищ, визначення потенційних загроз та можливостей;
2. розробку сценаріїв розвитку кризи та антикризової програми;
3. формування механізмів запобігання кризі (управління ризиками, диверсифікація, модернізація);
4. оперативне реагування на кризу, локалізація кризових явищ;
5. фінансову стабілізацію та оздоровлення підприємства;
6. реструктуризацію та реорганізацію бізнесу;
7. створення системи контролю реалізації антикризових заходів;
8. післякризове відновлення та адаптацію бізнесу до нових умов.

Ефективна реалізація зазначених складових дозволить запобігти розгортанню кризи та мінімізувати її негативні наслідки у разі виникнення.

Розглянемо детальніше окремі аспекти антикризового управління на підприємстві.

1) *Діагностика передкризових явищ та причин потенційної кризи.*

– Аналіз фінансово-економічних показників діяльності за останні 3-5 років. Виявлення негативних тенденцій.

– Дослідження факторів зовнішнього макроекономічного середовища та конкурентного становища компанії.

– Внутрішній аудит бізнес-процесів, виробничої та організаційної структури. Виявлення «вузьких місць».

– Визначення глибинних причин потенційної кризи. Розробка попереджувальних заходів.

2) *Розробка антикризової програми та механізму управління ризиками.*

- Формування команди з антикризового управління.
- Розробка сценаріїв розвитку кризи. Оцінка наслідків.
- Визначення стратегічних цілей та завдань антикризової програми.
- Заходи з управління виявленими ризиками. Механізм моніторингу і реагування.

3) *Формування механізмів запобігання кризі.*

3.1) *Управління ризиками як інструмент попередження кризи.*

- Виявлення ключових фінансових, виробничих, ринкових ризиків. Оцінка ймовірності та потенційних наслідків.
- Розробка превентивних заходів для запобігання ризикам. Формування резервів та «подушок безпеки».
- Впровадження системи моніторингу ризиків, локалізація їх наслідків. Звітування та коригування.

3.2) *Диверсифікація як механізм зниження ризиків та підготовка до можливої кризи.*

- Диверсифікація клієнтської бази для уникнення залежності від окремих клієнтів чи сегментів.
- Освоєння нових перспективних напрямів діяльності, ринків збуту та каналів продаж.
- Пошук альтернативних постачальників для важливих ресурсів та матеріалів.

3.3) *Модернізація та інноваційний розвиток як запорука стійкості:*

- Технічне та технологічне оновлення виробництва для підвищення продуктивності та зниження собівартості.
- Впровадження інформаційних систем управління бізнесом, фінансами та відносинами з клієнтами.
- Випуск нової конкурентоспроможної продукції, розширення асортименту.

4) *Оперативне реагування на кризу, локалізація кризових явищ.*

Щоб оперативно відреагувати на кризу та локалізувати кризові явища, підприємству необхідно вжити таких заходів:

- Терміново проаналізувати першопричини та масштаби кризи. Виявити найбільш проблемні зони та процеси, що потребують першочергової стабілізації.
- Вжити заходів з утримання наявних клієнтів та ринків збуту. Тимчасово прийняти не найвигідніші умови для збереження обсягів замовлень.
- Забезпечити операційну безперервність критично важливих бізнес-процесів та функцій за рахунок резервних потужностей.
- Провести антикризові переговори з банками та ключовими кредиторами для реструктуризації та рефінансування заборгованості.

- Розробити план невідкладних антикризових заходів з мінімізації витрат, скорочення запасів, призупинення інвестпроектів. Чітко розподілити ролі та відповідальність за виконання.

- Налагодити оперативне управління ліквідністю. Запровадити щоденний контроль за рухом грошових потоків, прийняття управлінських рішень.

5) *Фінансова стабілізація та оздоровлення підприємства в умовах кризи.*

- Аналіз структури витрат. Оптимізація та скорочення витрат.
- Перегляд інвестиційних проектів. Призупинення збиткових проектів.
- Реструктуризація кредиторської та дебіторської заборгованості.
- Залучення додаткового фінансування шляхом кредитування, додаткової емісії акцій тощо.

6) *Реструктуризація бізнесу в умовах кризи.*

- Оцінка життєздатності та перспектив різних напрямків бізнесу. Відмова від збиткових напрямків.

- Диверсифікація діяльності та вихід на нові ринки збуту.
- Оновлення матеріально-технічної бази. Впровадження нових технологій.

- Зміни організаційної структури та системи управління.

7) *Контроль реалізації антикризових заходів.*

- Розробка системи KPI (Key Performance Indicators, ключові показники ефективності у перекладі) для контролю ефективності антикризової програми.

- Щотижневий моніторинг обраних фінансово-економічних показників діяльності підприємства.

- Аналіз причин відхилень фактичних показників від запланованих. Коригування антикризових заходів.

- Контроль строків та якості виконання заходів програми з боку керівництва.

- Оцінка результативності антикризової програми після завершення її дії.

8) *Післякризове відновлення та подальший розвиток.*

- Адаптація бізнес-моделі до нових ринкових умов.
- Визначення нових стратегічних цілей та пріоритетів розвитку компанії.

- Удосконалення системи управління для запобігання новим кризам.

- Формування кризостійкої організаційної культури.

Ось розгляд етапів процесу антикризового управління на підприємстві.

В свою чергу оздоровлення фінансового стану підприємства включає такі заходи:

1. Реструктуризація доходів та видатків:

- скорочення всіх видів невиробничих витрат;
- оптимізація обігового капіталу та складських запасів;
- прискорення оборотності дебіторської заборгованості.

2. Реструктуризація активів підприємства:

- продаж надмірних активів, майна та нерухомості;
- оптимізація складу основних засобів, відмова від надлишків.

3. Реструктуризація заборгованості:

- перегляд умов кредитних договорів, пролонгація строків;
- переуступка заборгованості, отримання знижок від кредиторів;
- ліквідація простроченої кредиторської заборгованості.

У цих умовах менеджер повинен володіти: вмінням оперативно налагоджувати роботу окремих груп і фахівців для виконання поставлених завдань; приймати ризикові і нестандартні рішення у разі відхилення розвитку ситуацій від допустимого ходу подій; координувати дії всіх учасників і постійно контролювати хід виконання заходів та їхніх результатів.

Отже, антикризові заходи, зокрема ті, що спрямовані на попередження, повинні враховувати сигнали, що вказують на наближення кризових ситуацій. Створення бази даних загроз і потенційних кризових сценаріїв може ґрунтуватися на внутрішніх показниках раннього запобігання, які вказують на ризик для підприємства на даному етапі розвитку чи у майбутньому. З метою підвищення ефективності управління у кризовій ситуації рекомендується проведення комплексного аналізу функціонування підприємства.

Висновки. Антикризове управління на підприємстві в Україні – це невід'ємна частина стратегічного розвитку в умовах нестабільності. Підприємства повинні поєднувати стратегічне планування, ефективне фінансове управління, дбайливе управління персоналом та використання інновацій для досягнення стійкості та конкурентоспроможності.

Останні дослідження в області антикризового управління підтверджують необхідність інтеграції новаторських стратегій та системного підходу до управління. Зростаюча невизначеність у бізнесі вимагає від керівників підприємств більшого віддання стратегіям протидії кризам та активної адаптації до нових умов. Антикризове управління не лише допомагає вирішувати проблеми, але й відкриває нові можливості для стійкого та успішного розвитку підприємства в умовах нестабільності.

Література:

1. Лігоненко Л.О. Тарасюк М.В., Хіленко О. Антикризове управління підприємством. К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 377 с.

2. Калюжна Ю.В. Ризики в системі антикризового управління підприємствами машинобудування: авто-реф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Запоріжжя, 2016. 23 с.

3. Добишева О.О. Антикризове управління як інструмент запобігання банкрутства промислових підприємств в сучасних умовах: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Кременчук, 2015. 23 с.

4. Важинський Ф.А., Колодійчук А.В. Сутність антикризового фінансового управління підприємством. Економіка промисловості. 2009. № 5.

5. Терещенко О.О. Антикризисное финансовое управление на предприятии. К.: КНЕУ, 2004. 560 с.

6. Іванюта С.М. «Антикризисное управление предприятием». К.: Центр учебної літератури, 2007. 288 с.

УДК 338.23:336

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Покацький Л.М.

Науковий керівник: Мордовцев О.С., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено пошуку оптимального та дієвого механізму управління грошовими потоками промислового підприємства в сучасних мінливих умовах господарювання.

Ключові слова: грошові потоки, капітал, підприємство, механізм.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ринкової економіки відбулися суттєві зміни у системі управління фінансами на підприємствах, розробці фінансової політики, основою якої є управління грошовими потоками. У умовах необхідно переглянути підходи до управління грошовими потоками. Спроби окремих підприємств самостійно розробити нову ефективну систему управління грошовими потоками через слабе теоретичне опрацювання, відсутність практичних навичок, брак кваліфікованих фахівців не мали успіхів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес управління грошовими потоками сучасних промислових підприємств є центральним місцем в наукових працях таких вітчизняних вчених як Біндасова Ю.О. [1], Бланк І.А. [2], Марусяк Н.Л. [3], Пономарьов Д.Е [4] та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. В результаті проведених досліджень вченими розроблено сучасні методичні підходи управління грошовими потоками підприємства, які дозволяють здійснювати, перш за все, їх облік та аналіз на підприємстві, проте, незважаючи на досягнуті результати, низка теоретичних та методичних проблем, пов'язаних, зокрема, з розвитком та вдосконаленням єдиного механізму оптимізації та планування грошових потоків вимагають проведення подальших досліджень.

Формування цілей статті. Метою даної статті є формування єдиного механізму управління грошовими потоку на реально діючих промислових підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Кошти є найбільш ліквідними активами підприємства. Вони присутні на початковому та кінцевому етапах облікового циклу, що включає придбання товарів, виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг, а також їх продаж та одержання виручки. Платоспроможність підприємства його ліквідність передусім залежить від обсягів і швидкості руху грошового обороту, ефективності його управління.

Отже, ефективне управління грошовими потоками дозволяє забезпечити фінансову стійкість та платоспроможність підприємства.

На думку Ю.А. Біндасова, «управління грошовими потоками – один із найважливіших сегментів фінансової роботи на підприємстві, від ефективності організації якого залежать як поточні результати діяльності, так і майбутні темпи розвитку суб'єкта господарювання» [1, С. 392]. Загальна мета управління грошовими коштами – забезпечення збалансованості їх потоків, що дає можливість підтримувати достатній рівень платоспроможності та фінансової стійкості підприємства.

Відповідно до підходу, запропонованого Бланком І.А., іншим напрямом побудови механізму управління грошовими потоками підприємства має стати максимізація чистого грошового потоку [2, С. 316]. Однак, наполягаючи на застосуванні такого напрямку, автор суперечить самому собі, оскільки досягнення збалансованості та синхронності грошових потоків призводить до наближення значення чистого грошового потоку до нуля, відповідно, максимізація чистого грошового потоку автоматично стає неможливою. Також у його роботах Бланка І.О. представлено найбільш послідовний та аналітично цілісний методичний підхід. Згідно з викладеною концепцією, аналіз грошових потоків підприємства доцільно проводити за такими етапами роботи, як: дослідження динаміки обсягу формування позитивного грошового потоку; оцінка обсягу формування негативного грошового потоку; аналіз збалансованості грошових потоків; дослідження синхронності грошових потоків та оцінка ефективності грошових потоків. Ця методика забезпечує комплексне вивчення характеристик грошових потоків у процесі аналізу [2, С. 317].

Виходячи з вищедослідженого, на рис. 1 розроблено механізм до управління грошовими потоками, що ґрунтується на принципах (системності, комплексності, адаптивності, динамічності, безперервності, наукової обґрунтованості, оптимальності, інформативності, ефективності, максимізації прибутку, забезпечення оптимального рівня витрат, збалансованості); функціях (аналіз, планування, прогнозування, координація, організація, контроль), відповідний методичний інструментарій, необхідне ресурсне забезпечення.

Головна мета механізму забезпечення ефективного та збалансованого руху грошових потоків, досягнення фінансової стійкості та ліквідності підприємства. Мета визначила основні завдання щодо розробки: методів аналізу руху грошових потоків; моделей прогнозування руху грошових потоків; способів забезпечення збалансованості та синхронності грошових потоків; методики оцінки ефективності грошових потоків.

На першому етапі проводиться аналіз та оцінка руху грошових потоків на основі ретроспективної інформації, отриманої за результатами обліку фінансової діяльності підприємства. При цьому рекомендується застосовувати перевірені методи аналізу та оцінки: горизонтальний та вертикальний аналіз фінансової звітності; аналіз рівномірності розподілу коштів протягом року; коефіцієнтний аналіз тощо.

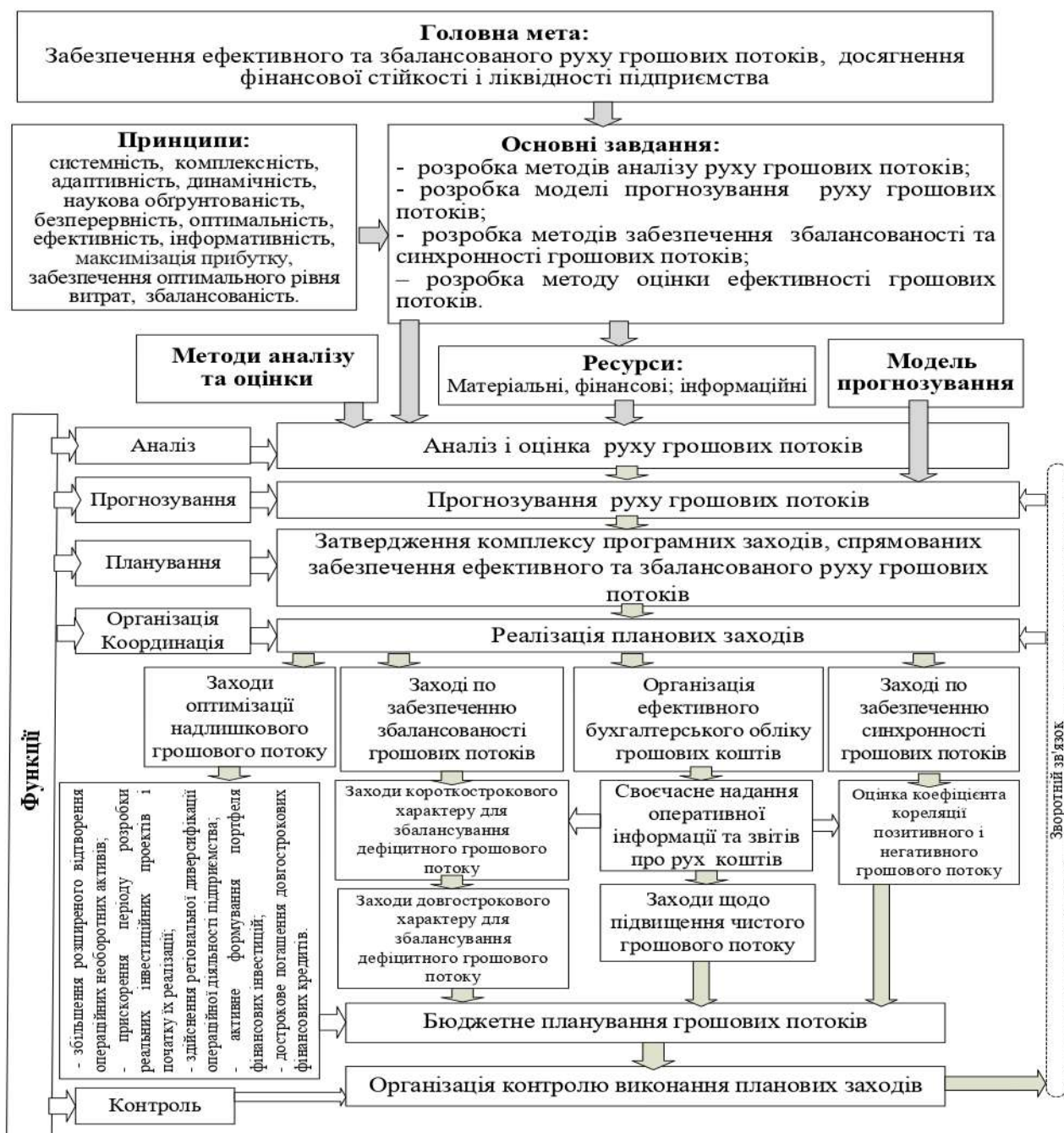


Рисунок 1 – Механізм управління грошовими потоками промислового підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [3, 4]

Результати аналізу та комплексної оцінки коефіцієнтів дозволять адекватно провести прогноз очікуваних тенденцій руху коштів у короткостроковому, довгостроковому періоді та розробити програмні заходи, спрямовані на виконання поставлених завдань.

Висновок. Отже, в нашому дослідженні було розроблено єдиний механізм управління грошовими потоками промисловими підприємствами, особливістю якого є використання системи зворотного зв'язку, тобто своєчасного реагування на критичні відхилення показників, що характеризують рух грошового потоку.

Наявність зворотного зв'язку підвищує адаптивність системи управління і дозволяє коригувати план дій при зміні зовнішніх і внутрішніх факторів.

Література:

1. Біндасова Ю.О. *Теоретичні аспекти формування системи управління грошовими потоками підприємства*. URL http://eprints.kname.edu.ua/410/1/388-394_Біндасова.pdf (дата звернення 01.11.2023 р.)

2. Бланк І.А. *Управління формуванням капіталу*. Київ: Ника-Центр, 2012. 512 с.

3. *Фінансовий аналіз: навч. посібник / уклад.: Н.Л. Марусяк*. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с.

4. Пономарьов Д.Е. *Капітал підприємства: сутність та аналіз формування і використання. Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 5. С. 53-58.

УДК 338.24

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ СТАРТАП ПРОЄКТІВ ТА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Пишняник В.В.

*Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. У статті розглядаються актуальні питання розвитку малого підприємництва, організації системи зв'язків, вдосконалення форм надання підтримки малого бізнесу (стартами та бізнес-планами).

Ключові слова: бізнес-план, малий бізнес, мікропідприємства, стартап-компанія, зайнятість в малому бізнесі.

Постановка проблеми. Необхідність державного регулювання розвитком малого підприємництва викликана тим, що ринкова економіка, незважаючи на її позитивні риси не здатна автоматично регулювати усі економічні і соціальні процеси в інтересах усього суспільства і кожного громадянина. Мале підприємництво є об'єктивно необхідною умовою реформування сучасної економіки. Більше того, малий бізнес, будучи найважливішим сектором ринкової економіки, займає особливе місце і грає особливу роль у відтворювальній системі, створюючи нову структуру взаємозв'язку з великим і середнім бізнесом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями державного регулювання підприємницької діяльності займалися багато видатних вчених, наприклад А. Смит, Дж.М. Кейнс, В. Гриньова, Д. Лук'яненко [1].

Невирішені складові загальної проблеми. Вже сьогодні малий і середній бізнес грає істотну роль в забезпеченні зайнятості, формуванні сучасної структури ринку праці, підтримці конкурентного середовища, реалізації підприємницького потенціалу громадян. Проте потужні резерви

цього інституту все ще не задіяні у повному масштабі, малий бізнес розвивається нерівномірно і не послідовно.

Формулювання цілей статті. Основною ціллю статті є дослідження теоретичних засад державного регулювання розвитку малого та середнього бізнесу у національній економіці держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. В процесі розвитку ринкових стосунків як серед жителів мегаполісів, так і невеликих міст склалася думка, що малий бізнес – це побічна сфера економіки. Це помилкове бачення сформувалося тому, що для недосвідченої в економічній реалії людини важливими є цифри, що відображають розвиток компаній лише в найбільших галузях (у здобичі і переробці нафти і газу, машинобудуванні та ін.), де, поза сумнівом, підприємствам малого бізнесу немає місця. Але навіть хоч скільки-небудь досвідчені в економіці люди віддають належну увагу проблемі розвитку малого бізнесу як одному з щонайпотужніших моторів просування економіки шляхом закріплення і вдосконалення ринкових стосунків. У малих підприємств є вагомі переваги перед великим бізнесом [1].

По-перше, малі фірми швидше адаптуються до змін в економічному і політичному довкіллі (яскравий приклад тому – стійке положення малого бізнесу на початку 90-х рр.).

По-друге, в сукупності малі підприємства організовують велику кількість робочих місць. Розвиток малого бізнесу спричиняє за собою збільшення попиту на робочу силу, тобто скорочує рівень безробіття [2].

По-третє, малі фірми, у більшості своїй, є доброчесними платниками податків, завдяки яким формуються бюджети регіонального і місцевого рівнів.

Держава регулярно здійснює заходи допомоги малим підприємствам (спрощене оподаткування і інші пільги) [3].

Ідея проекту полягає в патронажі іноземних фірм над вітчизняними стартап-компаніями (бізнес-планами). За бажання іноземній компанії увійти до вітчизняного ринку у будь-якому з форматів (дочірня компанія, представництво, філія) вона через рік після дати реєстрації повинна знайти невелику і молоду компанію, для якої стане патроном на перші два роки існування останньої. Якого типу патронаж мається на увазі?

По-перше, компанія-патрон зобов'язується брати участь у формуванні капіталу малого підприємства мінімум на 5% без зобов'язання повернення з боку стартапера, адже дуже часто основною труднощію при створенні бізнесу стає пошук первинного капіталу. Страх прогоріти і залишитися винним банку велику суму примушує потенційного підприємця відмовитися від ідеї відкрити свою справу. Невелика фінансова допомога з боку компанії-патрона вселить деяку упевненість в успішності стартап-компанії (бізнес-плану).

По-друге, HR- департамент компанії-патрона повинен здійснювати набір на певні позиції в стартап-компанії, якщо буде відповідний запит про сприяння з боку підопічного. Сама суть малих підприємств не передбачає посади HR-департаменту, але при цьому існує гостра необхідність в пошуку висококваліфікованих співробітників. Тому допомога фахівців з підбору

персоналу буде дуже значима для малої фірми, визначить її подальший розвиток.

Перших двох років подібного заступництва буде досить для молодого компанії. Якщо вона матиме постійну підтримку на період декількох виробничих циклів підряд на початкових етапах становлення, то згодом, маючи певний досвід, напрацьовану базу клієнтів і постачальників, буде готова далі розвиватися самостійно. До того ж за допомогою цього проекту можливо досягти налагодження контактів між малим і великим бізнесом, адже висока вірогідність орієнтації фірми-патрона на стартап-компанію (бізнес-план), здатну надалі здійснювати обслуговування компанії-патрона. Таким чином зміцнюються зв'язки постійних постачань між компанією-патроном і підопічною фірмою.

Додатковий обов'язок може відштовхнути іноземні компанії від впровадження у вітчизняну економіку, тому необхідно створити взаємовигідність умов. Щоб уникнути зниження зацікавленості іноземних компаній в українському ринку, треба надати пільги компанії-патрону (наприклад, зменшення ставки податку на прибуток).

Основною складністю в реалізації проекту є створення особливого майданчика, де зможуть зустрітися потенційні фірми-патрони і стартап-компанії (бізнес-плани). Можливо, потрібна організація щорічних заходів, де компанії могли б обмінюватися контактами з метою подальшого заступництва. Обов'язковою умовою проведення подібних заходів треба встановити присутність представника державних органів влади в якості посередника, здатного пояснити учасникам особливості проекту і простежити за правильністю сприйняття сторонами основної ідеї [4].

Висновок. Необхідно забезпечити законодавчу базу для проведення подібного проекту. Спостерігається тенденція всілякого спрощення умов існування малих підприємств з боку держави, тому не повинно виникнути перешкод з нормативним оформленням проекту. Також треба створити інтернет-платформу, де у форматі бази даних зберігатиметься інформація по іноземних компаніях і вітчизняним стартапам (бізнес-планам), що мають намір взяти участь в проекті. Це дозволить максимально спростити для обох сторін процес пошуку партнера за проектом патронажу.

У разі успіху українська економіка виграє за рахунок зміцненої структури малого бізнесу, отримує новий поштовх для подальшого розвитку.

Література:

1. Гриньова В.М., Новікова М.М. *Державне регулювання економіки: підручник*. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2018. 736 с.
2. Покропівний С.Ф. *Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. Посіб.* Київ: КНЕУ, 2020. 379 с
3. Тарасюк Г.М. *Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: навч. посіб.* Київ: Каравела, 2019. 280 с.

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ»

Резнік А.О., Орлова М.М.

Наукові керівники: Поясник Г.В., к.т.н., доцент,

Мордовцев О.С., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено розкриттю сутності та змісту поняття «інвестиційна стратегія».

Ключові слова: *інвестиційна стратегія, портфель, формування.*

Постановка проблеми. На фоні постійних змін у світовій економіці та фінансовому секторі виникає необхідність ретельного аналізу та розробки ефективних стратегій в галузі інвестування. Інвестиційна стратегія є ключовим елементом фінансового управління, який визначає спосіб розподілу фінансових ресурсів для досягнення конкретних інвестиційних цілей. Проте, на сьогоднішній день, існує розбіжність у розумінні та визначенні поняття «інвестиційна стратегія», що ускладнює процес її розробки та впровадження.

Аналіз останніх досліджень. Однією з ключових проблем є відсутність єдиної та універсальної трактовці терміну «інвестиційна стратегія». Різні експерти та дослідники використовують цей термін у різних контекстах, надаючи йому різноманітні відтінки значень. Більшість науковців тлумачать інвестиційну стратегію як систему довгострокових цілей і шляхів їх досягнення в контексті інвестиційної діяльності. Також існує процесний підхід, де інвестиційна стратегія розглядається як процес формування цілей та вибору ефективних засобів для їх досягнення. Ми можемо спостерігати різні тлумачення у працях Л.М. Черчика [1], Н.А. Хруща [2], Сазонева І. Л. [3], Балана О.С. [4].

Формування цілей статті. Основною метою статті є розкриття сутності поняття «інвестиційна стратегія», визначення її ролі в процесі управління інвестиційним портфелем та виявлення ключових чинників, що впливають на успішність її реалізації.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційна стратегія – це систематизований план дій, розроблений з метою досягнення конкретних фінансових цілей за допомогою раціонального розподілу та управління інвестиційним портфелем. Це комплексний підхід, який охоплює визначення цілей, аналіз ризиків, вибір оптимального складу активів та стратегії їхнього управління.

Ключовими елементами інвестиційної стратегії є:

- *ціль (основа для будь-якої інвестиційної стратегії);*
- *ступінь ризику (оцінка можливих ризиків та розробка стратегій їх управління);*
- *розподіл активів (вибір оптимального складу інвестицій у різні активи для досягнення диверсифікації та зменшення ризиків);*

- метод аналізу (вибір методів та стратегій аналізу ринку, спрямованих на прийняття обґрунтованих рішень).

Економічний зміст інвестицій полягає в вкладенні капіталу для збільшення чи збереження його вартості. Інвестиції можуть бути спрямовані на збереження вартості капіталу, зокрема в умовах інфляції або економічної нестабільності. Однак більш загальною метою інвестицій є збільшення вартості капіталу, отримання прибутку та максимізація видачі. Економічні інвестиції визначаються як довгостроковий план. Це означає, що їхні результати та вигоди плануються та очікуються протягом тривалого періоду, часто кількох років чи навіть десятиліть.

Інвестиційна стратегія визначається індивідуальними фінансовими цілями та уподобаннями інвестора, враховує економічний контекст і ринкові умови. Вона включає стратегічний аналіз, характеристику майбутнього інвестиційного процесу, систему цілей, стратегічні пріоритети, взаємодію стейкхолдерів та механізми реалізації. Основні питання розробки стратегії стосуються напрямків інвестицій, ризиків, стратегічних пріоритетів та організації взаємодії.

Розробка інвестиційної стратегії передбачає послідовність етапів та визначення хронологічного порядку їх виконання. У цьому питанні існують різні підходи, проте більш традиційним є підхід, за яким вихідною точкою є стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища. На основі цього аналізу формуються місія, бачення та стратегічні цілі. Інший варіант включає постановку цілей перед стратегічним аналізом, і в цьому підході також має свою логіку.

Формування портфеля цінних паперів включає вибір стратегії купівлі або продажу, визначення моменту та частоти операцій. Управління портфелем також охоплює розподіл активів, враховуючи частоту та витрати операцій. Вибір інвестиційної стратегії залежить від ставлення інвестора до інформаційної ефективності ринку. Інвестори часто комбінують активні та пасивні стратегії, створюючи змішані підходи до управління портфелем.

Інвестиційна стратегія визначається не лише економічним змістом, але і особистими фінансовими цілями, ризиковими уподобаннями та ринковим контекстом. Вона вимагає комплексного підходу, що охоплює ретельний аналіз, систематизацію плану дій та постійне вдосконалення відповідно до змін у ринкових умовах та стратегічних пріоритетах.

Крім вищезазначеного, важливим аспектом вибору інвестиційної стратегії є ставлення інвестора до інформаційної ефективності ринку. Існування ефективного ринку зумовлено трьома факторами:

- наявність багатьох конкуруючих інвесторів, які аналізують цінні папери для отримання прибутку;
- нова інформація виходить безладно і незалежно;
- інвестори швидко відображають нову інформацію в цінах інвестиційних інструментів.

Інвестиційна стратегія виконує роль орієнтира в управлінні портфелем, враховуючи всі фактори, що можуть впливати на прибутковість та ризик. Вона представляє собою важливий інструмент для досягнення фінансових цілей і максимізації вартості інвестицій.

Висновки. В ході аналізу сутності та змісту поняття «інвестиційна стратегія» стало очевидним, що це необхідний та складний інструмент для досягнення фінансових цілей в умовах постійної динаміки світових фінансових ринків. Тому ми можемо зробити наступні висновки:

– інвестиційна стратегія, як систематизований план дій, включає в себе не лише вибір конкретних фінансових інструментів, але і ретельний аналіз ризиків, визначення цілей інвестування, горизонту інвестування та стратегій управління портфелем.

– успішна інвестиційна стратегія вимагає не тільки глибокого розуміння ринкових тенденцій, але й гнучкості та адаптивності до змін у економічному середовищі.

Слід визначити, що інвестиційна стратегія є не лише інструментом максимізації доходності, але й засобом зменшення ризиків, забезпечуючи інвесторам раціональний та обґрунтований підхід до управління своїм портфелем.

Література:

1. Черчик Л.М. *Інвестиційний менеджмент: навчальний посібник*. Луцьк: СНУ імені Лесі Українки, 2017. 171 с.
2. Хрущ Н.А. *Інвестиційна діяльність: сучасні стратегії і технології*. Хмельницький: ХНУ, 2004. 309 с.
3. Сазонець І.Л., Федорова В.А. *Інвестування: підручник*. К.: Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
4. Балан О.С., Філіпова С.В. *Прийняття інвестиційних рішень в інвестиційному менеджменті: монографія*. Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. 371 с.

УДК 658.15

МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОГО СТАНУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Тарянік Ю.С.

Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В статті розглянуто підходи до управління фінансовим станом підприємства, обґрунтовується використання з цією метою моніторингу фінансового стану, формулюються методологічні принципи і вимоги до методичного забезпечення моніторингу фінансового стану підприємства, на їх основі проводиться аналіз методик оцінки фінансового стану.

***Ключові слова:** підприємство, фінансовий стан, фінансовий моніторинг, управління.*

Постановка проблеми. В умовах виходу економіки та підприємств України з фінансової кризи фінансова діяльність підприємств відіграє ключову роль у забезпеченні стабільного функціонування та подальшого розвитку. Кожному суб'єкту господарювання стає все більш необхідною адекватна оцінка свого фінансового стану, яка є не тільки внутрішньою оцінкою для внутрішнього використання, але й ключовою характеристикою для зовнішніх зацікавлених сторін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теми фінансового моніторингу в системі управління ефективністю роботи підприємства присвятили свої роботи такі дослідники, як Тимошик Н.С., Д'яконова І.І., Шиян Д.В., Патюта І., Бірюкова Я., Задоя А., Ткаченко І., Клименко А. [1, 2], які в своїх роботах докладно розглянули сутність поняття «фінансовий моніторинг» та обґрунтували його необхідність в системі управління фінансовим станом підприємства.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, подальшого вивчення потребує проблема впровадження системи фінансового моніторингу в систему управління фінансовим станом підприємства.

Формулювання ідей статті. Метою даної статті є вивчення фінансового моніторингу як інструмента управління фінансовим станом підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство має вирішувати завдання ефективного управління своїм фінансовим станом, забезпечення його на оптимальному рівні та постійне покращення. Фінансовий стан підприємства не є конкретним матеріальним об'єктом управління; натомість, це представляє собою складну, інтегровану за багатьма показниками характеристику його діяльності, яку можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення [1]. Ця складність і багатовимірність фінансового стану роблять управління ним важким завданням у практиці.

Моніторинг фінансово-господарської діяльності підприємства може здійснюватися в рамках системи контролю. Він передбачає відстеження подій на підприємстві в режимі реального часу, складання оперативних звітів про результати діяльності за короткі проміжки часу (день, тиждень, місяць) і порівняння цільових результатів з фактично досягнутими. Загалом моніторинг – це система постійного моніторингу процесів і тенденцій у зовнішньому чи внутрішньому середовищі підприємства з метою своєчасної оперативної оцінки ситуацій, що виникають [2].

Проаналізуємо підходи до визначення змісту поняття «фінансовий моніторинг».

Клименко А. в своєму дослідженні розуміє фінансовий моніторинг наступним чином – «специфічна форма фінансового контролю, що здійснюється уповноваженими державними органами у сфері фінансового

контролю та суб'єктами первинного фінансового моніторингу та призначена для виявлення операцій, пов'язаних з відмиванням коштів» [1].

Подібним чином розглядають сутність фінансового моніторингу і Задоя А. та Ткаченко І., які визначають його як «форму фінансового контролю, спрямовану на виявлення фінансових операцій, які можуть бути пов'язані з легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом».

У своїй праці Бірюкова Я. зазначає, що фінансовий моніторинг – це «система безперервного моніторингу найважливіших поточних результатів фінансової діяльності компаній на фінансовому ринку, яка постійно змінюється» [1].

Патюта І. визначає, що «фінансовий моніторинг дещо схожий на концепцію фінансового контролю, але фінансовий моніторинг є більш широким поняттям, оскільки передбачає безперервний моніторинг, що дозволяє прогнозувати ризики відмивання грошей» [1].

Фінансовий моніторинг – це систематичний і постійний моніторинг фінансової діяльності та фінансового стану об'єкта з подальшою оперативною оцінкою. Загалом фінансовий моніторинг поділяється на два основних блоки: моніторинг фінансової діяльності підприємства, що є процесом, і моніторинг фінансового стану, який характеризується конкретним моментом часу.

Моніторинг фінансової діяльності підприємства є більш масштабним і включає моніторинг грошових потоків, використання позикових коштів та інші аспекти. Такий вид моніторингу здійснюють багато суб'єктів управління, і не завжди його проведення потребує складного методичного забезпечення. Достатнє впровадження простого бюджетування та подальший контроль за його виконанням.

Система моніторингу фінансового стану підприємства є невід'ємною частиною його фінансового моніторингу і повинна відповідати загальним принципам функціонування:

- адекватність інформації: кожна підсистема повинна використовувати тільки відому інформацію, нормативну, довідкову та прогнозну, з необхідною точністю для моделювання результатів діяльності підприємства;
- далі: кожна наступна підсистема не повинна порушувати властивості об'єкта і критерії, встановлені в системі вищого рівня;
- вірогідність і порівнянність інформації: забезпечення результатів, близьких до реальних, шляхом використання імовірнісної та порівнянної інформації;
- імовірність помилок: відстеження помилок у процесі оцінки чи моделювання, оцінка ризику можливих помилок та їх наслідків, розробка методів реагування на помилки;
- комплексність: взаємність і пропорційність розвитку системи як цілісного блоку, що забезпечує зв'язок усіх підсистем і елементів.

Висновки. Таким чином, включення фінансового моніторингу до інструментів управління фінансовим станом підприємства дозволяє вчасно виявляти негативні зміни та тенденції. Це також надає можливість приймати

своєчасні заходи з нейтралізації окремих негативних впливів на фінансовий стан та діяльність підприємства.

Література:

1. Д'яконова І.І., Шиян Д.В. Методика оцінки ефективності фінансового моніторингу. Вісник Української академії банківської справи. 2013. № 1 (34). С. 10-16.

2. Тимошик Н.С. Формування ефективної системи управління фінансовими ризиками. «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах». зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 29-37 берез. 2019 р. Тернопіль, 2018. Т. 1. С. 61-63.

УДК 30.341.1

АНАЛІЗ СТАНУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Турченко Д.А.

Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В роботі проаналізовано стан електронної торгівлі в Україні, окремо виокремлено тренди розвитку електронної торгівлі в розрізі окремих регіонів у світі. Наведено схему процесу здійснення електронної торгівлі. Встановлено проблеми, які мають бути вирішені з метою розвитку електронної торгівлі в Україні.

Ключові слова: електронна торгівля, розвиток, Інтернет, цифровізація бізнесу, бізнес-модель.

Постановка проблеми. Необхідність використання цифрових технологій стає не просто умовою, а, подекуди, обов'язковою вимогою задля подальшого функціонування бізнесу. Цифровізація бізнесу стає двигуном розвитку національних економік, міжнародної торгівлі та навіть є причиною створення нових галузей та ринків в глобальному масштабі. Україна, щоб стати повноцінним учасником цього простору також потребує адаптації існуючих інформаційних технологій до вимог, що вимагаються розвитком суспільних відносин, для відповідності світовим стандартам цифрової індустрії. Залучення сучасних інструментів цифрової економіки в процес ведення електронного бізнесу дозволить задовольняти запити існуючих споживачів в нових товарах та послугах та залученні більшої кількості нових клієнтів. Період пандемії суттєво вплинув на прискорення розвитку електронної торгівлі та вивів її на рівень, коли бізнес, який не має представництва в глобальній мережі – втрачає велику кількість можливостей щодня, бо присутність в Інтернеті дозволяє швидко вирішувати проблеми, які трапляються на шляху ведення бізнесу та розширює потенційну цільову аудиторію. Тому перспективи розвитку запровадження електронної торгівлі не викликають сумнівів [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринку електронної торгівлі присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. До них належить: Гліненко Л., Дайновський Ю., Зосімов В., Берко О., Козьє Д., Кондрус Л., Дзивицька О., Малюта І., Оголь А., Патраманська Л., Синявська О. та інші. Більшість авторів у своїх працях провели статистичний аналіз стану ринку електронної торгівлі в Україні.

Невирішені складові загальної проблеми. Разом з тим, у зв'язку з надзвичайною ситуацією через війну, вбачаються потенційні перспективи для розвитку інтернет-ритейлу. Обмеження роботи офлайн-магазинів суттєво змінило ситуацію на ринку товарів та послуг і призвело до охоплення більшої аудиторії споживачів, а отже, і до збільшення оборотів продажу через мережу Інтернет.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження реального стану та тенденцій розвитку електронної торгівлі в Україні, виявлення найперспективніших бізнес-моделей електронної торгівлі та оцінка проблем і перспектив їх подальшого впровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто виокремити тренди розвитку електронної торгівлі в розрізі окремих регіонів:

- лідером за кількість електронних магазинів є США із показником 70% від загальносвітового рівня;
- Азіатські країни домінують на світовому рівні за обсягами онлайн-продажів, які оцінюються у 47%;
- європейські країни є лідерами за якістю інфраструктури он-лан-торгівлі, такі країни як Великобританія, Німеччина й Франція посідають перші позиції у світових рейтингах.

Також для усім країнам лідерам притаманно максимально використовувати весь наявний інструментарій онлайн-торгівлі: електронних платформ, Web-сайтів, мобільних пристроїв, планшетів, комп'ютерів та онлайн-оголошень [2].

Більшу частку ринку електронної торгівлі України займають компанії, які використовують 4 бізнес-моделі: електронний магазин (супермаркет), електронна дошка оголошень, електронний маркетплейс та прайс-агрегатор, причому значна частина компаній застосовує гібридні моделі типу «дошка оголошень + прайс-агрегатор» (Ria.com), «супермаркет + маркет-плейс» (Rozetka.com, Lamoda.ua) [3].

В межах електронної торгівлі розподілення ринку відбувається через визначення типів бізнесу та бізнес-процесів проведення операцій з використанням методів електронної торгівлі. Ці види бізнесу можна умовно розділити за сферою діяльності, географічним охопленням, формою власності і стадіями життєвого циклу. Галузь електронної торгівлі – це єдина галузь у світі, яка зросла за останні роки, що передбачає гарні прогнози та залучає велику кількість клієнтів. Процес здійснення електронної торгівлі запропоновано на рис. 1.

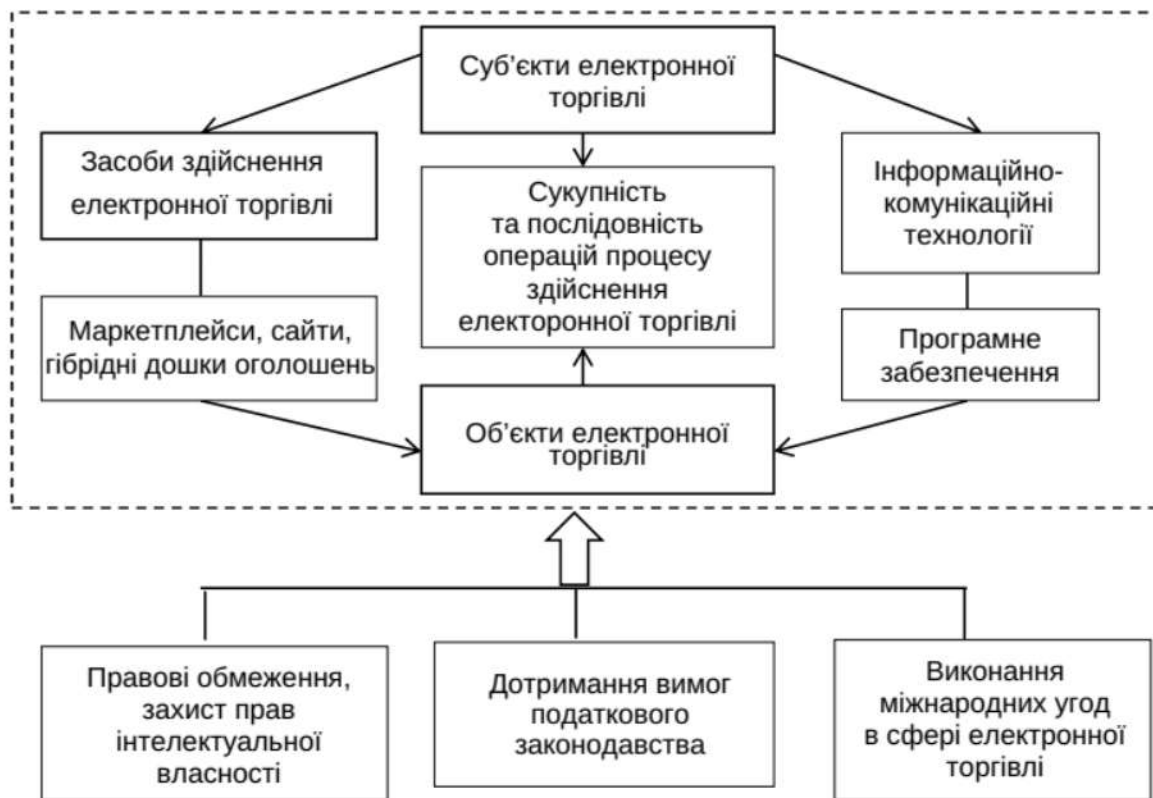


Рисунок 1 – Процес здійснення електронної торгівлі [1]

Висновки. Для повної реалізації усіх потенційних можливостей електронного бізнесу в Україні та світі повинні бути вирішені такі проблеми:

- узгодити правила ведення бізнесу між різними країнами;
- узгодити податкові питання щодо правил нарахування та стягнення податків, а також використання платіжних засобів;
- захищати права інтелектуальної власності товарів та послуг, що мають електронну форму існування;
- використання ефективних і надійних механізмів ведення бізнесу, які є безпечними для всіх учасників;
- універсальність використання, без врахування географічного розташування та виду інформаційних систем, що використовуються.

Тому будь-якому бізнесу для успішного довготривалого функціонування в мережі необхідно враховувати тенденції розвитку електронної торгівлі, важливо попереджувати проблеми, які виникають: забезпечення безпеки даних, одноманітність каналів зв'язку з потенційними клієнтами та низькі показники конверсії тощо. Саме ті підприємці, які зможуть розробити та використовувати в своїй діяльності ефективні стратегії подолання проблем, зможуть найповніше використати переваги електронної торгівлі.

Література:

1. Інполітова І. Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18>.

2. Іщейкін Т. Є., Місюкевич В. І. Світові тенденції та перспективи розвитку електронної комерції в Україні. Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації. Матеріали X Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27-28 квітня 2020 року). Полтава : ПУЕТ, 2020. 293 с.

3. Козицька Г. В. Розвиток міжнародної електронної торгівлі в умовах діджиталізації економіки. Економічний вісник. 2021. №2. С. 103-114. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/74.073>.

УДК 338.984

ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Фоменко М.В., Стогул К.М.

Науковий керівник: Кудрявцев В.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Ця стаття зосереджується на дослідженні ключових проблем та викликів, з якими стикаються підприємства у процесі бізнес-планування в контексті сучасного глобалізованого бізнес-середовища. Основна увага приділяється аналізу впливу глобалізації, технологічних змін, змін у споживацькій поведінці та потребі інтеграції сталості в бізнес-моделі.

Ключові слова: бізнес-план, глобалізація, бізнес-середовище, аналіз ринку, стратегічне планування.

Постановка проблеми. У сучасному світі, де ринкові умови непередбачувані та постійно еволюціонують, бізнес-планування на підприємствах набуває вирішального значення. Цей процес вже не обмежується лише фінансовим прогнозуванням та плануванням ресурсів, але також включає стратегічне мислення, аналіз ризиків, та адаптацію до швидких змін у технологіях та споживацьких уподобаннях. За цих умов необхідно проаналізувати основні проблеми та виклики, з якими стикаються підприємства при бізнес-плануванні в сучасному економічному середовищі, так як вплив глобалізації, технологічних інновацій, змін у споживацькій поведінці, а також необхідність інтеграції сталих практик та етичних стандартів у стратегічне планування.

Аналіз останніх досліджень. Аналіз останніх досліджень у сфері бізнес-планування вказує на зростаючу важливість адаптації бізнес-моделей до швидкозмінних економічних умов. Сучасні дослідження акцентують увагу на необхідності інтеграції гнучкості у стратегічне планування, щоб ефективно реагувати на глобальні виклики, такі як технологічні інновації, екологічні стандарти та зміни у споживацьких трендах. Тема розробки бізнес-планів із врахуванням економічних обставин була предметом досліджень у наукових роботах таких вчених, як С.Ф. Покропивний, В.А. Чичун, К. Кіперман,

І.В. Ліпсіс, М.М. Алексєєв, К.Й. Пугачевська, Г. Пітерс, А.Р. Поляков, Х. Роузен, Ю.І. Скірко, В. Хруцький та інші.

Вчені також зосереджуються на ролі передових аналітичних інструментів, зокрема використанні великих даних і аналітики для кращого розуміння ринкових умов та прогнозування майбутніх трендів. Окрім того, вони підкреслюють значення сталого розвитку та соціальної відповідальності як інтегральної частини бізнес-стратегій.

У сучасних дослідженнях також акцентується увага на міжкультурному менеджменті та глобальній інтеграції, особливо для компаній, які прагнуть до міжнародного розширення. Врахування культурних особливостей різних ринків визначається як ключ до успішної глобальної конкуренції.

Формування цілей статті. Метою даної статті є детальний аналіз та оцінка різноманітних проблем і викликів, з якими стикаються підприємства у процесі бізнес-планування в умовах сучасного динамічного економічного середовища.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація значно змінила пейзаж бізнесу, створюючи нові можливості та виклики для підприємств у всьому світі. Вона не тільки розширила ринки і відкрила двері до міжнародної торгівлі, але й привела до підвищення конкуренції, зміни споживацьких вимог та посилення взаємозалежності економік. У цьому контексті, роль бізнес-планування стала набагато складнішою, вимагаючи від підприємств глибшого розуміння глобальних трендів, адаптації до культурних різниць та реагування на швидкі технологічні зміни. Цей аналіз спрямований на вивчення впливу глобалізації на бізнес-планування, розглядаючи ключові аспекти, такі як міжнародна експансія, управління ланцюгами постачань, культурні розбіжності, та необхідність інноваційного підходу в управлінні та стратегії.

Аналіз впливу глобалізації на бізнес-планування охоплює кілька ключових аспектів:

1. Розширення ринків:

- глобалізація відкриває нові ринки для підприємств, що вимагає розробки глобальних стратегій для входу та конкуренції на цих ринках.
- аналіз включає оцінку потенційних ринків, місцевих культурних особливостей та законодавчих вимог.

2. Конкуренція та стандартизація:

- глобалізація збільшує конкуренцію, оскільки підприємства з різних країн змагаються за глобальних клієнтів.
- необхідно аналізувати міжнародні стандарти та вимоги якості для забезпечення конкурентоспроможності продуктів або послуг.

3. Ланцюги постачання:

- складність ланцюгів постачання, включаючи управління міжнародними логістичними процесами та ризиками.
- важливо аналізувати та оптимізувати ланцюги постачання для зниження витрат та підвищення ефективності.

4. Технологічні виклики:

- глобалізація прискорює розповсюдження технологій, що вимагає від підприємств швидкої адаптації до нових технологічних трендів.
- необхідно враховувати вплив цифрових технологій на бізнес-моделі та операційні процеси.

5. Культурні та Етичні Вимоги:

- глобалізація вимагає від компаній розуміння та поваги до різноманітності культур та етичних норм в різних країнах.
- важливо аналізувати культурні аспекти та етичні стандарти при вході на міжнародні ринки.

Цей аналіз вказує на необхідність комплексного та стратегічного підходу до бізнес-планування в умовах глобалізації, з врахуванням усіх цих факторів для досягнення успіху на міжнародній арені.

Підприємства, що прагнуть розширитися на міжнародні ринки, зіштовхуються з високим рівнем конкуренції, де вони мають конкурувати не тільки з місцевими гравцями, але й з іншими глобальними компаніями. Одним з головних викликів є розуміння та адаптація до культурних, соціальних та економічних особливостей нових ринків, що може вимагати значних змін у продукті, маркетинговій стратегії та бізнес-моделі.

Компанії мають забезпечити відповідність своїх продуктів та послуг місцевим стандартам та нормативам, що часто вимагає додаткових інвестицій та ресурсів. Управління ланцюгами постачання стає складнішим у міжнародному контексті, де необхідно враховувати логістичні виклики, митні тарифи та затримки у доставці. Ризик валютних коливань та політичної нестабільності в різних країнах також є значним викликом для підприємств, що розширюються на нові ринки.

Необхідність інвестицій у місцеві маркетингові кампанії та просування бренду, щоб вибудувати репутацію та довіру серед нової аудиторії, є ключовим елементом успішного входу на міжнародні ринки.

Підприємства повинні впроваджувати гнучкі бізнес-моделі, здатні швидко адаптуватися до глобальних ринкових змін, включаючи технологічні інновації та зміни у споживацьких уподобаннях, використовувати передові технології для аналізу великих даних, щоб точніше прогнозувати майбутні тренди та адаптуватися до них, забезпечуючи тим самим перевагу в конкурентній боротьбі на глобальному рівні.

Висновки. Успіх підприємств у сучасному глобалізованому світі значною мірою залежить від їхньої здатності швидко адаптуватися до постійно змінних ринкових умов. Це вимагає не тільки гнучкості в стратегічному плануванні, але й оперативності у всіх аспектах діяльності. Особливо важливим стає ефективне використання технологій і аналізу даних для прогнозування майбутніх трендів і змін у поведінці споживачів, що дозволяє зберегти конкурентоспроможність.

Для полегшення входу в нові ринки та подолання різних бар'єрів, компаніям необхідно розвивати стратегічні партнерства та мережі. Нарешті, комплексний підхід до бізнес-планування, що включає стратегічне мислення,

інновації та готовність до швидкої адаптації, є вирішальним для досягнення успіху в змінному і вимогливому сучасному бізнес-середовищі.

Література:

1. Данік Н.В. Бізнес-планування як інструмент здійснення фінансового менеджменту в сучасних умовах розвитку України. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 2. Миколаїв. 2015 р. С. 81-84.*

2. Данік Н.В. Бізнес-планування як інструмент здійснення фінансового менеджменту в сучасних умовах розвитку України. *Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. № 1. С. 112..*

3. Пугачевська К.І., Плют Т.С. Значення бізнес-планування як чинника господарської діяльності в ринковій економіці. *Науковий вісник НЛТУ України. 2011. № 21.1. С. 256-260.*

УДК 658.012

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Фролова Ю.С.

Науковий керівник: Непран А.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено дослідженню методичних аспектів впровадження та ефективного функціонування комплексної системи економічної безпеки сучасного підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, система, ризики, загрози.

Постановка проблеми. Україна в даний час переживає період спаду в своєму економічному розвитку. Зовнішні та внутрішні фактори є причиною тривалої економічної кризи, що призводять до появи все більшої кількості загроз економічній безпеці як держави в цілому, так і її окремих підприємств і установ зокрема. Економічна безпека окремого підприємства знаходиться в значній залежності від стану і рівня безпеки державного бюджету, безпеки системи оподаткування, фінансово-грошової системи держави та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема економічної безпеки підприємств та установ останнім часом набула особливої актуальності. Однак, незважаючи на великий інтерес до неї вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків таких як Бригінець О.О. [1], Ляшенко О. М. [2], Піліпенко Н.М., Аванесова Н.Е., Мордовцев О.С. та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Серед проблем економічної безпеки підприємства, що вимагають невідкладного вирішення, необхідно виділити наступні, зокрема: відсутність визначеності у виборі складових економічної безпеки підприємства; наявність значних труднощів формалізованого опису динамічних властивостей підприємства з точки зору

забезпечення його економічної безпеки у взаємозв'язку з діями дестабілізуючих факторів; відсутність загальновизнаних вітчизняних методик оцінки рівня складових економічної безпеки підприємства, оскільки підходи, які отримали визнання в зарубіжній практиці, не завжди можна застосувати в умовах економіки України.

Формування цілей статті. Метою даної статті є розроблення методичних підходів до формування комплексної системи економічної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу. Українська дійсність диктує необхідність створення системи економічної безпеки підприємництва, що забезпечує стан захищеності життєво важливих інтересів юридичних осіб.

Економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. Економічна безпека підприємства характеризується сукупністю якісних і кількісних показників, найважливішим серед яких є рівень економічної безпеки. Рівень економічної безпеки підприємства – це оцінка стану використання корпоративних ресурсів за критеріями рівня економічної безпеки підприємства [1].

Система безпеки підприємства повинна бути унікальною на кожному підприємстві, так як залежить від рівня розвитку і структури виробничого потенціалу, ефективності його використання і спрямованості виробничої діяльності, якісного стану кадрів, виробничої дисципліни, стану навколишнього середовища, ризикованості виробництва тощо. Також ця система повинна бути комплексною [2]. Вона покликана забезпечити безпеку економічну, науково-технічну, кадрову, інтелектуальну, екологічну, інформаційну, фізичну, техногенну, пожежну тощо, – це означає, що в її складі повинні бути відповідні елементи, органи, сили, засоби та інше.

Метою системи безпеки є своєчасне виявлення і запобігання як зовнішніх, так і внутрішніх небезпек і загроз, забезпечення захищеності діяльності підприємства і досягнення ним цілей бізнесу [3]. Безумовно, досягнення поставленої мети можливо лише на основі вирішення комплексу завдань, зокрема: виявлення реальних та прогнозування потенційних небезпек та загроз; знаходження способів їх запобігання, ослаблення або ліквідації наслідків їх впливу; знаходження сил і засобів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства; організація взаємодії з правоохоронними та контрольними органами з метою запобігання та припинення правопорушень, спрямованих проти інтересів підприємства; створення власної, відповідної небезпекам і загрозам, служби безпеки підприємства.

Система безпеки підприємства покликана виконувати певні функції. Найбільш значущі з них наступні, а саме: прогнозування, виявлення, попередження та/або послаблення загроз, збереження майна підприємства, захист підприємства та його працівників, ліквідація наслідків, які виникли, якщо загрози були втілені у життя [4].

Основний сенс подібної системи полягає в тому, що вона повинна носити попереджувальний характер, так як формування системи економічної безпеки в рамках підприємства є необхідною умовою підтримки стабільності. При цьому ефективною може бути тільки комплексна система безпеки, організована відповідно до чинного законодавства і поєднує в собі заходи, представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Заходи щодо забезпечення комплексної системи економічної безпеки підприємства

№ з/п	Основні заходи	Зміст заходів
1.	Фізичні	створення перешкод для доступу до охоронюваного майна, фінансів, інформації
2.	Адміністративні	введення відповідного режиму роботи підприємства, створення служби безпеки
3.	Економічний	заходи матеріального стимулювання, фінансування захисних заходів
4.	Технічні	використання технічних засобів і системи охорони
5.	Програмні	використання сучасних інформаційних технологій, баз даних, систем захисту від несанкціонованого доступу до них і т. д.
6.	Морально-етичні	заходи морального впливу, Виховна робота, розробка кодексів поведінки, створення атмосфери корпоративного духу, партнерства однодумців тощо.

Система економічної безпеки підприємства включає до свого складу ті функціональні підсистеми, які сприяють задоволенню потреб та інтересів суб'єкта господарської діяльності у стабільному та сталому функціонуванні. Всі функціональні підсистеми повинні бути органічно пов'язані між собою і взаємодіяти в процесі регулювання, спрямованого на стабільне і стійке функціонування суб'єкта господарювання в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз.

Висновок. Таким чином, забезпечення комплексної системи економічної безпеки є одним з пріоритетних напрямків діяльності підприємств нашої країни.

Ігнорування вимог економічної безпеки призводить до негативних наслідків, що відбиваються як на її окремих складових, так і в цілому на перспективах діяльності підприємства у сучасних мінливих умовах зовнішніх та внутрішніх викликів, загроз, ризиків та небезпек. .

Література:

1. Бригінець О.О. Особливості формування механізму правового забезпечення фінансової безпеки України. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки. Львів, 2016. № 837. С. 36-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpurn_2016_837_7 (дата звернення 11.11.2023).

2. Ляшенко О.М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства: монографія. Київ: НІСД, 2015. 348 с.

3. Pilipenko N.M. Economic security as a dynamic characteristic of an

enterprise. *Economy and society*. 2017. №10. С.338-342.

4. Аванесова Н.Е., Мордовцев О.С., Сергієнко Ю.І. Теоретико-методичні засади ідентифікації та взаємозв'язку впливу дестабілізуючих факторів на економічну безпеку промислового підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №9. С. 20-28. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-9-20-28> (дата звернення 11.11.2023).

УДК 338.2

АВТОМОБІЛЬНІ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ

Хижниченко А.О.

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. У статті аналізуються сучасні проблеми і перспективи розвитку вантажних перевезень автомобільним транспортом в Україні у період активної фази війни. Окремо зазначено напрями впливу війни на розвиток транспортних перевезень в Україні.

Ключові слова: вантажні перевезення, автомобільний транспорт, війна, вплив, розвиток.

Постановка проблеми. Транспортний сектор з'єднує різні міста, міські та сільські райони, ринки, виробничі майданчики й експортні порти. Він є локомотивом економіки та її розвитку в умовах виробництва, споживання та торгівлі. На регіональному та міжнародному рівні це пов'язує країну з рештою світу, включаючи зовнішні фінансові ринки, торгівельний рух, інвестиційні потоки, рух ланцюгів поставок і ідей, сучасні засоби транспорту та зв'язку. Українська економіка важлива складова світового господарства і військовий напад росії на територію нашої держави суттєво вплинула на міжнародні економічні відносини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми вантажоперевезення в період війни надзвичайно актуальна тема. Окремі її аспекти аналізували такі відомі економісти, як: Зайцев Є.І., Кісіль Р., Сухіна Ю.С., Лукинський В.С., Садиков О.Н. та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Разом з тим, в контексті сьогодення багато питань потребують додаткового, спеціального вивчення з врахуванням особливостей, які існують внаслідок введення воєнного стану.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є аналіз особливостей вантажних перевезень автомобільним транспортом в умовах воєнного стану.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Вплив війни на розвиток транспортних перевезень в Україні є значущим та має декілька аспектів, які можна проаналізувати (рис. 1).

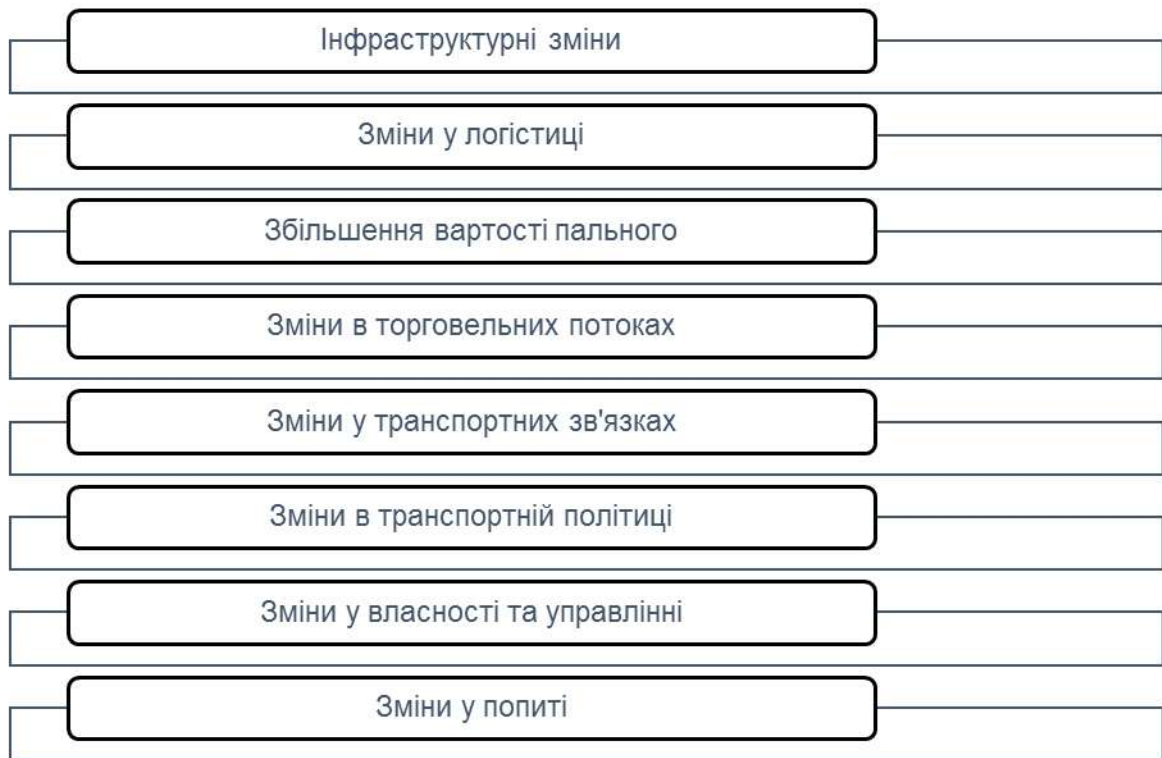


Рисунок 1 – Напрями впливу війни на розвиток транспортних перевезень в Україні (авторська розробка за [1-3])

Воєнні конфлікти можуть призвести до пошкоджень або зруйнування транспортних інфраструктурних об'єктів, таких як дороги, залізниці, мости та аеропорти, що може вплинути на швидкість та ефективність транспортних перевезень. Також війна може призвести до перерозподілу логістичних маршрутів через зміну контролю над територіями, що негативно відображується на ефективності постачання товарів та послуг, а також збільшенні витрати на транспортування.

Крім того, воєнні конфлікти можуть спричинити нестабільність на ринках пального, що в свою чергу може призвести до зростання цін на пальне. Такі негаразди негативно впливають на розмір експлуатаційних витрат транспортних компаній та вартість перевезень.

Воєнні конфлікти призводять до зміни торговельних шляхів та потоків через закриття кордонів або зміни у тарифах можуть вплинути на обсяги та напрямки транспортних перевезень. Вони можуть вплинути на транспортні зв'язки з іншими країнами через обмеження та санкції шляхом перегляду та перепрофілювання міжнародних транспортних маршрутів.

Водночас, умови воєнного часу можуть вимагати від держави перегляду та зміни транспортної політики для забезпечення безпеки, ефективності та стабільності в транспортному секторі. Крім того, воєнні конфлікти можуть призвести до націоналізації транспортних підприємств або зміни власності та управління важливими транспортними активами. Залежно від характеру

конфлікту, може відбутися зміна в споживчому попиті на транспортні послуги в зоні конфлікту або в суміжних регіонах.

Таким чином, узагальнюючи, військовий конфлікт в Україні має великий вплив на транспортні перевезення через зміни в інфраструктурі, торговельних маршрутах, вартості пального та загальній економічній нестабільності. Транспортні компанії повинні адаптуватися до цих умов, шукаючи оптимальні рішення для забезпечення ефективності та безпеки своїх операцій.

Автомобільний транспорт займає одну з головних ланок зовнішньої діяльності українського експорту та імпорту. Проте, у 2022 році внаслідок повномасштабного вторгнення РФ на територію України, загострилась проблема з нестачею транспортних засобів в галузі автомобільних вантажоперевезень, які були знищені, викрадені, а також залишені на окупованих територіях. Через мобілізацію до лав Збройних Сил України виникла потреба у водіях.

У 2022 році експортовано 12 млн. т товарів, що на 32,4% більше порівняно із 2021 роком. Близько 80% товарів було експортовано до Європейського Союзу, який є основним орієнтиром на зовнішній ринок для вітчизняних компаній, які займаються вантажними перевезеннями автомобільним транспортом. Автомобільні вантажоперевезення за обсягами імпорту, який протягом року поступово збільшувався, майже не поступаються залізничним вантажним перевезенням. Всього на територію України було ввезено 10,67 млн. т. вантажу [1].

Висновки. Загалом, вплив війни на розвиток транспортних перевезень в Україні є складним і багатограним, аналіз якого вимагає уваги до численних факторів та контексту сучасної ситуації. Аналіз послуг автомобільних вантажних перевезень в умовах повномасштабної війни показав, що економіка країни залежить від такої діяльності. Головною перевагою автомобільного транспорту в умовах війни є швидке переорієнтування в галузі перевезення вантажів.

Література:

1. Томчук, О., Головченко, Я. Аналітична оцінка послуг вантажних перевезень в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. №53. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-90>.
2. Лисий, В., Стебляк, Д. Вплив війни на розвиток транспортного перевезення в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2022. Вип. 43. С. 92-96. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-43-16>.
3. Гринів Н.Т., Равліковська А.А. Перебудова логістики в умовах воєнного стану в Україні. *Академічні візії*. 2022. Вип. 13. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7411975>.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Збірник студентських наукових праць

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

№15 (том 2) – 2023

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
ХК№1537-278Р від 31.07.2009 р.,
видане Головним управлінням юстиції у Харківській області*

Відповідальний за випуск

Шершенюк О.М.

В авторській редакції

Видавець ФОП Бровін О.В.

Свідоцтво про внесення суб'єкта до Державного реєстру
видавців та виготовників видавничої продукції серія ДК 3587 від 23.09.09 р.

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 5.81. Тир. 100 прим. Зам. 761.

Надруковано з макету замовника ФОП Бровіна І.П.
61022, м. Харків, вул. Трінклера, 2, корп.1, к.19. Т. (066) 822-71-30