

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

збірник студентських наукових праць

Харківського національного

автомобільно-дорожнього університету

№15 (том 1)

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. –
Харків: ФОП Бровін О.В., 2023. №15 (том 1). – 106 с.
ISBN 978-617-8238-04-9

Контактний телефон/факс:
(057) 738-77-87 – відповідальний секретар
Е-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

ISBN 978-617-8238-04-9

ЗМІСТ

Александров К.В.	ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ БІЗНЕСУ	5
Алексеев Д.Я.	ЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА З ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ У МІЖНАРОДНОМУ СПОЛУЧЕННІ	7
Бондар Я.Р.	ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ	10
Бродовський М.О.	КЛАСИФІКАЦІЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДІВ КАЛЬКУЛЮВАННЯ	13
Вершинін В.В.	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	15
Головінова О.С., Довгопята С.С.	СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗУМНОГО МІСТА В АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЇХ В УКРАЇНІ	18
Золотарьова А.М.	ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ: СУТНІСТЬ ТА ЗАДАЧІ	22
Івченко М.К.	АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У ЗВ'ЯЗКУ ІЗ ДИНАМІКОЮ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ	26
Караптан Р.В.	ПОБУДОВА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ	29
Колісник К.С.	ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА: АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ	33
Кривошликов В.О.	МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ВІДКРИТОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	35
Максименко М.І.	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗА НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	38
Науменко М.В.	АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	41
Нетребенко О.В.	АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	45
Панченко А.С., Тяло К.В.	ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	48

Перепеленко О.П.	ДІЛОВА (ПІДПРИЄМНИЦЬКА) СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	56
Піддубна В.С.	ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ ТА ЦІЛІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	59
Пісклова Д.А.	ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ МАЛИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	62
Помазан А.Г.	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	65
Пономаренко А.С.	ОСОБЛИВОСТІ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	68
Постольний І.В.	ЗНАЧЕННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	71
Приходько Ж.С.	РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	74
Самойленко Б.С.	РОЗРОБКА ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	77
Свищова Є.В., Комова С.С.	РОЗВИТОК ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	80
Сененко А.А., Олейнікова В.Д.	АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ	84
Стогул К.М., Богданова А.В.	КРИЗОВИЙ СТАН НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЙОГО НАСЛІДКИ	87
Ткаченко А.С.	ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	92
Хижниченко А.О.	ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	95
Шевченко М.Ю.	АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА	97
Шкуратов О.О.	МІЖНАРОДНІ ВАНТАЖНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ В ТУРБУЛЕНТНИХ РЕАЛІЯХ ЯК ШАНС НА ОНОВЛЕННЯ	100
Шмирьов М.С.	ПИТАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ВИРОБІВ З ПЛАСТМАС В КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО АСПЕКТУ	103

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ БІЗНЕСУ

Александров К.В.

*Науковий керівник: Поясник Г.В., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. *Стаття присвячена розгляду системи мотивації персоналу при побудові ефективної стратегії розвитку компанії. Разом з основними було доповнено перелік найбільш актуальних мотиваторів, які мають бути враховані при побудові системи мотивації в компанії.*

Ключові слова: *Система мотивації; стратегія компанії; елементи стимулювання персоналу, готельний бізнес.*

Постановка проблеми. Мотивація праці є одним з провідних інструментів управління персоналом, що безпосередньо впливає на економічний розвиток організації. Тому дослідження цієї проблеми завжди є актуальним, особливо з розгляду можливостей підвищення ефективності використання персоналу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні зміст мотивації розуміється вченими по-різному. А. Маслоу вважає що мотивація, як явище психічне, є сукупністю мотивів.

Усі теорії мотивації сходяться на тому, що поведінка індивіда переслідує певну мету і спрямована на її досягнення. А його вибір базується на власному досвіді, усвідомленні можливостей, сприйнятті поточної ситуації і тому подібне. Мотивацію розглядають як процес безперервного вибору і ухвалення рішень, як циклічний процес постійного взаємного впливу суб'єкта, дії і ситуації, результатом чого являється реальна поведінка [1].

Формулювання цілей статті. Основною метою є аналіз системи мотивації персоналу у взаємозв'язку з кадровою стратегією та пошук шляхів підвищення ефективності даних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними мотиваційними чинниками є, по-перше, результати праці з точки зору її соціальної значущості і, по-друге, матеріальна винагорода (те, що очікується, і те, що отримується). Оптимальною є така мотивація праці, при якій працівник усвідомлює свою значущість і одночасно задовольняє матеріальні потреби.

Систему мотивації праці на підприємстві готельної сфери треба будувати так, щоб кожен працівник міг чітко розуміти її зміст.

Звичайно, треба дотримуватися простих правил мотивації: більше і рідше; частіше, але менше – що дозволить ефективніше заохочувати кожен позитивний результат роботи. Заохочення персоналу повинне організовуватися за показниками, які сприймаються кожним як правильні. Ці дії повинні викликати у працівників відчуття справедливості і налагоджувати роботу не лише заради задоволення власних потреб, але спонукати до «дружніх стосунків» з адміністрацією або «гостями». З переліченого вище стає зрозуміло,

що мотивація – це частина трудового процесу, який полягає в підвищенні економічних результатів діяльності підприємства за допомогою матеріального і духовного стимулювання високих виробничих результатів працівника.

Тому мотивація персоналу і кадрова стратегія взаємозв'язані: немає грамотної кадрової стратегії без ефективної мотивації персоналу, як і немає хорошої мотивації персоналу без правильної кадрової стратегії. Говорити, що з них первинно, а що вторинно ненауково, але оскільки мотивація персоналу є одним із складових елементів загальної системи кадрової стратегії, то можна виділити три типи персоналу, особливо коли це стосується сфери готельних послуг [2].

1. Ефективний – це співробітники, які відрізняються високою самоорганізованістю, самоконтролем, готові самостійно вирішувати поставлені перед ними виробничі завдання, іншими словами це персонал, у якого сформована внутрішня мотивація, що відповідає цілям організації (готелю).

2. Неефективний – персонал з низькою мотивацією або орієнтований на невдачу, його необхідно увесь час стимулювати і підштовхувати до ефективної роботи.

3. Персонал, орієнтований не на інтереси організації, а тільки на свої особисті інтереси, які не співпадають з цілями організації.

Нині багато керівників звертають увагу на вимір рівня мотивації персоналу як базу для її розвитку. Відомо, що існують три види мотивації: матеріальна, моральна і соціальна (соцпакет).

Розуміння матеріальної мотивації як пріоритетної і ефективнішої в порівнянні з нематеріальною не завжди виправдане, хоча вона, безумовно, має певні переваги.

Особливо важлива гнучка різнопланова мотивація зараз, в умовах кризи, коли результатом є падіння курсу гривні по відношенню до основних валют, що викликає зменшення доходів населення [3].

Вирішення позначеної проблеми лежить в площині самих організацій і їх співробітників. Так, на основі результатів аналізу системи стимулювання ряду підприємств були зібрані пропозиції по розвитку методів стимулювання від їх співробітників. Окрім основних і стандартних були виявлені додаткові, «злегка забуті», але актуальні і нині. Якщо побажання розбити по групах, то ми можемо побачити наступну картину:

1. Матеріальне стимулювання:

- календарні (квартальні) премії;
- збільшення рівня посадового окладу;
- адресне преміювання за рацпропозиції і інновації в роботі.

2. Соціальний пакет:

- надання пільгових позик, у тому числі на купівлю житла / поліпшення житлових умов;
- побудова кар'єрних програм і кар'єрних сходів;
- оплата курсів підвищення кваліфікації;
- матеріальна допомога до відпустки.

3. Моральне стимулювання:

- можливість вибирати гнучкіший графік роботи;
- організація виїздів на природу;
- різноманітність корпоративних свят.

Ці мотиви слід правильно використати і направляти на досягнення цілей організації, коригуючи кожного разу після проведення вимірів і аналізу результатів кадрову стратегію.

Висновки. Підприємства сфери готельного бізнесу, виходячи зі свого економічного стану, повинні самі вибирати і розробляти найбільш економічні шляхи розвитку, тобто створювати ефективні стратегії, що дозволяють підвищити рівень конкурентоспроможності і посилити позиції на ринку.

У зв'язку з цим потрібна мобілізація усього персоналу підприємств через створення ефективних систем мотивації, які могли б стати потужною підмогою у справі реалізації амбітних стратегій, націлених на інноваційний прорив.

Тільки поклавши в основу виміру рівень мотивації персоналу і оцінки діючої системи стимулювання можна говорити про можливість підвищення ефективності використання персоналу підприємства.

Література:

1. Зеленько Г.І., Ганжурова Л.Ю. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства. Київ, 2018. 133 с.

2. Козак К.Б. Мотиваційна політика підприємства як фактор його конкурентоспроможності. Економіка харчової промисловості. Київ, 2019. Вип. 1(17). С. 21-24.

3. Оніщук Ю.Ю. Мотивація як одна зі складових ефективного управління розвитком людських ресурсів організації. Управління розвитком. Львів, 2020. Вип. 12. С. 137-139.

УДК 656.02

ЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА З ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ У МІЖНАРОДНОМУ СПОЛУЧЕННІ

Алексєєнко Д.Я.

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

Анотація. У статті розглядаються проблеми, з якими зіштовхнулися власники бізнесу, які займаються міжнародними автомобільними перевезеннями. Автоперевезення, як і інші галузі підприємництва, переживають складні часи через поширення COVID-19 по всьому світу, зокрема в Україні. Пандемія призвела до закриття багатьох підприємств та заводів в Україні та Європі, що мало вплив на обсяги міжнародних автомобільних перевезень [1]. В статті аналізується вплив COVID-19 на ринок міжнародних автомобільних перевезень та визначаються потенційні можливості для його розвитку.

Ключові слова: COVID-19, міжнародні перевезення, вантажні перевезення, підприємництво.

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 вразила всі сфери підприємництва, включаючи підприємців, що займаються вантажним автомобільним транспортом та перевезенням речей згідно з КВЕДом 49.4. Вони стикнулися з труднощами і борються за виживання [2]. Хоча ситуація в цій галузі не є настільки критичною, як в інших, вона все ж потребує уважного аналізу та оцінки потенційних перспектив.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями розвитку підприємництва та міжнародних автомобільних перевезень займалося досить багато вітчизняних вчених, серед яких: Дмитрієв І. [3-5, 7], Левченко Я. [3-4], Шевченко І. [3, 5, 7], Дрималовська Х. [6], Кирчата І. [7] та ін.

Невирішеною складовою загальної проблеми є відсутність досвіду здійснення підприємницької діяльності з перевезення вантажів у міжнародному сполученні в умовах турбулентних викликів.

Формування цілей статті. Мета статті полягає в оцінці потенційних можливостей збереження бізнесу міжнародних вантажних автомобільних перевезень в умовах впливу COVID-19.

Виклад основного матеріалу. Підприємницька діяльність (підприємництво) – це ініціативна, самостійна діяльність осіб або підприємств (фірм), націлена на отримання прибутку, або особистого доходу, і яка здійснюється на власний ризик та під власну майнову відповідальність [8].

За статистикою Міністерства інфраструктури України, автор аналізував структуру кількості діючих ліцензій в галузі автомобільного транспорту за різними видами діяльності, такими як перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів автомобільним транспортом, а також міжнародні перевезення пасажирів та вантажів автомобільним транспортом. (рис. 1).

Статистика показує, що підприємництво в міжнародних перевезеннях вантажів становить приблизно 23%. Під час початку пандемії Мінінфраструктури повідомило, що обмеження, що стосуються міжнародних вантажних перевезень, не застосовуються. [10, 11]. Підприємці, що займаються вантажними міжнародними перевезеннями, вижили під час пандемії COVID-19, в відмінність від багатьох інших галузей. Щоб Україна вийшла з кризи сильнішою, потрібно вже зараз думати про фінансову підтримку своїх виробників, особливо тих, які орієнтовані на експорт продукції з високою доданою вартістю [12]. Це може включати надання дешевих кредитів, які вже обіцяли виробникам у багатьох країнах. Кредитування автотранспортного бізнесу також є варіантом для розгляду.

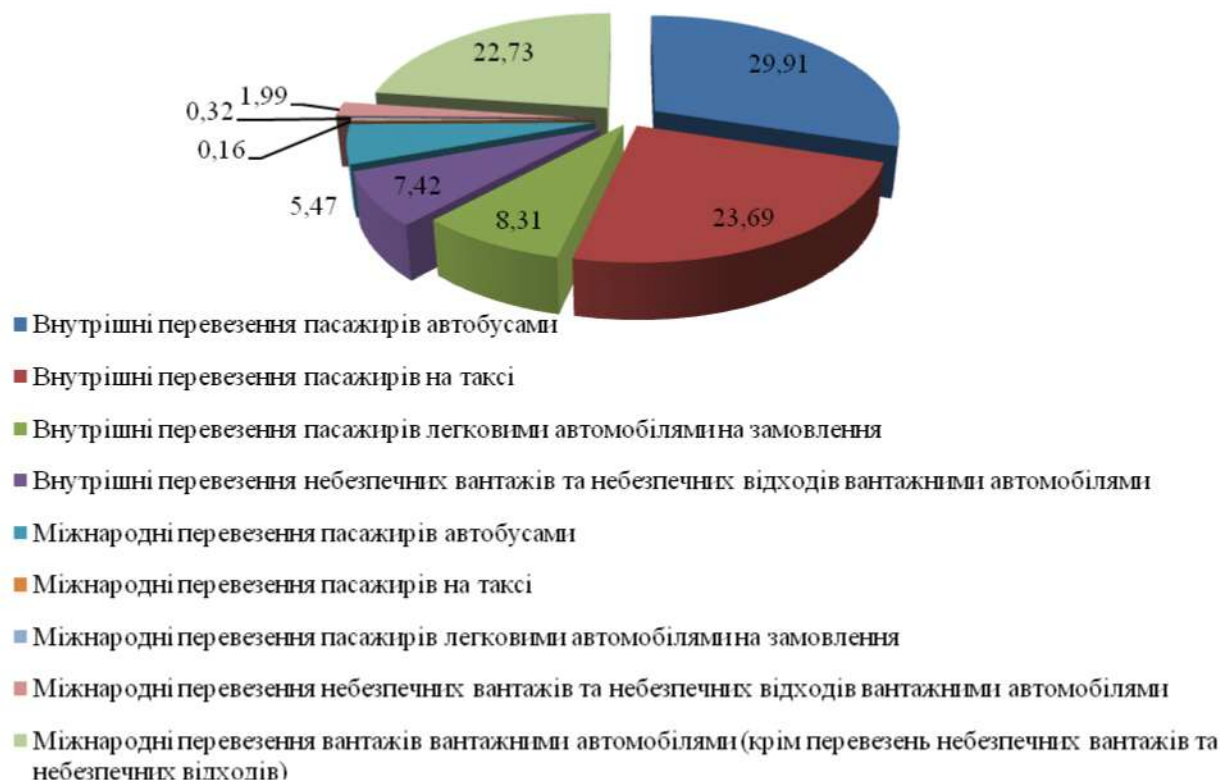


Рисунок 1 – Структура діючих ліцензій на право провадження господарської діяльності з перевезення (розраховано автором на основі [9])

Література:

1. *Логістика в умовах карантину: чи є шанс на відновлення*. CONTR AGENT. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/195323_logstika-v-umovakh-karantinu-chi--shans-na-vdnovlennya (дата звернення: 04.05.2023).
2. *Вантажний автомобільний транспорт, надання послуг перевезення речей*. Національний класифікатор України. URL: <https://kved2010.com/?code=N49.4> (дата звернення: 04.05.2023).
3. Дмитрієв І.А., Левченко Я.С., Шевченко І.Ю. *Економіка і бізнес: навч. посіб.* Харків, 2018. 264 с.
4. Дмитрієв І.А., Левченко Я.С. *Транспортне підприємництво: навч. посіб.* Харків : ХНАДУ, 2018. 308 с.
5. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. *Економіка підприємства: навч. посіб.* Харків : ХНАДУ, 2018. 292 с.
6. Дрималовська Х.В. *Розвиток диверсифікації на підприємствах : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Нац. ун-т «Львівська політехніка»*. Львів, 2016. 219 с.
7. *Економіка підприємств автомобільного транспорту* / Дмитрієв І.А., Іванілов О.С., Шевченко І.Ю., Курчата І.М. Харків, 2018. 308 с.
8. *Поняття про підприємництво. Основи галузевої економіки і підприємництва*. URL: http://cpto.dp.ua/public_html/posibnyky/posibnyk/page15.html (дата звернення: 04.05.2023).

9. Статистичні дані по галузі автомобільного транспорту. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu.html> (дата звернення: 04.05.2023).

10. До уваги автомобільних перевізників! Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/news/31671.html> (дата звернення: 04.05.2023).

11. Як працюватимуть пункти пропуску. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2824553290926095&set=a.357818284266287&type=3&theater> (дата звернення: 04.05.2023).

12. Коронавірус vs транспорт: нокдаун чи лише хук з аперкотом? Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2896098-koronavirus-vs-transport-nokdaun-ci-lise-huk-z-aperkotom.html> (дата звернення: 04.05.2023).

УДК 330.1

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

Бондар Я.Р.

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

Анотація. У дослідженні визначено шляхи управління фінансовим потенціалом суб'єктів господарювання. Визначено, що завданням управління фінансовим потенціалом підприємства є оптимізація фінансових потоків з метою максимального збільшення позитивного фінансового результату. Для цього підприємство повинно розробляти і ефективно застосовувати відповідні стратегії фінансування. Зазначені елементи стратегії управління фінансовим потенціалом, які в кінцевому результаті визначають конкурентоспроможність будь-якого підприємства.

Ключові слова: фінансовий потенціал, управління, стратегія, механізм, суб'єктів господарювання.

Постановка проблеми. Фінансовий потенціал є одним із основних факторів, який визначає успішність роботи підприємства у сучасних умовах ринку. Чим він вищий, тим більш конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство.

В умовах швидко мінливого ринкового середовища України перед суб'єктами господарювання постають проблеми ефективного використання наявних ресурсів, пошуку резервів підвищення продуктивності діяльності, оптимізації структури майна. Для вирішення цих проблем фінансово-економічні служби підприємства мають ефективно управляти його фінансовим потенціалом, що зумовлює актуальність теми нашого дослідження.

В умовах ринкової економіки управління фінансами охоплює всю систему управління підприємствами. Стан фінансів суб'єктів господарювання залежить від їх фінансового потенціалу. Отже, у сучасних умовах економіки

виникає необхідність використання якісних підходів до управління фінансовим потенціалом суб'єкта господарювання, що пов'язано з наступними чинниками:

Таким чином, усі вищеперераховані чинники на рисунку 1.1 вказують на нагальну необхідність дослідження шляхів управління фінансовим потенціалом суб'єктів господарювання, що буде проведена у даному дослідженні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування, управління та оцінки фінансового потенціалу підприємства були досліджені у багатьох працях відомих науковців, а саме: Н.С. Барабаша, Є.В. Боровікової, В. Бикової, І.Г. Брітченко, А. М. Волкова, І.М. Герасименка, І.З. Должинського, Ф.І. Євдокімова, Т.О. Загорної, Г.О. Кравченка, Л.А. Мачкура, Г.В. Митрофанова, І.П. Мойсеєнко, А.С. Назаренко, О.І. Олексюка, Ю.О. Путятіна, В.М. Ращупкіної, В. Свірського, О.О. Удалих, А.С. Федоніна, П.А. Фоміна, М.А. Юдіна та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. У результаті проведених досліджень вченими розроблені сучасні методики дослідження, оцінки та формування фінансового потенціалу підприємства. Однак, незважаючи на досягнуті результати, ряд теоретичних і методичних проблем пов'язаних із механізмом управління фінансовим потенціалом підприємств потребують проведення подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження шляхів управління фінансовим потенціалом суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу. Будь яке підприємство представляє собою самостійний господарський суб'єкт, що має право юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою максимізації прибутку. В умовах ринкової економіки управління фінансами підприємства охоплює усю систему управління підприємствами. Стан фінансів суб'єкта господарювання залежить від ефективного управління його фінансовим потенціалом, що є основою діяльності.

Управління – це сукупність скоординованих заходів, спрямованих на досягнення господарських цілей підприємства. Отже, завданням управління фінансовим потенціалом підприємства є оптимізація фінансових потоків з метою максимального збільшення позитивного фінансового результату. Для цього підприємство повинно розробляти і ефективно застосовувати відповідні стратегії фінансування.

У найзагальнішому вигляді під стратегією управління фінансовим потенціалом підприємства розуміють комплекс заходів з управління фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання з метою отримання економічної вигоди та забезпечення безперервного виробничого процесу.

Формування стратегії управління фінансовим потенціалом включає ряд етапів:

1. Аналіз та виділення із загальної стратегії розвитку підприємства пріоритетів при формуванні стратегії управління фінансовим потенціалом.

2. Розробка цільових орієнтирів, в основі яких лежать наступні процедури: аналіз та прогнозування фінансово-економічного стану зовнішнього

середовища, аналіз внутрішнього середовища підприємства, виявлення сильних та слабких сторін.

3. Адаптація до умов зовнішнього середовища.

4. Визначення основних напрямків формування, накопичення, розподілу ресурсів, пошук нових джерел позикових коштів.

5. Формування елементів стратегії управління фінансовим потенціалом (планування і контроль фінансових потоків та ресурсів, організаційно-правове оформлення, вибір фінансових інструментів, аналіз та оцінка фінансових ризиків, податкове планування).

6. Розробка та реалізація стратегії управління фінансовим потенціалом в рамках стратегічних планів.

7. Аналіз і контроль стратегії управління фінансовим потенціалом.

8. Використання результатів аналізу для конкретизації стратегічних напрямків розвитку підприємства.

Формування стратегії управління фінансовим потенціалом має включати наступні складові:

- діагностика та прогнозування фінансового потенціалу підприємства;
- стратегічне і тактичне планування;
- вибір ефективних фінансових інструментів, у тому числі в межах інвестиційних рішень, що приймаються;
- управління фінансовими ризиками;
- податкове планування;
- організаційно-правове оформлення та подальший контроль фінансових потоків.

Таким чином, зазначені елементи стратегії управління фінансовим потенціалом в кінцевому результаті визначають конкурентоспроможність будь-якого підприємства, що має за мету отримання позитивного економічного ефекту.

Література:

1. Арєф'єва О.В., Корєнков О.В. *Управління потенціалом розвитку промислових підприємств*. К.: Грот, 2004. 199 с.

2. Маринич І.А., Дзіковський І.І. *Сучасні підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства*. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.1. С. 105-108.

3. Лапін Є.В. *Економічний потенціал підприємства промисловості: формування, оцінка, управління* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. екон. наук : 08.07.01. Х.: НТУ «Харківський політехнічний ін-т», 2006. 37 с.

4. Безручко О.А. *Управління економічним потенціалом промислового підприємства на різних стадіях життєвого циклу*: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Кременчук: Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського, 2016. 254 с.

КЛАСИФІКАЦІЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДІВ КАЛЬКУЛЮВАННЯ

Бродовський М.О.

*Науковий керівник: Поясник Г.В., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. У дослідженні систематизовано основні підходи до класифікації собівартості продукції та методів її калькулювання. Запропоновано узагальнену класифікацію собівартості продукції, яка об'єднує у собі концептуальніші для потреб управління собівартістю ознаки та її види, а тому дозволяє вчасно прийняти ефективне управлінське рішення. Визначено, що основними методами калькулювання собівартості продукції є: позамовний метод, попередільний метод й однопредільний метод.

Ключові слова: собівартість, класифікація собівартості продукції, методів калькулювання, система управління собівартістю.

Постановка проблеми. Головною метою функціонування підприємства є забезпечення його стійкого розвитку. Цього можливо досягти за умови постійного пошуку та реалізації заходів щодо підвищення рівня економічної ефективності господарювання. Собівартість продукції, що відображає поточні витрати, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, є одним із показників, який впливає на ефективність виробничої діяльності підприємства та його структурні підрозділи. Тому питання визначення собівартості окремих видів продукції промислових підприємств, планування та аналізу з метою пошуку та реалізації заходів щодо зниження рівня витрат потребують постійного вивчення, оскільки від цього залежать результати діяльності самого підприємства, його економічний розвиток, що зумовлює актуальність теми нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування, управління та оцінки собівартості продукції підприємства були досліджені у багатьох працях відомих науковців, а саме: Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, М.С. Пушкар, П.Т. Саблук, В.В. Сопко, М.Г. Чумаченко А.Ф. Аксененко, В.П. Завгородній, М.А. Болух, М.І. Маниліч, О.В. Миронюк, Й.С. Мацкевічюс, В.М. Пархоменко, Г.В. Савицької, Д. Фостера, Ч.Т. Хорнгрена та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. У результаті проведених досліджень вченими розроблені сучасні методики дослідження, оцінки та формування собівартості продукції підприємства. Однак, незважаючи на досягнуті результати, ряд теоретичних і методичних проблем пов'язаних із розробкою системи управління собівартістю продукції, а також використанням ефективних та дієвих методів зниження витрат промислових підприємств потребують проведення подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою статті є систематизування основних підходів до класифікації собівартості продукції та методів її калькулювання;

Виклад основного матеріалу. У дослідженні пропонується узагальнену класифікацію собівартості продукції, яка об'єднує у собі концептуальніші для потреб управління собівартістю ознаки та її види, а тому дозволяє вчасно прийняти ефективне управлінське рішення.

Повна собівартість складається з виробничої собівартості, витрат на збут та адміністративних витрат. Показник повної собівартості використовується не для оцінки активів, а для цілей довгострокового планування і визначення ціни на продукцію.

Планова собівартість визначається з урахуванням прийнятих норм витрат матеріальних ресурсів, тарифних ставок і норм виробітку, а також планових показників виробництва продукції.

Метою планування собівартості є економічно обґрунтоване визначення величини витрат, необхідних у плановому періоді для виробництва кожного виду і всієї промислової продукції підприємства, що відповідає вимогам її якості. Розрахунки планової собівартості окремих виробів, товарної і валової продукції використовуються для визначення потреби в оборотних коштах, планування прибутку, визначення економічної ефективності окремих організаційно-технічних заходів і виробництва в цілому, для планування, а також для формування цін.

Фактична собівартість може відрізнятися від планової, тому що вона характеризує реальні витрати на виробництво і реалізацію.

Процес калькулювання собівартості продукції – це узагальнення інформації про витрати, пов'язані з виготовленням продукції. Застосування калькулювання дозволяє визначити:

- виробничу собівартість одиниці продукції (тобто собівартість одиниці готової продукції);
- повну собівартість одиниці продукції (розрахунок всіх витрат на одиницю продукції);
- відпускну ціну одиниці продукції.

Основними методами калькулювання собівартості продукції є: позамовний метод, попередільний метод й однопередільний метод. Основні відмінності між методами калькулювання обумовлені тим, що різні об'єкти обліку витрат (калькуляційні одиниці), за якими ведеться аналітичний облік витрат і визначається собівартість.

Калькуляція фактичної виробничої та повної собівартості всієї продукції (незалежно від обраного методу калькулювання) складається на підставі зведеного обліку витрат на виробництво.

Застосування таких методів може поєднуватися із застосуванням нормативного методу калькулювання собівартості та обліку витрат. Такий метод обліку витрат:

- дозволяє здійснювати повсякденний поточний контроль за зниженням витрат виробництва;

– забезпечує своєчасне виявлення економії або додаткових витрат за рахунок відступів від встановленого технологічного процесу, змін складу витрачених сировини, матеріалів тощо, асортименту випущеної продукції.

Принцип застосування нормативного методу полягає в наступному:

– підприємство самостійно встановлює нормативи витрат на кожну калькуляційну одиницю. На підставі таких норм складаються нормативні калькуляції собівартості кожної калькуляційної одиниці в натуральному і грошовому вираженні. При цьому враховується нормальний рівень використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін;

– діючі поточні норми підлягають зміні в міру впровадження організаційно-технологічних заходів на підприємстві;

– відхилення фактичних витрат від діючих норм підлягають виявлення та документування по місцях, причин і винуватців їх виникнення;

– фактичні витрати на виробництво продукції розбиваються на витрати за встановленими нормами, відхилення від діючих норм і зміни діючих норм.

Таким чином, загальна класифікація собівартості і методи її калькулювання є базовою основою для управління собівартістю підприємства. У наступному пункті будуть досліджені методичні підходи до впровадження ефективної та дієвої системи управління собівартістю продукції промислового підприємства.

Література:

1. Міценко Н.Г., Мизгала С.В. Собівартість як економічна категорія та її місце серед витрат підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. №19(4). С. 129-132.

2. Пилипів Н.І. *Облік і контроль затрат на газотранспортних підприємствах: монографія*. Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ, 2007. 364 с.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]: положення: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. №318 (зі змінами і доповненнями). URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 04.05.2023).

УДК 336.72

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вершинін В.В.

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

Анотація. Статтю присвячено побудові удосконаленої системи бюджетного фінансового планування промислового підприємства сучасних мінливих умовах зовнішніх та внутрішніх викликів.

Ключові слова: фінансове планування, бюджетування, фінансовий контроль.

Постановка проблеми. В сучасних умовах функціонування кожного підприємства підвищення якості та економічної ефективності планування, прогнозування та управління фінансовими ресурсами підприємства, безсумнівно, набуває особливого значення. В Україні цей процес впровадження основ практичного життя загалом лише на стадії становлення, і основною проблемою, яка впливає на цю ситуацію, є відсутність належного рівня розвитку саме теоретичної основи та системи забезпечення соціо-економічна стійкість підприємства шляхом ефективного управління фінансами, планування та прогнозування операційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теоретичної безпеки фінансового планування помітне в працях вітчизняних та зарубіжних вчених, як- Гонта О., Кальченко О., Жук О., Даниленко О.В., Ілляшенко К.В., Пилипів Н.І. Ювженко Н.М. та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Однак незважаючи на дослідження вищепредставлених вчених питання щодо удосконалення системи бюджетного планування промислового підприємства залишається актуальною, що й зумовило вибір тематики нашого дослідження.

Формування цілей статті. Метою даної статті є доведення пропозицій щодо удосконалення системи бюджетного планування промислового підприємств в сучасних мінливих умовах внутрішніх та зовнішніх викликів.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах підприємствам важко вижити без грамотного планування своєї діяльності. Бюджетне планування стає все більш популярним серед великих виробничих промислових підприємств. Маючи план бюджету, керівництво може контролювати свої витрати, стежити за виконанням плану доходів у строки бюджету, виявляти причини відхилення фактичних показників від планових, своєчасно коригувати план.

Є три основні умови фінансового планування, а саме:

1. Прогнозування. Від точності прогнозу залежить ефективність планування. Як правило, прогнозуються ті показники, якими підприємство не може повністю керувати, наприклад, обсяг продажів, ризик, взаєморозрахунки тощо.

2. Вибір оптимального фінансового плану. Варіантів декілька, і виходячи з інтуїції та досвіду роботи вибирається один із бюджетних варіантів.

3. Контроль виконання фінансового плану. У міру його реалізації фактичні показники порівнюються з плановими, після чого вносяться необхідні корективи.

Підготовка бюджету вимагає зусиль і участі представників різних підрозділів підприємства. Тому керівництво просто зобов'язане володіти інформацією про стан справ на підприємстві. Для цього необхідно повсюдно впроваджувати сучасні інформаційні технології, своєчасно керувати діяльністю громадян і миттєво реагувати на будь-які небезпечні ситуації.

Дуже часто керівники та економісти підприємства використовують бюджетування шляхом збільшення – це бюджетування за фактично досягнутими результатами за попередній період. Завдяки такому підходу фактичні показники коригуються з урахуванням цінової та податкової політики держави та інших

факторів. Перевагою цього методу є простота, тому метод є найбільш поширеним.

Однак при використанні цього методу легко сплутати розподіл доходів і витрат по місяцях і кварталах, особливо якщо продажі носять сезонний характер. Тут вже необхідно застосовувати математичні методи аналізу часових рядів за допомогою спеціального програмного забезпечення. Якщо підприємство не має коштів на закупівлю дорогих продуктів, що дозволяють автоматизувати процес планування, таких як MS Project, Project Expert, то на першому етапі необхідно використовувати дешевше його.

Таким чином на рис. 1 показано послідовність складання та зв'язку бюджетів промислового підприємства.

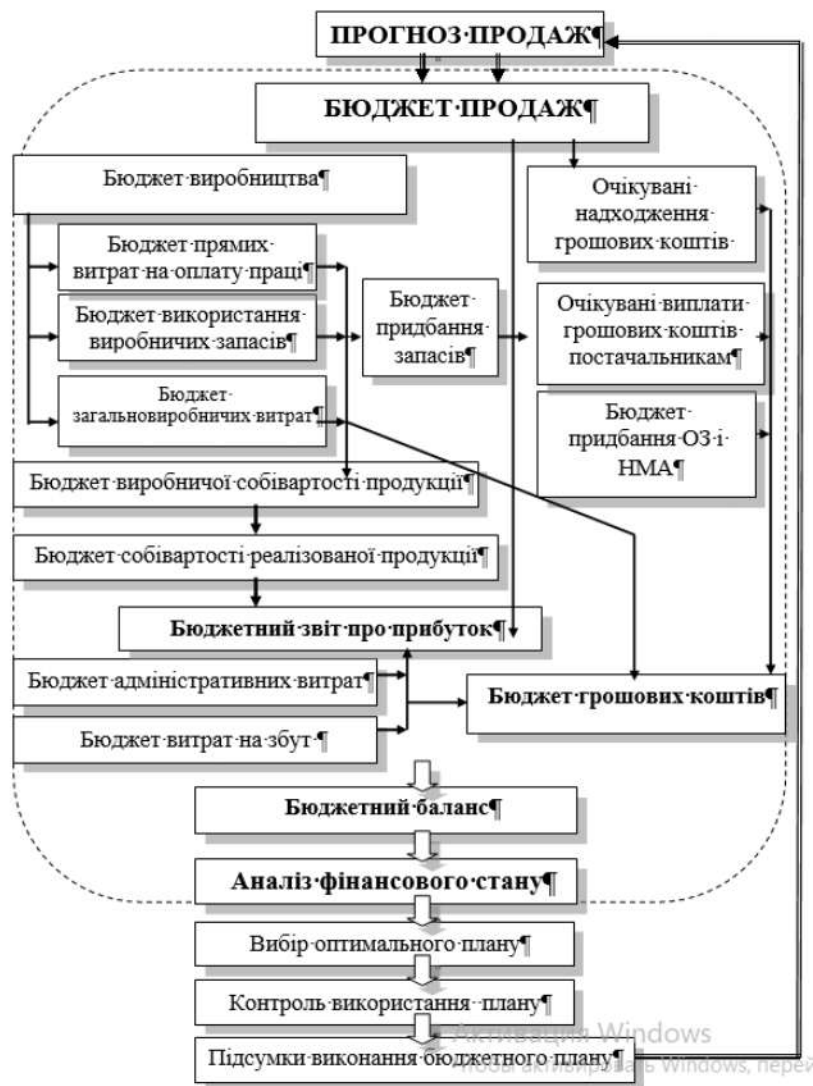


Рисунок 1 – Система бюджетного планування промислового підприємства

Отже з'ясовано, що план повинен створюватися на основі майбутнього бюджету доходів від продажів. Як правило, цей бюджет включає прогнози продажів, які можна отримати зі статистики продажів за попередні роки. Бюджетний план можна розділити на дві частини. Операційні бюджети – набір бюджетів витрат і доходів, які забезпечують звіт про бюджет прибутку. Фінансові

бюджети – сукупність бюджетів, які відображають рух грошових коштів і фінансовий стан підприємства. Відправною точкою для створення бюджетного плану є бюджет продажів. Бюджет продажів – це операційний бюджет, який містить інформацію про запланований обсяг продажів, ціну та очікувану виручку від реалізації кожного виду продукції. Підготовка всіх операційних і фінансових бюджетів відбувається після розробки проекту бюджету продажів.

Висновок. Таким чином, можна стверджувати, що набуває важливості практичного впровадження удосконаленої системи фінансового планування в практичну діяльність вітчизняних підприємств. Для цього треба розробляти або замовляти спеціальні програми, які б відповідали наведеним в дослідженні параметрам, що теж потребує значних вкладень. Тому вирішення цієї проблеми пожвавить економіку країни, дасть великим підприємствам життєво новий імпульс економічного розвитку та умови для успішного здійснення фінансового планування та прогнозування.

Література:

1. Гонта О., Кальченко О., Жук О. Фінансове планування на підприємствах реального сектору економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал. 2017. № 4(12). С. 128-133.
2. Даниленко О.В. Сучасні системи автоматизації бюджетування на промислових підприємствах. Вісник Хмельницького національного університету. 2012. № 4, т. 3. С. 208-211.
3. Ілляшенко К.В. Інформаційні системи управління в обліку й аналізі аграрних підприємств. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2013. № 4(70). С. 440-445.
4. Пилипів Н.І. Особливості організації внутрішньогосподарського обліку затрат підприємств нафтогазового комплексу в умовах застосування інформаційних систем. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2010. № 6, т. I. С. 89-96.
5. Ювженко Н.М. Зарубіжний досвід застосування автоматизованих систем бюджетування. Економіка та держава. 2019. № 4. С. 106-111.

УДК 654.071

СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗУМНОГО МІСТА В АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЇХ В УКРАЇНІ

Головінова О.С., Довгопята С.С.

Науковий керівник: Пушкар Т.А., к.е.н., доцент

Харківський національний університет міського господарства

ім. О.М. Бекетова

Анотація. Урбанізація висвітлює ряд гострих проблем в розвитку міста, охоплюючи усі сфери життєдіяльності міста. Активне впровадження інноваційних цифрових технологій виступає основним драйвером міського

сталого розвитку. В світі відбувається процес переосмислення управління міським розвитком, все більше кількість міст переходить до концепції розвитку під назвою «розумне» місто. В процесі після воєнного відновлення для міст України стане визначальною, бо на даному етапі цифровізації сучасне місто не може не бути «розумним». В статті розкрито досвід реалізації проєктів розумного міста, який в подальшому буде корисним при формуванні стратегій відновлення міст України.

Ключові слова: розумне місто, інтернет речей, цифровізація, світовий досвід, електронні сервіси, розвиток.

Постановка проблеми. Розгляд питань з цієї теми є актуальним для українських міст, через те, що у світі вже існує велика кількість розумних міст, у яких комфортно почуваються як жителі, так і керівництво міських служб. Окреслене проблемне питання полягає в тому, що для України досі не розроблено комплексної програми розумної та цифрової трансформації українських міст, що зумовлює необхідність вивчення світового досвіду реалізації стратегій розумних міст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над вирішенням питань розвитку та впровадженню технологій розумного міста працювала значна кількість українських вчених, зокрема Приходько В.П., Єгорова О.О., Пушкар Т.А., Серьогіна Д.О., Бойко В.Д., Єршова О.Л. [1-4]. Проте, ще багато питань щодо ефективної реалізації проєктів сталого «розумного» розвитку міст залишаються недостатньо вивченими і потребують подальшого поглибленого дослідження, що зумовило актуальність теми, вибір мети і напрямків дослідження.

Невирішені складові загальної проблеми. Україна має низку невирішених питань при реалізації стратегій розумного міста. Перше питання стосується відсутності стратегічного бачення. Розумні рішення мають бути зафіксовані у стратегії кожного окремого населеного пункту. Багато глобальних мегаполісів розробили індивідуальні ініціативи розумного міста. Друге питання – фінансування таких проєктів. У розвинутих країнах для цього реалізуються різні програми, в проєктах беруть участь інвестори, що представляють різні сфери – бізнесу, державної влади, приватних осіб. Україна має досвід реалізації значної кількості цікавих проєктів цифровізації сфери життєдіяльності міст, які залишаються нереалізованими через відсутність коштів. І третє питання стосується наявності досвідчених кадрів, які здатні запускати інноваційні проєкти сталого міського розвитку.

Формулювання цілей статті. Цілями цієї статті є дослідження основних технологій розумних міст, аналіз закордонної практики розвитку розумних міст, проблемних питань та шляхів їхніх вирішень завдяки інноваційним «розумним» технологіям, дослідження перспектив розвитку розумних міст в Україні в період післявоєнного відновлення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основна тенденція в часи Четвертої промислової революції в сфері життєдіяльності міст є запровадження та розвиток «розумних» міст.

Активне зростання міського населення сприяє вирішенню соціально-економічних питань, громадського обслуговування диспропорції та екологічні загрози. Багато аспектів міської інфраструктури та діяльності місцевих органів влади не можуть задовольнити потреби мешканців, відвідувачів, підприємств і шкіл. Покращення міст і підготовка до безпечного, інклюзивного та сталого розвитку ставить перед міськими планувальниками, новаторами та партнерами з приватного сектора складні виклики та відкриває нові можливості.

Сьогодні провідні країни світу змагаються між собою за звання кращих у сфері новітніх технологій, розвитку та цифровізації міст, штучного інтелекту. Їх стимулює віра в можливості зробити життя населених пунктів більш ефективним, зручним, раціональним і екологічно безпечним. Виникнення таких ідей актуально для цього часу, особливо в густонаселених районах азіатсько-тихоокеанського регіону, де вже проживає понад 60% населення планети та які є місцем зародження багатьох інноваційних «проривних» технологій.

Для Азії розумні міста є життєво необхідними. В майбутньому цей регіон, як і зараз, буде лідирувати за показниками народжуваності, тому вже сьогодні державні органи повинні забезпечити нормальну якість життя для громадян та вберегти ресурси природи.

Міжнародна організація даних (IDC) у рамках проведення щорічного нагородження Future Enterprise Awards [5] оприлюднила переможців азіатсько-тихоокеанського регіону за різними номінаціями (табл. 1).

Для міст України в умовах післявоєнного відновлення корисним може бути досвід міста Гонконг. Для успішного і динамічного розвитку міста необхідна транспортна система, яка відповідає його потребам. Ця система повинна випереджати потреби міських пасажирських і вантажних перевезень. У міжнародній практиці є досвід впровадження технологій інтелектуальної транспортної системи, що ефективно керує дорожнім рухом та міським транспортом, без збільшення кількості вже існуючих доріг. Якщо брати досвід міста Гонконг, то у місті діє електронна картка, що дозволяє оплачувати проїзд у всіх видах міського транспорту, також існує система автоматичного регулювання світлофора.

Принцип дії базується на відстеження кількості автомобілів, що стоять біля світлофора, коли горить зелене світло, система може збільшувати час, тим самим зменшуючи кількість заторів [6].

Іншим прикладом може бути дистанційне зондування житлових будівель і приміщень у місті Сеул. Така система застосовується, наприклад, для того, щоб дистанційно стежити за людьми похилого віку. Датчики реагують на рухи людей у їхніх будинках. У випадку, коли певний час не спостерігається ніякого руху, пристрій повідомляє про це опікунів та працівників центрів соціального забезпечення про необхідність вжиття заходів. Для сповіщень пристрої фіксують наступну інформацію в режимі реального часу: використання електроприладів, пересування, температура, вологість повітря, освітлення [7].

Таблиця 1 – Список переможців азіатсько-тихоокеанського регіону премії Future Enterprise Awards за 2021-2022 роки [5]

Номінація	2021 рік		2022 рік	
	Організація	Країна	Організація	Країна
Майбутнє підприємство року	FWD Group Kasikornbank Qingdao Haier	Сінгапур Тайланд Китай	Midea Group	Китай
Найкращий зв'язок у майбутньому	Петронас	Малайзія	Бірла Карбон (проект Global SASE)	Індія
Найкращий досвід клієнта в майбутньому	Банк Китаю (Гонконг) Лімітед	Гонконг	Банк Китаю (Гонконг) Лімітед	Гонконг
Найкраща цифрова інфраструктура в майбутньому	Bharti AXA Life Insurance Company Limited	Індія	Presicarte	Тайвань
Найкращі цифрові інновації в майбутньому	Банк Тайбей Фубон	Тайвань	Petroliam Nasional Berhad (Petronas)	Малайзія
Найкращі системи промисловості в майбутньому	Комісія землетрусу	АНЗ	Xiamen C&D Paper & Pulp Co., Ltd.	Китай
Найкращий інтелект у майбутньому	KOTRA Trade Investment Big Data Platform	Корея	Zuellig Pharma Holdings Pte. TOB	Сінгапур
Найкраще в майбутній операції	Проект цифрової трансформації IT Unilever в Китаї	Китай	China Railway Electrification Bureau (Group) Co., Ltd.	Китай
Найкраще в майбутнім довіри	GrabDefence: набір рішень для захисту від ризиків	Сінгапур	Національна служба інформаційних ресурсів	Корея
Найкраще в майбутній роботі	Програма автоматизації CapitaLand	Сінгапур	НКТ	Гонконг

В Україні спостерігається значна частка літніх людей, що проживають самотійно, тому такі системи допоможуть швидко реагувати на виникаючі проблеми.

Висновки. Отже, сьогодні концепція «розумного міста» стає актуальнішою щодня. У наші дні різні форми «розумного міста» реалізовані та реалізуються у 2500 містах світу. Наразі в Україні відсутні національні концепція та стратегія розвитку розумних міст. Визначено головні цілі розумного міста – оптимізація функцій міста та стимулювання економічного зростання, покращення якості життя громадян за допомогою інтелектуальних технологій та аналізу даних. Криза та військовий конфлікт, які переживає Україна, не повинні бути перешкодою інноваційним структурним змінам. Навпаки, в умовах кризової ситуації можна посилити процес модернізації,

створити механізми привабливості для структури економіки нових галузей та нових секторів. Проаналізувавши розумні міста Сеула та Гонконгу, можна побачити можливість впровадження кращих зарубіжних практик розвитку розумних міст в Україні.

Література:

1. Приходько В.П., Єгорова О.О., Кропова А.С. Розумні міста у процесах інноваційного розвитку Європейського Союзу: таргетування, ресурси та потенціал. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 24. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/12.pdf
2. Pushkar, T., Serogina, D., Mykhailova, K., Zhovtyak, H., Sobolieva, H. (2023). World Experience of Smart City Development. In: Arsenyeva, O., Romanova, T., Sukhonos, M., Tsegelnyk, Y. (eds) Smart Technologies in Urban Engineering. STUE 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 536. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-20141-7_55
3. Єршова О.Л., Бажан Л.І. Розумне місто: концепція, моделі, технології, стандартизація. Статистика України. 2020. № 2-3. С. 68-77. URL: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/download/300/277>
4. Пушкар Т.А., Серьогіна Д.О., Михайлова К.В. Розвиток «розумних міст» в умовах цифрової трансформації. Держава та регіони. 2022. Вип 1 (124). С. 116-121. URL: http://www.scientificview.umsf.in.ua/archive/2022/3_79_2022/19.pdf IDC FUTURE ENTERPRISE AWARDS. URL: <https://idcdxawards.com/past-winners-2022/#awards-section>
5. Smart City Hong Kong. URL: <https://www.aboutsmartcities.com/smart-city-hong-kong/>
6. SmartCitiesWorld City Profile – Seoul. URL: <https://www.smartcitiesworld.net/city-profile/smart-cities-reports/smartcitiesworld-city-profile--seoul-5070>

УДК 336.64

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ: СУТНІСТЬ ТА ЗАДАЧІ

Золотарьова А.М.

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

Анотація. У дослідженні представлено огляд фінансового аналізу, його завдань і важливості. В роботі підкреслюється, що фінансовий аналіз є невід'ємною частиною управління фінансами і виконує низку важливих завдань. Він дає змогу оцінити фінансовий стан підприємства, визначити її продуктивність і рентабельність, ідентифікувати фінансові ризики та можливості, ухвалювати поінформовані рішення, планувати бюджети та досягати фінансових цілей. Також зазначається, що фінансовий аналіз забезпечує інформацією як внутрішніх, так і зовнішніх стейкхолдерів, сприяє

ухваленню стратегічних рішень і забезпеченню фінансової стійкості підприємства. Загалом, цей матеріал підкреслює важливість фінансового аналізу в забезпеченні успішного управління фінансами.

Ключові слова: фінансовий аналіз, фінансова стійкість, управління фінансами, фінансові рішення.

Постановка проблеми. Фінансовий аналіз є невід'ємною частиною управління фінансами, оскільки він дає змогу оцінити фінансове становище, продуктивність і рентабельність підприємства, ідентифікувати фінансові ризики та можливості, ухвалювати поінформовані фінансові рішення, планувати бюджети та досягати фінансових цілей, а також забезпечувати інформацією внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів. Таким чином, фінансовий аналіз відіграє важливу роль у забезпеченні фінансової стійкості, прийнятті стратегічних рішень і забезпеченні успіху організації. Усе це значно збільшує роль аналізу їхнього фінансового стану: наявності, розміщення та використання грошових коштів.

Результати такого аналізу потрібні насамперед власникам, а також кредиторам, інвесторам, постачальникам, менеджерам і податковим службам. У цій роботі проводиться фінансовий аналіз підприємства саме з погляду власників підприємства, тобто для внутрішнього використання й оперативного управління фінансами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій і навчальній літературі проблемі управління фінансовим станом підприємства, особливостям фінансового аналізу та ефективності його оцінки присвячено багато досліджень, серед яких варто виділити праці Г.І. Кіндрацької, М.С. Білик, А.Г. Загородного, П.Я. Поповича, Г.І. Андрєєва та багатьох інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Враховуючи достатню увагу дослідженню фінансового стану на підприємствах, слід зазначити, що це залишається складним завданням, і деякі складові проблеми можуть залишатися невирішеними, а саме нестачу якісних даних, складність прогнозування, відсутність стандартизації, мінливість навколишнього середовища і складність інтерпретації результатів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз сутності та задач фінансового аналізу підприємства.

Виклад основного матеріалу. Зміст і основна цільова установка фінансового аналізу – оцінка фінансового стану та виявлення можливості підвищення ефективності функціонування господарюючого суб'єкта за допомогою раціональної фінансової політики. У традиційному розумінні фінансовий аналіз являє собою метод оцінки та прогнозування фінансового стану підприємства на основі його бухгалтерської звітності. Прийнято виділяти два види фінансового аналізу – внутрішній і зовнішній. Внутрішній аналіз проводять працівники підприємства (фінансові менеджери). Зовнішній аналіз проводять аналітики, які є сторонніми особами для підприємства (наприклад, аудитори).

Аналіз фінансового стану підприємства переслідує кілька цілей: визначення фінансового стану; виявлення змін у фінансовому стані в просторово-часовому розрізі; виявлення основних чинників, що спричиняють зміни у фінансовому стані; прогноз основних тенденцій фінансового стану.

Фінансовий аналіз – це процес оцінки фінансової ситуації та результативності підприємства з використанням різних методів та інструментів. Він ґрунтується на фінансовій звітності підприємства, яка містить у собі бухгалтерську звітність (звіт про прибутки та збитки, баланс і звіт про рух грошових коштів) та іншу інформацію, пов'язану з фінансами.

Фінансовий аналіз включає в себе кілька етапів:

1. Збір даних – збір необхідної фінансової інформації, включно зі звітністю та іншими фінансовими даними організації.

2. Аналіз фінансових показників – оцінка фінансових показників, таких як показники рентабельності (наприклад, чистий прибуток, рентабельність активів, рентабельність продажів), показники ліквідності (наприклад, поточна ліквідність, швидка ліквідність), показники фінансової стабільності (наприклад, покриття відсотків за позиковими коштами, рівень заборгованості) та інші показники, щоб зрозуміти фінансовий стан і ефективність організації.

3. Порівняльний аналіз – порівняння фінансових показників з попередніми періодами підприємства та порівняння з показниками інших підприємств галузі. Це дає змогу визначити тренди, сили та слабкості, а також виявити можливості для поліпшення.

4. Прогнозування та планування – на основі результатів аналізу складання фінансових прогнозів і планів для майбутніх періодів. Це допомагає визначити потреби у фінансуванні, оцінити можливості зростання і розробити стратегію для досягнення фінансових цілей.

5. Довгостроковий аналіз – аналіз фінансової стійкості та довгострокової стійкості підприємства, включно з оцінкою її здатності виплачувати борги, управляти ризиками і створювати вартість для акціонерів протягом тривалого часу.

Завдання фінансового аналізу включають такі аспекти:

1. Оцінка фінансової продуктивності. Допомагає оцінити фінансову продуктивність підприємства шляхом аналізу її доходів, витрат, прибутку, рентабельності та інших фінансових показників.

2. Визначення фінансового становища. Дає змогу визначити фінансове становище підприємства, а саме її спроможність виплачувати борги, забезпечувати ліквідність, управляти ризиками та фінансову стабільність.

3. Ідентифікація чинників зростання і ризиків. Допомагає виявити фактори, що сприяють зростанню і розвитку підприємства, а також потенційні ризики, які можуть вплинути на її фінансові результати.

4. Ухвалення рішень про фінансування. Допомагає ухвалювати рішення щодо фінансування підприємства, включно з вибором джерел фінансування, визначенням оптимальної структури капіталу, оцінкою вартості капіталу та прогнозуванням потреб у фінансуванні в майбутньому.

5. Оцінка ефективності інвестицій. Дає змогу оцінити ефективність інвестицій і ухвалювати рішення щодо придбання активів, розширення бізнесу або проведення інших інвестиційних проєктів.

6. Планування та бюджетування. Відіграє важливу роль у процесі планування та бюджетування організації. Він допомагає визначити фінансові цілі та розробити стратегії і плани для їх досягнення.

7. Визначення цінності та оцінка підприємства. Використовується для визначення вартості підприємства та оцінки її фінансової цінності.

8. Моніторинг і контроль. Відіграє роль моніторингу та контролю фінансових результатів організації. Він допомагає відстежувати досягнення фінансових цілей, ідентифікувати відхилення від планових показників, виявляти причини несприятливих результатів і вживати коригувальних заходів.

9. Визначення ефективності управління. Використовується для оцінки ефективності управління підприємством шляхом аналізу фінансових показників і порівняння з показниками інших підприємств або галузевими стандартами можна оцінити якість управління, ефективність використання ресурсів і прийняття фінансових рішень.

10. Підтримка ухвалення стратегічних рішень. Надає фінансову інформацію та аналітичні інструменти, які допомагають ухвалювати стратегічні рішення.

Висновки. Фінансовий аналіз відіграє важливу роль в ухваленні фінансових рішень, плануванні та контролі, а також забезпечує інформацією для внутрішніх і зовнішніх користувачів організації. Він дає змогу оцінити фінансову стійкість та ефективність діяльності організації, а також виявити фактори, що впливають на її успіх, і розробити стратегії для поліпшення фінансових результатів.

Література:

1. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. *Економічний аналіз: підручник / За ред. проф. А.Г. Загороднього. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 487 с.*

2. Азарова А.О., Рузакова О.В. *Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 172 с.*

3. Мних Є. В, Барабаш Н.С. *Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2014. 412 с.*

4. Тютюнник Ю.М. *Фінансовий аналіз: навч. посібник. К.: Знання, 2012. 815 с.*

5. Селіверстова Л.С., Скрипник О.В. *Фінансовий аналіз: Навч. метод. посіб. / За ред. С. М. Безрутенка. К.: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2012. 274 с.*

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У ЗВ'ЯЗКУ ІЗ ДИНАМІКОЮ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Івченко М.К.

Науковий керівник: Поясник Г.В., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В статті досліджено взаємозв'язок між динамікою заробітної плати та динамікою продуктивності праці. Особливу увагу визначено впливу співвідношення на зміну собівартості продукції.

Ключові слова: продуктивність праці, заробітна плата, собівартість продукції, рентабельність.

Постановка проблеми. Важливого значення в сучасних умовах для підприємств набуває порівняння динаміки заробітної плати за визначений період з відповідними показниками динаміки продуктивності праці. Як відомо, зростання продуктивності праці повинно випереджати зростання заробітної плати. Лише в цьому разі собівартість продукції буде знижуватися, і підприємство може отримати економію від зниження собівартості продукції. З іншої сторони, зниження собівартості продукції збільшує прибуток підприємства і дає можливість розширяти фонд заробітної плати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам співвідношення між динамікою заробітної плати і продуктивністю праці присвячені праці багатьох українських дослідників, зокрема, А. Артеменко [1], О. Коваленко, О. Сукач, М. Пономарьова, С. Нісфоян [2], О. Белова, А. Колот, В. Кононенко, В. Літвінова [3], В. Семенова [4], В. Антощенкова та ін. В роботах дослідників ретельно вивчення оцінка ефективності використання заробітної плати.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на численні дослідження, мало уваги приділяється оцінці співвідношення між динамікою заробітної плати та динамікою продуктивності праці. Між іншим, саме від співвідношення цих показників змінюється питома вага оплати праці в собівартості продукції.

Формулювання цілей статті. Метою статті є оцінка взаємозв'язку між заробітною платою та продуктивністю праці на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сутність взаємозв'язку між заробітною платою і продуктивністю праці полягає в тому, що зростання продуктивності праці – основа підвищення його оплати, а зростання заробітної плати – засіб, основний стимул підйому продуктивності праці. Таким чином, продуктивність праці і оплата праці взаємно прискорюють їх динаміку. Разом з тим в межах кожного окремого відрізка часу вони обмежують матеріальні ресурси один одного.

Звідси випливає необхідність постійного аналізу витрат по заробітній платі в співставленні з зростанням продуктивності праці на кожній ділянці, за окремим підприємствам та робітникам. При співставленні темпів зростання

середньої заробітної плати і продуктивності праці приймається середня заробітна плата, обчислена виходячи із фонду заробітної плати.

Визначення співвідношення динаміки продуктивності праці та її оплати здійснювався нами на прикладі ТОВ «Вектор-XXI», що займається випуском машинобудівної продукції.

Маються наступні дані про випуск продукції, фонд заробітної плати і продуктивність праці (табл. 1).

Таблиця 1 – Висхідні дані для оцінки використання заробітної плати

Показники	Базисний період	Звітний період	Звітний період в % до базисного
Товарна продукція на одного робітника за тиждень, тис. грн	4800	6000	125
Середня річна заробітна плата, тис. грн	1700	1850	108,8
Питома вага заробітної плати в товарній продукції, %	35,4	30,8	87,0

При зростанні заробітної плати на 8,8 % зростання продуктивності праці (виріток товарної продукції на одного робітника) склав 25 %. В результаті чого питома вага заробітної плати у валовій продукції знизилася на 13 %.

Основним показником, що характеризує співвідношення темпів зростання продуктивності праці і його оплати, є коефіцієнт випередження. Відношення індексу середньої заробітної плати до індексу продуктивності праці характеризує ступінь зниження питомої ваги заробітної плати в товарній продукції $\left(\frac{108,8}{125} \cdot 100 = 87\% \right)$.

Суттєву роль у зниженні собівартості продукції відіграє зменшення витрат на робочу силу за статтею «заробітна плата». Індекс затрат на робочу силу (або витрат по заробітній платі на одиницю продукції повинні бути менше одиниці, якщо на підприємстві темпи зростання продуктивності праці випереджають темпи зростання заробітної плати.

Індекс затрат на робочу силу, або витрат по заробітній платі, що припадає на одиницю продукції, можна бути обчислений як відношення:

$$\frac{ЗП_1}{Q_1} \cdot \frac{ЗП_0}{Q_0}, \quad (1)$$

де $ЗП_1$ і $ЗП_0$ – фонд заробітної плати у звітному і базисному періодах;

Q_1 і Q_0 – кількість продукції у звітному і базисному періодах.

Індекс зміни затрат праці на одиницю продукції:

$$\frac{T_1}{Q_1} \cdot \frac{T_0}{Q_0}, \quad (2)$$

де T_1 і T_0 – затрати праці на дану продукцію у звітному і базисному періодах.

Індекс середньої заробітної плати можна визначити наступним чином:

$$\frac{ЗП_1}{T_1} : \frac{ЗП_0}{T_0}, \quad (3)$$

Добуток двох останніх індексів рівно першому:

$$\frac{ЗП_1}{Q_1} : \frac{ЗП_0}{Q_0} = \left(\frac{T_1}{Q_1} : \frac{T_0}{Q_0} \right) \times \left(\frac{ЗП_1}{T_1} : \frac{ЗП_0}{T_0} \right). \quad (4)$$

Згадаємо, що індекс затрат праці, що припадає на одиницю продукції, є обернений показник індексу продуктивності праці $\frac{Q_1}{T_1} : \frac{Q_0}{T_0}$. Отже

$$\frac{ЗП_1}{Q_1} : \frac{ЗП_0}{Q_0} = \left(\frac{ЗП_1}{T_1} : \frac{ЗП_0}{T_0} \right) : \left(\frac{Q_1}{T_1} : \frac{Q_0}{T_0} \right). \quad (5)$$

Розглянемо взаємозв'язок індексів, які утворюють індексні системи. Зокрема, якщо нам відомо два індекси, можна легко знайти третій.

Співвідношення між темпами зростання продуктивності праці і середньої заробітної плати визначають економію або перевитрати фонду заробітної плати, яку можна визначити за формулою:

$$E_\phi = \Phi_{zm} (Y_{cz} - Y_{nm}) : Y_{cz}, \quad (6)$$

де E_ϕ – економія або перевитрати фонду заробітної плати;

Y_{cz} – індекс середньої заробітної плати;

Y_{nm} – індекс продуктивності праці.

Використовуючи дані, обчислимо економію фонду зарплати:

$$E_\phi = 1700(1,088 - 1,25) / 1,088 = - 253,1 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, за рахунок перевищення темпів продуктивності праці над темпами зростання фонду оплати праці економія фонду заробітної плати склала 253,1 тис. грн.

Висновки. Умовою зниження собівартості продукції є перевищення темпів зростання продуктивності праці над темпами зростання оплати праці. За рахунок цього економія фонду заробітної плати на підприємстві склала 253,1 тис. грн.

Література:

1. Артеменко А.К., Антощенкова В.В., Пономарьова М.С. Мотивація та стимулювання праці в ефективному управлінні та інноваційній діяльності підприємства. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»: зб. наук. пр. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2020. № 1. С. 152-163.

2. Нісфоян С.С. *Управління витратами на утримання і розвиток персоналу підприємств: [монографія].* Кропивницький: Видавець Лисенко В.Ф., 2020. 268 с.

3. Літвінова В.О., Кобилінський О.Ю. Оцінка ефективності співвідношення оплати праці та використання робочої сили. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету.* 2022. № 11-12. С. 104-109.

4. Семенова В.Г., Кобилінський О.Ю. Стимулювання працівників як спосіб активізації інноваційної діяльності на підприємстві. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету.* 2022. №8. С. 83-87.

УДК 330.322

ПОБУДОВА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Караптан Р.В.

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

Анотація. Статтю присвячено пошуку шляхів побудови та удосконалення механізму управління інвестиційною діяльністю з використанням системного підходу. Запропоновані для впровадження етапи подальшого вдосконалення окремих елементів розробленого механізму.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, механізм, системний підхід, комплексний підхід.

Постановка проблеми. Підвищення ефективності використання природних ресурсів, трудового та виробничого потенціалу підприємств України є основою його економічного зростання. Ключову роль у цьому процесі відіграє інвестиційна діяльність. Ефективність використання інвестицій, і перш за все реальних інвестицій, капітальних вкладень, залежить від значної кількості різноманітних організаційно-економічних, технічних і фінансових факторів, що обумовлює нагальну необхідність ретельного обґрунтування кожного інвестиційного проекту існуючого або новостворюваного підприємства. У зв'язку з пріоритетністю проблем кардинального поліпшення стану справ у сфері інвестування особливого значення набуває завдання комплексного теоретичного та практичного вдосконалення елементів механізму управління інвестиційними проектами на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика формування ефективного та дієвого механізму управління інвестиційної діяльності підприємства як закордонними, так й вітчизняними вченими економістами, такими як Алібекова К.В., Алтунин А.Е., Бланк І.О., Гуляєва Н.М., Бондар В., Ратошнюк Т.М., Мартинюк М.А., Скупейко В., Ткаченко А.М., Плаксіна Є.М.,

Федорук Л.В., Федоренко В.Г., Стасюк Н.Р. та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. З'ясовано, що не вирішено ще проблему розробки ефективного та універсального механізму управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства на основі системного підходу, який дозволив розробляти бюджетний план інвестиційного проекту фактично діючого підприємства.

Формування цілей статті. Метою даної статті є побудова вдосконаленого механізму управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства на основі системного підходу.

Виклад основного матеріалу. Труднощі процесу інвестиційного розвитку підприємства в мінливих умовах України та пов'язаний із цим розвиток механізму управління інвестиціями зумовлює необхідність застосування системного підходу, який передбачає, що кожна система є сукупністю взаємопов'язаних елементів (об'єктів, явищ, інформаційних ресурсів тощо), що має вхід і вихід із системи, зв'язок із зовнішнім середовищем, зворотний зв'язок і має єдині властивості для всіх елементів: цілісність, автономність, адаптивність і стійкість [1]. При цьому взаємодія між компонентами системи має набагато більший вплив, ніж ефективне функціонування окремих компонентів. У свою чергу використання системного підходу передбачає вивчення відповідних аспектів (системно-комплексний аспект; системно-структурний аспект; системно-функціональний аспект; системно-цільовий аспект; системно-ресурсний аспект; системно-інтеграційний аспект; системно-комунікаційний аспект; системно-історичний аспект) [2]. На основі цих аспектів системного підходу можна створити універсальний та ефективний механізм інвестиційної діяльності підприємства з урахуванням сучасних умов функціонування (рис. 1).

Треба зазначити, що суб'єктами управління є учасники інвестиційного процесу, а саме: підприємство, інвестори, державні органи влади, фізичні та юридичні особи України та інших держав. В той же час, об'єктом управління виступає система відносин між суб'єктами в процесі формування та нарощування інвестиційного потенціалу на засадах сталого розвитку інвестиційної діяльності.

У відповідності з головними стратегічними цілями розвитку підприємства інвестиційна привабливість, максимальне залучення та вкладення інвестиційних ресурсів для забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства є основною метою механізму управління інвестиційною діяльністю. Мета визначає комплекс першочергових завдань, серед яких слід виділити визначення достатнього обсягу інвестиційних ресурсів та оптимізації (форми та методів усіх можливих джерел) і погодженості їх структури з прогнозом, досягнення максимального рівня прибутковості, а від інвестиційної діяльності – мінімізацію ризиків при впровадженні інвестицій та здійснення інвестиційної діяльності.



Рисунок 1 – Універсальний механізм управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства [3-5]

Дослідження доводять, що основними етапами подальшого вдосконалення окремих елементів механізму управління інвестиціями на підприємстві на основі системного підходу є наступні, а саме:

1. Необхідність та пріоритетність створення портфеля капіталу.
2. Розвиток науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) на підприємстві.
3. Визначення стратегічних і тактичних цілей інвестування.
4. Постійний перегляд бізнес-плану кожного проекту для скорочення поточних і перспективних витрат на непрофільні проекти.

5. Безперервне використання показників ROI протягом усього інвестиційного циклу.

6. Спрощення процесу узгодження та прийняття зважених рішень.

7. Розробка постійного аналізу для врахування тактичних змін у робочому процесі.

8. Реалізація єдиного підходу.

9. Комплексне впровадження культури постійного вдосконалення.

Застосування в практиці господарської діяльності підприємствами України запропонованих етапів вдосконалення окремих елементів механізму управління інвестиціями на підприємстві на основі системного підходу призведуть до підвищення конкурентоспроможності самих підприємств, підвищення їх інвестиційної привабливості, додаткового залучення іноземних інвестицій тощо.

Висновок. Використання системного підходу до побудови універсального та ефективного механізму управління інвестиційною діяльністю підприємства є дієвим та науково обґрунтованим напрямком дослідження проблем загального інвестиційного розвитку та підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств в умовах сучасних змін. фінансове, економічне, політичне та соціальне середовище. Створений механізм дозволяє за допомогою чітко сформульованих цілей і завдань розробити та вибрати ефективний, детально структурований інвестиційний розвиток підприємства з постійним пошуком оптимальних показників для його найбільш ефективної реалізації. Ключовим елементом стратегії є розроблена в нашому дослідженні управлінська інформаційна система, яка за допомогою вхідної інформації та ретроспективного аналізу допомагає ідентифікувати та приймати ефективні управлінські рішення щодо ефективного ведення інвестиційної діяльності в короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Література:

1. Алібекова К.В. Інвестиційна привабливість підприємства. Управління розвитком. 2014. № 13. С. 6-9.

2. Скупейко В. Теоретичні засади та зміст поняття інвестицій. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2010. Вип. 5. С. 89-92.

3. Ткаченко А.М., Плаксіна Є.М. Економічна сутність інвестицій. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. Вип. 1(2). С. 99-102.

4. Федорук Л.В. Понятійний апарат банківських інвестицій. Наукові записки Національного університету. Острозька академія. Серія: Економіка. 2011. Вип. 18. С. 543-549.

5. Федоренко В.Г. Інвестування: підр. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ: Алерта, 2008. 448 с.

Анотація. В статті розглянуто особливості сучасних бачення процесу управління персоналом підприємства та сформовано перелік факторів, які визначають його ефективність.

Ключові слова: персонал, управління, підприємство, ефективність, фактори.

Постановка проблеми. В сучасних умовах функціонування підприємства надзвичайно важливими є проблеми управління персоналом, бо саме від його рівня вмотивованості та продуктивності праці, лояльності до підприємства залежить ефективність використання усіх наявних виробничих ресурсів та загальний рівень ефективності функціонування підприємством в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем управління персоналом перманентно приділяє увагу в своїх дослідження значна кількість науковців, які головним чином розглядають особливості побудови системи управління персоналом підприємства та впровадження дієвої системи мотивації [1-4].

Невирішені складові загальної проблеми. Невирішеною залишається проблема дослідження актуальних до сьогодення особливостей управління персоналом підприємства.

Формулювання ідей статті. Метою даної статті є дослідження актуальних аспектів управління персоналом підприємства та факторів, що визначають його ефективність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління персоналом є особливо важливим для сучасного підприємства, і включає: планування, найм, розвиток, оцінку, винагороду та мотивацію, звільнення співробітників.

Організації потребують управління персоналом для того, щоб забезпечити ефективне функціонування своєї діяльності та досягнення цілей. Управління персоналом включає такі завдання, як встановлення правил і політик, розробка процедур, визначення потреб у персоналі, пошук і найм кваліфікованих кандидатів, навчання та розвиток співробітників, а також мотивація та оцінка їх роботи.

Важливим завданням управління персоналом є створення сприятливого робочого середовища, в якому співробітники можуть ефективно працювати та досягати своїх професійних цілей. Управління персоналом також відповідає за дотримання законодавства у галузі трудових відносин та захист прав та інтересів співробітників.

Отже, розглянемо актуальні аспекти управління персоналом у сучасних організаціях. Серед них можна виокремити наступні:

- розвиток та управління талантами: управління талантами є

стратегічним підходом до управління персоналом, який включає розвиток та підтримку талановитих і перспективних співробітників, щоб забезпечити довгостроковий успіх організації;

- розвиток лідерських компетентностей: для успішного управління персоналом необхідні гарні лідерські навички, які можуть бути розвинені та покращені. Це включає управління командою, розвиток мотивації, ефективне спілкування і управління конфліктами;

- створення та підтримка інклюзивної культури: інклюзивна культура означає створення робочого середовища, яке вітає та цінує різноманітність та індивідуальність кожного співробітника, незалежно від його національності, статі, віку, віросповідання тощо;

- гнучкість та управління змінами: сучасні організації мають бути гнучкими та готовими до змін у навколишньому середовищі. Управління персоналом повинно включати планування та реалізацію змін в організації, а також гнучке використання ресурсів;

- розвиток цифрових компетентностей: сучасний світ стає все більш цифровим, і управління персоналом має включати розвиток цифрових компетентностей у співробітників і використання технологій для оптимізації процесів;

- управління емоційним благополуччям: управління емоційним благополуччям включає створення робочого середовища, яка підтримує психологічне здоров'я співробітників, і включає управління стресом, конфліктами та іншими психологічними факторами.

Розглянемо фактори, які можуть вплинути на ефективність управління персоналом.

1. Ефективне управління персоналом вимагає відкритої та чіткої комунікації між керівництвом та співробітниками. Регулярні збори, персональні бесіди, електронні засоби комунікації та інші канали зв'язку допомагають встановити ясні цілі, очікування та зворотний зв'язок.

2. Керівництво має визначити конкретні та вимірні цілі для співробітників, а також чітко описати очікування щодо їхньої роботи. Кожен співробітник повинен розуміти, що від нього вимагається і як його вклад сприяє загальним цілям підприємства.

3. Ефективне управління персоналом включає інвестування в розвиток співробітників. Надання можливостей для навчання та розвитку допомагає покращити навички та компетенції співробітників, що може призвести до підвищення їхньої продуктивності та задоволеності роботою.

4. Керівник повинен підтримувати своїх співробітників, надавати їм ресурси та допомогу, коли це необхідно. Заохочення досягнень, визнання хорошої роботи та створення стимулів можуть допомогти підтримувати мотивацію та підвищувати ефективність роботи персоналу.

5. Виникнення конфліктів та проблем у робочому середовищі неминуче, але ефективне управління персоналом потребує адекватної реакції на такі ситуації. Керівництво має бути готовим до врегулювання конфліктів, пошуку

компромісів та вирішення проблем для підтримки робочого клімату та продуктивності.

Висновки. Таким чином, управління персоналом є необхідною умовою для успішного функціонування організації та забезпечення високої продуктивності праці та задоволеності співробітників. Зазначені аспекти управління персоналом є важливими для успішної роботи співробітників та забезпечення високої продуктивності організації.

Література:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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 338.2

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ВІДКРИТОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Кривошильников В.О.

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

Анотація. Статтю присвячено вирішенню актуальної проблеми ефективізації політики фінансово-економічної безпеки України в умовах відкритості національної економіки, зовнішніх та внутрішніх викликів, воєнного часу та поствоєнної розбудови економіки країни.

Ключові слова: глобалізація, національна економіка, міжнародні відносини.

Постановка проблеми. В епоху глобалізації, коли світ стає все більш взаємопов'язаним і взаємозалежним, нові виклики швидко набувають масового характеру і становлять реальну загрозу як національній, так і міжнародній безпеці, а також стабільності функціонування всіх без винятку суб'єктів

господарювання. Глобалізація стає все більш впливовим «архітектором» нового міжнародного порядку безпеки і має суперечливий вплив на міжнародні економічні відносини між державами. Тому все більш актуальною проблемою стає дослідження рівня впливу процесів глобалізації на розвиток національних економік.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі методологічні аспекти фінансово-економічної безпеки в умовах відкритості національної економіки досліджуються в роботах відомих вітчизняних та іноземних авторів, зокрема таких як: Шкурат М.Є., Соснін О.В., Воронкова В.Г., Постол О.Є., Артьомова Т., Федун І.Л., Філіпенко А., Мазаракі А.А., Родрік Д., Сіденко В.Р., Ікенберрі Г., Капур Г., Фукуяма Ф., Валлерштайн І., Білорус О.І. та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Треба відзначити, що досі залишається не до кінця дослідженим феномен відкритості фінансових ринків і національних економік, які є самоорганізованими системами взаємодіючих агентів в умовах впливу екзогенних факторів і конкуренції, вільного обміну матеріальними і фінансовими потоками, інформацією, робочою силою, який визначає активність, асиметричність і нестабільність фінансово-економічної системи.

Формування цілей статті. Метою статті є надання пропозицій щодо зміцнення фінансово-економічної безпеки України в умовах відкритості національної економіки у сучасному світовому розподілі праці та ресурсів.

Виклад основного матеріалу. За останні 30 років із посиленням процесів глобалізації, інтернаціоналізації виробництва та міжнародного поділу праці актуальними є питання сутності та впливу рівня відкритості національних фінансово-економічних систем на якісний розвиток внутрішніх ринків і рівень загроз національній безпеці країни є важливими та актуальними. Все більшого значення набувають проблеми, пов'язані з дослідженням складного комплексу взаємозв'язків і причинно-наслідкових зв'язків, які можуть призвести до кризи чи посилення стабільності та становити загрозу національним інтересам держави.

Відкритість економіки слід розглядати як невід'ємну рису макроекономічної системи, зумовлену філософією її розвитку. З часом національні економіки та світ у цілому, відповідно до загальної тенденції до відкритості торгівлі, руху капіталу, ресурсів, у тому числі робочої сили та інших, стають все більш взаємопов'язаними.

Економічна глобалізація та відкритість національних фінансових та економічних систем створюють загрози та виклики як для процвітання країн, так і дозволяють окремим розвиненим країнам проводити нову модель свого економічного зростання через міжнародну дискримінаційну політику перерозподілу.

Тому останнім часом найбільш популярною моделлю управління загрозами національній безпеці країни є досить простий превентивний захід боротьби з проявами кризи у фінансово-економічному середовищі – Антикризова політика урядів, спрямована на особливий контроль і моніторинг. діяльності ключових фінансових установ і компаній, оцінка їхньої діяльності з

точки зору ризику та можливості передачі цього ризику в майбутньому через систему пов'язаних осіб [1].

У зв'язку з цим виділимо кілька основних напрямів реалізації ефективної політики фінансово-економічної безпеки України в умовах відкритості, невизначеності та високого ризику (рис. 1).

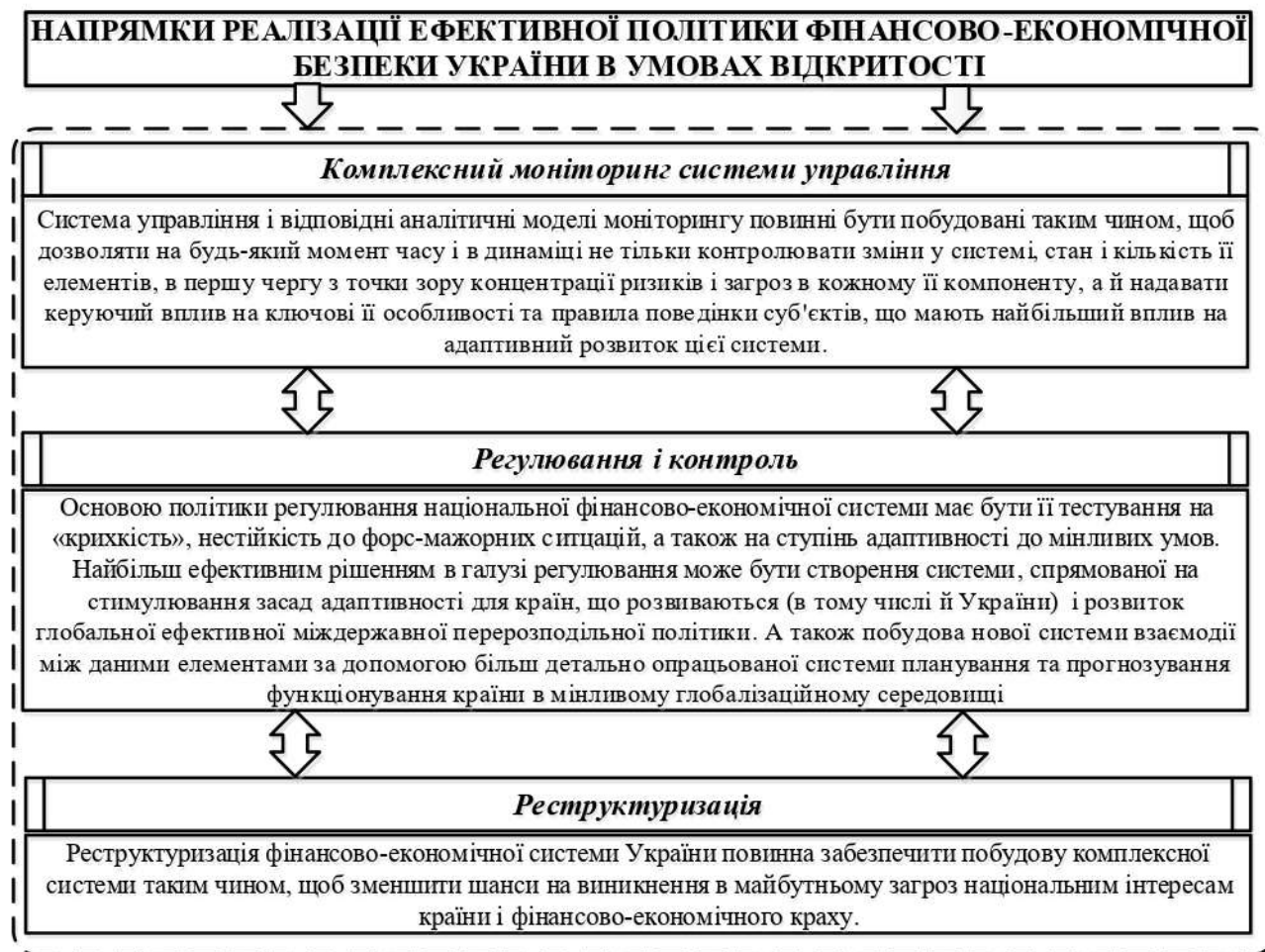


Рисунок 1 – Пропозиції щодо ефективізації політики фінансово-економічної безпеки України в умовах відкритості національної економіки [2-5]

Виходячи з рис. 1, стратегічні засади функціонування економіки та політики країни в умовах системної відкритості повинні, з одного боку, захищати національні інтереси, а з іншого – забезпечувати якісне положення країни в глобальному масштабі. економіки, слугуючи джерелом її розвитку та процвітання. Такий сценарій розвитку стає можливим за умови створення постійних економічних зв'язків між країнами, створення власної промислової «особи», забезпечення відносного балансу між структурою національного виробництва та народним споживанням.

Висновок. Таким чином, на сьогоднішній день складність відкритої фінансово-економічної системи економіки досягла неконтрольованого рівня, а системний ризик стає все більш частим, а динаміка його розвитку ускладнюється відсутністю єдиного розуміння цього явища, яке загрожує

втратаю керованості всієї глобальної фінансово-економічної системи. Тому зараз цей процес є ключовою загрозою для забезпечення ефективної реалізації фінансово-економічної стратегії національної безпеки України, для перемоги в конкуренції з іншими країнами необхідно розробити парадигму управління складними системами та адекватні інвестиції в вивчення складності відкритих фінансово-економічних систем.

Література:

1. Шкурат М.Є. Транснаціональний вимір глобальної економіки в умовах соціо-культурної глобалізації. *Modern economic research: theory, methodology, strategy: proceedings of the international scientific conference. Kielce, 2020. P. 130-133.*
2. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Постол О.Є. Сучасні міжнародні системи та глобальний розвиток (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри): Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 556 с.
3. Мазаракі А.А. Торгівля: історія, цивілізація, мораль. Київ: Книга, 2010. 624 с.
4. Ikenberry G.J., Parmar I., Stokes D. Introduction: Ordering the World? *Liberal Internationalism in Theory and Practice. International Affairs. 2020. Vol. 94. № 1. P. 1-5. URL: <https://doi.org/10.1093/ia/iix277> (дата звернення 06.05.2021).*
5. Kapur G. *Globalization and Culture : Navigating the Void // The Cultures of Globalization. Duke University, USA. 1998. P. 192.*

УДК 657

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗА НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Максименко М.І.

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

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено пошуку методів удосконалення системи внутрішнього контролю за необоротними активами підприємства шляхом досягнення синергії внутрішнього та зовнішнього контролю за роботою підсистем підприємства.

Ключові слова: контроль, необоротні активи, синергія, нагляд.

Постановка проблеми. Проблематика впровадження внутрішнього контролю як функції управління системою, яка має забезпечувати постійний нагляд за господарськими процесами підприємства та їх перевірку, а також визначення причин порушення законності фінансово-господарської діяльності є досить складною та динамічною. Тому її постійне удосконалення є важливим завданням для успішного функціонування будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Система внутрішнього контролю за необоротними активами підприємства часто зустрічається у

роботах відомих вчених-економістів та фінансистів, зокрема таких як Голячук Н., Матієшин М.М., Багнюк І.С., Амелін С.К., Мудра І.І. та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Однак незважаючи, що вищезначені автори проводили змістовні дослідження щодо проблеми впровадження внутрішнього контролю за необоротними активами, проблеми постійного удосконалення цієї системи контролю ще залишаються не вирішеними.

Формування цілей статті. Метою статті є пошук шляхів побудови удосконаленої системи управління необоротними активами підприємства в сучасних мінливих умовах України.

Виклад основного матеріалу. Контроль необоротних активів підприємства є невід'ємною частиною загальної системи аудиту. Система внутрішнього контролю за операціями з необоротними активами включає систему методів, засобів і процедур контролю, встановлених підприємством для захисту своїх дій, мінімізації помилок і запобігання різноманітним порушенням і вилівам.

Щоб краще зрозуміти сутність контролю за основними засобами, визначимо його основні ознаки шляхом порівняння зовнішньої та внутрішньої види контролів (табл. 1).

Як видно з табл. 1, внутрішній і зовнішній контроль взаємопов'язані, доповнюють один одного, але в той же час суттєво відрізняються. Внутрішній контроль являє собою підсистему системи управління комунальним підприємством, яка включає комплекс заходів, спрямованих на перевірку, оцінку та аналіз фінансово-господарської діяльності комунального підприємства з метою обґрунтування ефективного та законного використання його ресурсів працівниками комунального підприємства. Внутрішній контроль більше схожий на роботу звичайного підприємства, тому він більш прогностичний і повинен містити більш інформативне середовище.

Але на сьогоднішній день, зовнішній контроль стає все більш актуальним для українських підприємств. Незалежний аудит проводиться в інтересах власників бізнесу, і зокрема держави, з метою підтвердження достовірності фінансової звітності та висловлення незалежного аудиторського висновку про фінансовий стан компанії. З метою перевірки ефективності використання та збереження основних фондів комунального підприємства проводиться державне обстеження відповідними органами контролю.

Зовнішній контроль діє як аудит ефективності, оскільки він проводиться після того, як порушення вже відбулося, тому, згідно з його висновками, важко запобігти істотним новим порушенням. Діяльність органів зовнішнього контролю багато в чому схожа з внутрішньою, оскільки використовуються практично ті ж джерела інформації, методики, методи перевірки та аналізу.

Таблиця 1 – Характеристика контролю необоротних активів [1-5]

Характерні ознаки	Сутність внутрішнього контролю	Сутність зовнішнього контролю	
		Аудиторська перевірка	Державний контроль (ревізія)
Мета	Зменшення недоліків, попередження зловживань, з'ясування причин недоліків	Усунення недоліків, ліквідація зловживань	
Завдання	Встановлення достовірності бухгалтерських даних і звітності щодо наявності, стану й руху основних засобів, забезпечення їх збереження та ефективного використання	Визначення достовірності і законності обліку і звітності	Визначення доцільності та законності здійснюваних господарських операцій та їх відображення в обліку і звітності
Об'єкти	Основні засоби, їх обсяг, операції з основними засобами, правильність і повнота їх оприбуткування, а також ефективність, доцільність, законність та напрямки використання основних засобів.		
Суб'єкти	Працівники підрозділів, що виконують контрольні функції (плановий відділ, бухгалтерія та інші).	Аудиторські фірми та аудитори	Органи державної контроль-ревізійної служби
Методи	Документальні: дослідження документів, камеральні перевірки, нормативно-правове регулювання, групування недоліків. Організаційні: інвентаризація, контрольні заміри, вибіркові та суцільні спостереження, технологічний контроль, експертиза, експеримент тощо. Розрахунково-аналітичні: економічний аналіз, статистичний аналіз, економіко-математичні методи.		
Джерела інформації	Наказ про облікову політику комунального підприємства; первинні документи, які відображають операції по основних засобах; інвентаризаційні описи та порівняльні відомості з інвентаризації; реєстри синтетичного й аналітичного обліку руху основних засобів; (журнал 4, відомість 4.1); головну книгу; бухгалтерська звітність та примітки до фінансової звітності		
Періодичність	Здійснюється постійно, на протязі всієї господарської діяльності комунального підприємства.	Періодично	
Результати перевірки	Носять рекомендаційний характер		Обов'язкові до виконання

Ефективна організація внутрішнього контролю в системі управління сприяє чесній і законній господарській діяльності, а також зниженню рівня навмисних і ненавмисних помилок, порушень і зловживань. У процесі контролю основних засобів, таких об'єктів здійснюються операції з їх надходження та використання.

Висновок. Таким чином, можна зробити висновок, що при формуванні контрольних заходів на підприємстві необхідно використовувати синергії внутрішнього та зовнішнього контролю для досягнення якісного рівня функціонування як окремих підсистем, так й усього підприємства в цілому.

Література:

1. Голячук Н. Обліково-аналітичне забезпечення як важлива складова управління підприємством. Економічний аналіз. 2010. Вип. 6. С. 408-410.

2. Матієшин М.М. Сутність обліково-аналітичного забезпечення процесу експлуатації основних засобів будівельних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. 2014. № 3(78). С. 90-94.

3. Багнюк І.С. Суть та необхідність фінансово-господарського контролю. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2011. Вип. 21. С. 51-54.

4. Амелін С.К. Сутність фінансового лізингу. Наукові праці НДФІ. 2010. № 3. 139 с.

5. Мудра І.І. Економічна сутність та класифікація лізингу в Україні: Теоретичний аспект. Збірник матеріалів IV всеукраїнської науково-практичної конференції. Львів: ЛКА, 2015. 165 с.

УДК 658.14

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Науменко М.В.

Науковий керівник: Костенко Ю.О., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. У статті досліджено сучасне визначення дефініції «фінансова стійкість» та проведений аналіз фінансової стійкості підприємства на прикладі ПрАТ «Асфальтобетонний завод» у 2020 – 2022 рр.

Ключові слова: фінансова стійкість, підприємство, аналіз, фінансовий стан,

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання українські підприємства функціонують в важких умовах невизначеності та мають обмежені фінансові ресурси. Важливою задачею для кожного з них є визначення власної межі фінансової стійкості, оскільки недостатня фінансова стійкість може вплинути на платоспроможність підприємства, а надлишкова – утворити занадто велику кількість резервів та запасів, що в подальшому вплине на збільшення витрат і недоотримання прибутку, що у свою чергу може привести до зменшення темпів економічного розвитку підприємства. Фінансова стійкість є комплексне поняття, яке формується у процесі всієї виробничо-господарської діяльності, під впливом різних фінансово-економічних процесів, є основним компонентом загальної економічної стійкості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий внесок у розвиток теорії аналізу фінансової стійкості підприємств зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, а саме: Білик М.Д., Давиденко Н.М., Кравченко М.С., Крамаренко Г.О., Лахтіонова Л.А., Норік Л.О., Тищенко О.М., Цал-Цалко Ю.С., Чорна О.Є., Брігхем Ю.Ф., Стоун Д., Хелферт Е. та інші дослідники.

Невирішені складові загальної проблеми. Попри значну кількість наукових напрацювань у сфері аналізу фінансової стійкості підприємств, можемо все ж констатувати певну недостатність таких досліджень щодо конкретних суб'єктів господарювання.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкриття сутності дефініції «фінансова стійкість» та аналіз фінансової стійкості підприємства на прикладі ПрАТ «Асфальтобетонний завод».

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасні економічній науці існує досить велика кількість підходів щодо визначення дефініції «фінансова стійкість». Ця дефініція використовується майже на всіх рівнях – від окремого домогосподарства або індивідуального підприємця до діяльності світових фінансових систем. Певна кількість науковців вчені характеризують фінансову стійкість як довготривалу платоспроможність. Інші фахівці зазначають, що це оптимальна структура та склад оборотних активів. Ще одна група вчених вважає, що фінансова стійкість це стабільна діяльність підприємства в довгостроковому періоді, яка визначається співвідношенням власного та позикового капіталу та його ефективним використанням. У таблиці 1 нами наведено різні погляди науковців щодо сутності дефініції «фінансова стійкість підприємства».

Таблиця 1 – Визначення дефініції «фінансова стійкість» вітчизняними науковцями

Автор	Змістова характеристика дефініції «фінансова стійкість підприємства»
1	2
Білик М.Д. [1]	це такий стан фінансових ресурсів, за якого раціональне розпорядження ними є гарантією наявності власних коштів, стабільної прибутковості та забезпечення процесу розширеного відтворення
Давиденко Н.М. [2]	стабільна наявність фінансових ресурсів, достатніх для виконання фінансових зобов'язань, здатність підприємства фінансувати власну економічну та виробничу діяльність, наявність балансу між позитивними і негативними грошовими потоками, сукупну оцінку рівня його платоспроможності, ліквідності, рентабельності, кредитоспроможності та інших показників, а також передумову досягнення підприємством довгострокової фінансової рівноваги
Кравченко М.С. [3]	фінансова стійкість підприємства – характеристика фінансового стану підприємства, що залежить і впливає на усі сфери його діяльності, забезпечуючи реалізацію стратегій розвитку, досягається на основі ефективного управління капіталом і рухом коштів та дозволяє стабільно розвиватися в існуючих ринкових умовах у довгостроковій перспективі
Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. [4]	під фінансовою стійкістю слід розуміти його платоспроможність у часі з дотриманням умови фінансової рівноваги між власними та позиковими коштами підприємства, коли за рахунок власних коштів повністю погашаються колишні та нові борги
Лахтіонова Л.А. [5]	це стан фінансових ресурсів, за якого суб'єкт ринкової та змішаної економіки, вільно маневруючи грошовими коштами, здатний шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервні процеси своєї операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, а також витрати на їх розширення та оновлення, появу нових їх напрямків та складових

1	2
Тищенко О.М., Норік Л.О. [6]	властивість підприємства, яка відображає в процесі взаємодії зовнішніх і внутрішніх чинників впливу досягнення стану фінансової рівноваги і здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності підприємства, але й функціонувати та розвиватися
Цал-Цалко Ю.С. [7]	фінансово стійким є таке підприємство, яке за рахунок власних активів спроможне забезпечити запаси, не допустити невиправданої кредиторської заборгованості, своєчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями.

Різноманіття підходів до визначення фінансової стійкості підприємства свідчить про багатогранність поняття. На нашу думку, під фінансовою стійкістю підприємства слід розуміти спроможність сучасного підприємства стабільно працювати та розвиватися, підтримуючи щонайкраще співвідношення власного та позикового капіталу, з урахуванням змін внутрішнього та зовнішнього середовища.

В таблицях 2 та 3 наведені результати аналізу фінансової стійкості ПрАТ «Асфальтобетонний завод» у 2020 – 2022 рр.

Таблиця 2 – Аналіз фінансової стійкості ПрАТ «Асфальтобетонний завод»

Показники	Роки			Зміни (+, -) 2022 р. порівняно з	
	2020	2021	2022	2020	2022
1 Показники структури капіталу					
1.1 Коефіцієнт автономії	0,27	0,47	0,34	0,08	-0,13
1.2 Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,73	0,53	0,66	-0,08	0,13
1.3 Коефіцієнт фінансування	0,36	0,89	0,52	0,16	-0,37
1.4 Коефіцієнт фінансового ризику	2,77	1,12	1,91	-0,86	0,79
1.5 Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,65	0,45	0,60	-0,06	0,15
1.6 Коефіцієнт структури залученого капіталу	0,68	0,73	0,77	0,09	0,04
2 Показники стану оборотних коштів					
2.1 Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,67	0,47	0,72	-0,94	0,26
2.2 Коефіцієнт забезпеченості обіговими коштами	0,65	0,60	0,62	-0,03	0,02
2.3 Коефіцієнт забезпеченості запасів	1,64	1,54	1,56	-0,08	0,02
2.4 Коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів	0,09	0,24	0,19	0,09	-0,06
3 Показники стану основного капіталу					
3.1 Коефіцієнт реальної вартості майна	0,45	0,71	0,68	0,23	-0,02
3.2 Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні	0,29	0,62	0,60	0,31	-0,02
3.3 Коефіцієнт накопичення амортизації	0,63	0,80	0,79	0,16	0,00
3.4 Коефіцієнт співвідношення оборотних та необоротних активів	2,08	0,57	0,66	-1,42	0,09

**Таблиця 3 – Визначення та аналіз типу фінансової стійкості підприємства
ПрАТ «Асфальтобетонний завод»**

Показники	Роки			Зміни (+, -) 2022 р. порівняно з	
	2020	2021	2022	2020 р.	2021 р.
Власні оборотні кошти	-783,30	-4128,00	-8273,00	-7489,70	-4145,00
Довгострокові зобов'язання	6621,10	9579,00	16230,00	9608,90	6651,00
Короткострокові кредити банків	0,00	0,00	3644,00	3644,00	3644,00
Запаси	3555,50	3536,00	5104,00	1548,50	1568,00
Наявність власних оборотних коштів та довгострокових зобов'язань для формування запасів	5837,80	5451,00	7957,00	2119,20	2506,00
Наявність власних оборотних коштів, довгострокових зобов'язань та короткострокових кредитів банків для формування запасів	5837,80	5451,00	11601,00	5763,20	6150,00
Надлишок (+) або недолік (-) власних оборотних засобів для формування запасів	-4338,80	-7664,00	-13377,0	-9038,20	-5713,00
Надлишок (+) або недолік (-) власних оборотних коштів та довгострокових зобов'язань для формування запасів	2282,30	1915,00	2853,00	570,70	938,00
Надлишок (+) або недолік (-) власних оборотних коштів, довгострокових зобов'язань та короткострокових кредитів банків для формування запасів	2282,30	1915,00	6497,00	4214,70	4582,00
Тип фінансової стійкості	нормально стійкий фінансовий стан				
Коефіцієнт забезпечення запасів власними джерелами формування	1,64	1,54	2,27	0,63	0,73
Надлишок (+) або нестача (-) власних джерел формування на 1 грн. запасів, грн.	0,64	0,54	1,27	0,63	0,73

Висновки. Дані, наведені у табл. 2 свідчать про те, що:

– показники структури капіталу ПрАТ «Асфальтобетонний завод» в аналізований період не відповідає нормативним значенням. Після деякого їх поліпшення у 2021 р. відбулося їх погіршення, проте значення 2022 р. виявилось кращим за результати отримані у 2020 р. – ця ситуація може розглядатися як позитивна;

– показники стану оборотних коштів знаходяться в межах нормативних значень і показують рекомендовану динаміку за винятком коефіцієнта маневреності власних коштів, який після збільшення в 2021-2022 рр. знизився на 0,06;

– показники стану основного капіталу в період 2020-2022 гг. показують різнопланову динаміку. Наслідком цього є невиконання, у 2020-2022 рр., умов перевищення цього показника над коефіцієнтом фінансового ризику, виконання якого є однією з ознак фінансової стабільності.

Сумісний аналіз розрахованих коефіцієнтів це не дає можливість зробити

однозначної відповіді ступінь фінансової стійкості ПрАТ «Асфальтобетонний завод».

Абсолютні значення та тенденції зміни фінансових коефіцієнтів мають, як правило, різнопланове тлумачення. Тобто, якщо за одними показниками підприємство вважатиметься фінансово стійким, то за іншими – навпаки. Розрахунки наведені у табл. 3 з метою визначення одного з чотирьох типів фінансової стійкості ПрАТ «Асфальтобетонний завод» показали що завдяки тому, що хоча ПрАТ «Асфальтобетонний завод» і не має власних оборотних коштів, але завдяки збалансованій політиці довгострокових запозичень може покривати свої запаси, воно перебуває у нормальному стійкому фінансовому стані.

Література:

1. *Фінансовий аналіз: навчальний посібник / М.Д. Білик та ін. Київ: КНЕУ, 2005. 592 с.*

2. *Давиденко Н.М. Стратегія забезпечення фінансової стійкості підприємств в умовах сучасних викликів та загроз. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2016. Випуск 1 (47). Т.1. С. 350-353.*

3. *Кравченко М.С. Сутність фінансової стійкості промислового підприємства. Вісник економічної науки України. 2012. № 2. С. 61-63.*

4. *Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: ЦУЛ, 2008. 330 с.*

5. *Лахтіонова Л.А. Економічна категорія «фінансова стійкість» в сучасному фінансовому аналізі підприємницької діяльності. Наук. пр. Кіровоград. нац. техн. ун-ту екон. науки: зб. наук. праць. 2010. Вип. 6. Ч. II. С. 327-338.*

6. *Тищенко О.М., Норік Л.О. Моделювання оцінки та прогнозування фінансової стійкості підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2012. № 640. С. 406-415.*

7. *Цал-Цалко Ю.С., Мороз Ю.Ю., Суліменко Л.А. Фінансовий аналіз: Підручник. Вид. 5-є, доп. Житомир: ЖОО ГО «Спілка економістів України», 2012. 609 с.*

УДК 658.15

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Нетребенко О.В.

Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В статті розглянуто особливості антикризового управління підприємством в умовах військового стану та розглянуто бюджетування, як ефективний метод його реалізації.

Ключові слова: антикризове управління, підприємство, бюджетування, військовий стан.

Постановка проблеми. Проблема антикризового управління підприємством є дуже актуальною в сучасних умовах військового стану для переважної більшості вітчизняних підприємств. Тому необхідним є ґрунтовне дослідження цього процесу та його особливостей під час війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем антикризового управління підприємством присвятили свої роботи значна кількість науковців, які досліджували зміст та методи цього процесу [1-5]. Слід також відзначити, що останнім часом спостерігається повернення уваги дослідників до означеної проблеми.

Невирішені складові загальної проблеми. Невирішеною залишається проблема дослідження всього особливостей та ефективних методів антикризового управління в умовах військового стану.

Формулювання ідей статті. Метою даної статті є дослідження особливостей антикризового управління в умовах війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки будь-яке підприємство може зіткнутися з фінансовими труднощами, пов'язаними зі зміною ринкової кон'юнктури, конкуренцією, нестачею фінансових ресурсів, неправильною організацією виробництва та іншими причинами. В такі моменти свого розвитку підприємство має звернути увагу на заходи антикризового управління.

Антикризове управління підприємством – це комплекс заходів, спрямованих на запобігання чи подолання кризової ситуації, що виникла в організації.

Актуальність антикризового управління підприємством полягає в тому, що криза може призвести до серйозних наслідків для бізнесу:

- збитки,
- банкрутство,
- втрата репутації,
- втрата клієнтів.

Антикризове управління дозволяє своєчасно виявляти проблеми, розробляти та реалізовувати заходи щодо їх усунення та мінімізувати ризики для підприємства. Крім того, ефективне антикризове управління підприємством сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та стійкості на ринку. Воно дозволяє швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та внутрішніх процесів, оптимізувати витрати та покращувати якість продукції чи послуг.

Отже, актуальність антикризового управління підприємством є очевидною, і воно є важливим елементом успішного функціонування будь-якої організації в умовах нестабільного ринку.

В умовах військового стану антикризове управління підприємством набуває ще більшої актуальності, але й отримує низку особливостей. Антикризове управління підприємством за умов воєнного стану має свої особливості, оскільки у умовах можуть змінитися ринкові умови, можливості

поставок, ціни на сировину, зміняться потреби та поведінка споживачів.

Одним із основних завдань антикризового управління у воєнний час є збереження працездатності підприємства та мінімізація ризиків, пов'язаних із військовими діями. Для цього може знадобитися перебудова виробничих процесів, перерозподіл ресурсів, перегляд бізнес-стратегії тощо.

Важливим завданням є також забезпечення безпеки працівників підприємства та збереження майна в умовах воєнних дій. У зв'язку з цим може знадобитися організація зміцнення та захисту виробничих об'єктів, мобілізація та перерозподіл робочої сили, створення запасів та резервів.

Особливості антикризового управління у воєнний час також можуть бути пов'язані з необхідністю співпраці з державними органами та структурами в умовах військової загрози. Це може вимагати додаткових зусиль у забезпеченні безпеки інформації, контролю над виконанням правил і законів, роботою з громадськістю та ЗМІ.

Ефективним методом антикризового управління підприємством в умовах військового стану може стати бюджетування. Цей метод фінансового планування в короткостроковій перспективі може дозволити підприємству управляти його платоспроможністю та не допустити виникнення кризи неплатежів.

Бюджетування одна із основних методів антикризового управління підприємством, що представляє собою планування, контроль та аналіз фінансових ресурсів організації на певний період часу. Бюджетування допомагає підприємству досягти фінансової стабільності, подолати кризові ситуації та забезпечити ефективне використання наявних ресурсів.

Розглянемо способи, якими бюджетування може допомогти підприємству в антикризовому управлінні.

Планування доходів та витрат: Бюджет дозволяє підприємству визначити очікувані доходи та витрати на певний період часу. Це допомагає оцінити фінансову стійкість підприємства та прогнозувати можливі кризові ситуації.

Управління ліквідністю. Бюджетування дозволяє підприємству планувати та контролювати потоки коштів. Воно допомагає уникнути нестачі грошей у критичні періоди та забезпечити достатню ліквідність для погашення зобов'язань та поточних операцій.

Ідентифікація проблемних областей. Бюджетний процес дозволяє виявити області, де виникають проблеми чи можливі загрози кризи.

Контроль та аналіз результатів. Бюджет є інструментом для контролю фінансових результатів підприємства.

Прийняття обґрунтованих рішень. Бюджетування надає керівництву підприємства інформацію про фінансові можливості та обмеження.

Висновки. Отже, антикризове управління в умовах воєнного стану вимагає гнучкості, адаптивності та мобільності. Ключовими завданнями його є збереження працездатності підприємства, забезпечення безпеки персоналу та майна, перерозподіл ресурсів та співпраця з державними органами та структурами.

Література:

1. Онісіфорова В.Ю., Болотова Т.М. Алгоритм реалізації та заходи антикризового управління підприємством. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків, 2020. № 2 (25). С. 119-127.
2. Онісіфорова В.Ю., Сідельнікова В.К. Актуальні аспекти антикризового управління підприємством. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків, 2020. № 2 (25). С. 137-145.
3. Мирошниченко Ю.В., Вдовіченко А.С. Антикризове управління на підприємствах малого та середнього бізнесу. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. Харків, 2020. №25. С. 119-132. DOI: <http://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2020.24.0.119>.
4. Ткачук Г.Ю. Стратегії антикризового управління підприємствами металургійної промисловості. МНУ ім В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 21. С. 416-420.
5. Онісіфорова В.Ю., Осьмірко І.В. Бюджетування як ефективний інструмент поточного планування на підприємстві. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків, 2020. № 2 (25). С. 128-136.

УДК 658:656.13.033

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Панченко А.С., Тяло К.В.

Наукові керівники: Федотова І.В., д.е.н., доцент,

Величко Я.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В статті проаналізовано існуючі підходи та розроблений алгоритм оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства, що носить комплексний характер і може бути використаний для багатьох підприємств. Удосконалено методичний підхід щодо оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства за відповідними бізнес-процесами та розроблена шкала інтерпретації її інтегрального рівня.

Ключові слова: логістична діяльність, оцінка логістичної діяльності, управління логістичною діяльністю, ефективність управління, ефективність логістичної діяльності.

Постановка проблеми. В сучасних умовах підприємства застосовують управління логістичною діяльністю спрямоване на мінімізацію витрат логістичних бізнес-процесів і забезпечення власних конкурентних переваг. Своєчасно отримані чіткі результати кількісної оцінки управління логістичною діяльністю підприємства дозволяють виявити вузькі місця в роботі

підприємства, обрати ефективні методи їхнього подолання та забезпечити стабільність його функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження основ управління логістичною діяльністю підприємств здійснювали багато зарубіжних та вітчизняних науковців, а саме І.М. Ананко [1,2], П.В. Гудзь [3], Т. Колодізева [4], Є. Крикавський [5], В.М. Марченко [7], Т.І. Остапенко [3], Г. Руденко [4], О.М. Ткачук [10], В.В. Турчак [10], Н. Чорнописька [5], В.Г. Шинкаренко [2], В.В. Шутюк [7], М.А. Окландер, Д. Уотерс та інші. У якості методів оцінювання ефективності управління найчастіше використовуються: метод порівняння (здійснюється порівняння фактичних значень показників від базових, що відображають рівень ефективності управління); рейтинговий метод (передбачає побудову рейтингу за допомогою ряду показників, метод кластерного аналізу, бальний метод, метод комплексного фінансового мультиплікатора); факторний аналіз (досліджується вплив зміни окремих факторів на загальний результат логістичної діяльності підприємства); матричний метод (дозволяє провести порівняльний аналіз управлінням в динаміці і визначити значення узагальненого показника ефективності управління); метод експертних оцінок (застосовується в разі наявності великої кількості приватних показників, що характеризують різні аспекти управління логістичною діяльністю. Основним недоліком є суб'єктивність оцінки та можливі помилкові судження); економіко-математичне моделювання (дає можливість вивчити кількісні взаємозв'язки, моделювати взаємозалежності логістичної системи, вдосконалити її подальший розвиток і функціонування за допомогою математичної моделі) тощо [1, 4, 8].

Невирішені складові загальної проблеми. Зважаючи на суттєвий доробок учених у цій сфері слід відзначити, що невирішеними залишаються питання визначення та розрахунку показників ефективності логістичної системи з позицій процесного підходу до управління логістичною діяльністю та використання для розрахунків доступних для підприємства даних. Це потребує подальшого дослідження питань оцінювання логістичних витрат у розрізі бізнес-процесів та уточнення впливу різних складових логістичних витрат на загальну ефективність управління логістичною діяльністю підприємства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є удосконалення методичного підходу щодо оцінювання ефективності управління логістичною діяльністю підприємства, враховуючи специфіку управління окремими логістичними бізнес-процесами автотранспортних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. При побудові системи оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства насамперед слід орієнтуватися на потреби її майбутніх користувачів. При цьому, дані повинні бути загальнодоступними, а розрахунок та значення показників зрозумілими, не допускати подвійних трактувань [7, 8]. Система оцінки має бути пристосованою до умов діяльності різних підприємств, але при цьому повною мірою враховувати особливості роботи автотранспортних підприємств.

Пропонований алгоритм оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства представлено рисунку 1. Розглянемо етапи запропонованого алгоритму докладніше.



Рисунок 1 – Алгоритм оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства

1. Вибір об'єктів оцінки повинен здійснюватися відповідно до потреб оцінки. Під управлінням логістичною системою розуміється процес управлінського впливу суб'єктів управління на логістичну систему з метою забезпечення високого рівня інформаційного забезпечення про стан системи та ефективності функціонування логістичної системи в поточному періоді та в перспективі в умовах динамічних змін факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Тож об'єктами оцінки виступають суб'єкт управління логістичною системою підприємства та об'єкт управління – сама логістична система або логістичні бізнес-процеси. Базуючись на особливостях пропозиції та надання автотранспортних послуг, аналіз функціонування логістичних бізнес-процесів на підприємстві пропонується виконувати за наступними напрямками [1, 2, 7, 8]: взаємодія з постачальниками, складування, диспетчеризація, транспортування, експедиційні операції та фінансові розрахунки. Слід зауважити, що перелік складових оцінки може варіюватися в залежності від галузевих особливостей та організаційної структури підприємства.

2. Визначення груп ключових показників для кожної з вибраних підсистем управління та кожного бізнес-процесу. Повинні використовуватися показники, які є загальноприйнятими та поширеними на підприємствах, на підставі яких приймаються рішення про ефективність управління логістичною діяльністю підприємства. Вибір оціночних показників визначається специфікою побудови логістичної системи підприємства та базується на методі

Balanced Scorecard (BSC). Система BSC складається з наступних груп показників: показники, що оцінюють роботу з зовнішніми клієнтами та якість логістичного сервісу; показники оцінки внутрішньої діяльності [6].

3. Розрахунок оціночних (розрахункових) показників ефективності управління логістичною діяльністю підприємства проводиться відповідним аналітичним інструментарієм. Збираються дані про роботу підприємства за певний період та розраховуються визначені показники оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства.

4. Уточнення з урахуванням галузевої специфіки критеріїв переведення розрахованих показників у бальну шкалу. Для співставлення показників ефективності процесів та розрахунку узагальненої оцінки слід перевести значення коефіцієнтів з натуральних одиниць у відносні, тобто в бали. З цією метою було розроблено відповідну шкалу переведення фактичних значень показників в бали (табл. 1). Граничні значення показників встановлено, базуючись на відповідних стандартах, вимогах та досвіді спеціалістів [1].

5. Розрахунок інтегрального показника оцінки рівня окремих складових ефективності управління логістичною діяльністю підприємства (окремих логістичних бізнес-процесів [1, 2]).

Інтегральні показники оцінки рівня окремих бізнес-процесів слід розраховувати з урахуванням вагомості кожного чинника за рівнем впливу на логістичну діяльність:

$$J_j = \sum a_{ij} \cdot B_{ij}, \quad (1)$$

де B_{ij} – оцінка i -го елемента j -го бізнес-процесу, бали;

a_{ij} – вага цього елемента у загальному показнику ефективності управління логістичною діяльністю підприємства.

Вагомість кожного із виділених елементів та напрямків оцінки можна визначити, використовуючи метод аналізу ієрархій.

6. Оцінка ефективності управління логістичною діяльністю підприємства на основі показників оцінки різних її складових.

Для комплексної оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства доцільно реалізувати підхід, що розкриває її триєдину суть: як результат кількісного виміру; як процес організації оцінки, аналізу результатів та виявлення внутрішніх закономірностей, що формують зміст об'єкта; як основу прийняття управлінських рішень щодо визначення резервів підвищення ефективності логістичної діяльності. Узагальнюючий інтегральний показник ефективності управління логістичною діяльністю підприємства розраховується за формулою:

$$E_{\text{лд}} = \sum J_j = \sum (\sum a_{ij} \cdot B_{ij}), \quad (2)$$

7. Обґрунтування висновків та рекомендацій за результатами оцінки.

Таблиця 1 – Шкала показників оцінки ефективності управління логістичною діяльністю підприємства за бізнес-процесами

Показник	Критерії оцінки			
	Незадовільний рівень (2 бали)	Задовільний рівень (3 бали)	Добрий рівень (4 бали)	Відмінний рівень (5 балів)
1	2	3	4	5
ОЦІНКА СУБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ				
Кадри управління				
Показник укомплектованості кадри управління, %	0-50	51-74	75-89	90-100
Коефіцієнт стабільності персоналу управління	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт надійності системи управління	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Організаційна структура управління				
Коефіцієнт дотримання норм керованості ланок управління логістичною діяльністю	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Показник дублювання функцій, %	≥15	> на 0-14	< на 0-14	≤15
Коефіцієнт своєчасності виконання функцій управління	≤0,5	0,51-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Технологія та інформаційне забезпечення управління				
Коефіцієнт ефективного використання інформації	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт автоматизованої обробки інформації	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Показник повноти реалізації управлінських функцій, %	0-50	51-74	75-89	90-100
Рівень автоматизації управління, %	0-50	51-74	75-89	90-100
ОЦІНКА ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ				
Бізнес-процес «Взаємодія з постачальниками»				
Відхилення від допустимої суми штрафів, виплаченої підприємством у зв'язку з недобросовісною роботою постачальників, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Відхилення сумарних витрат підприємства на здійснення закупівель сировини та матеріалів від запланованих, %	≥25	> на 0-24	< на 0-24	≤25
Відхилення кредиторської заборгованості від допустимого, %	≥25	> на 0-24	< на 0-24	≤25
Бізнес-процес «Складування»				

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Відхилення сумарних витрат на виконання складських операцій від допустимого рівня, %	≥25	> на 0-24	< на 0-24	≤ 25
Відхилення значення складського вантажообігу за рік від планового, %	≥25	> на 0-24	< на 0-24	≤ 25
Коефіцієнт нерівномірності надходження запасів на склад	≥0,81	0,61-0,8	0,6-0,21	≤0,20
Відхилення витрат часу на виконання замовлення від нормативного значення, %	≥25	> на 0-24	< на 0-24	≤ 25
Коефіцієнт використання площі та вантажного обсягу складу	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт використання потужностей складу	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення витрат часу на обробку замовлення від допустимого значення, %	≥25	> на 0-24	< на 0-24	≤ 25
Коефіцієнт збереженості вантажів на складі без пошкоджень	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт помилок під час розвантаження, коефіцієнт дисципліни зберігання продукції на складі	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення значення собівартості зберігання на складі від планового, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Відхилення продуктивності праці складського персоналу від планової продуктивності, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Бізнес-процес «Диспетчеризація»				
Відхилення витрат на роботу диспетчерів від запланованих, суми втрат від помилок диспетчера від допустимого значення, суми штрафів, виплаченої підприємством внаслідок помилкових дій диспетчерів, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Ступінь навантаження на диспетчера за добу, %	≤14 та ≥91	15-26 та 90-81	27-44 та 80-63	45-62 та
Відхилення продуктивності роботи працівників диспетчерського відділу від нормативних значень, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Відхилення витрат часу на прийняття одного замовлення від нормативного часу, на розподілення замовлень та закріплення їх за рухомим складом від нормативних, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Відхилення кількості прийнятих замовлень за рік від плану, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Коефіцієнт прийнятих замовлень, дисципліни прийняття, обробки та передачі замовлень	≤0,55	0,56-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт раціональності перевезень наслідок допущених диспетчером помилок	≤0,55	0,56-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт відповідності графіку роботи диспетчерів вимогам клієнтів та відділів підприємства	≤0,55	0,56-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Бізнес-процес «Транспортування»				
Відхилення фактичного обсягу перевезень від планового, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Відхилення сумарних витрат на перевезення, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Коефіцієнт своєчасності відправлень/доставки вантажів	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Економічність доставки	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт збереженості вантажу	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення фактичної тривалості роботи від нормативної, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Коефіцієнт якості перевезення	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення фактичної продуктивності процесу перевезення, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Ступінь відповідності стану транспортних засобів вимогам	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Індекс задоволеності клієнтів	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення суми втрат внаслідок недовиконання планових завдань з перевезення, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Коефіцієнт порушень дисципліни водіями, %	≥10	9,9-5,0	4,9-1,1	≤1,0
Бізнес-процес «Експедиційні операції»				
Коефіцієнт ритмічності вантажопереробки	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Рівень механізації та автоматизації процесів пакування та вантажопереробки	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення витрат часу на прийняття від нормативного, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Коефіцієнт пошкодження вантажів під час розвантаження, прийому чи навантаження автомобілів, %	≥10	9,9-5,0	4,9-1,1	≤1,0
Ступінь дотримання строків прибуття, навантажувально-розвантажувальних операцій	≤0,6	0,61-0,74	0,75-0,89	0,90-1,0
Відхилення витрат часу на відпуск товарів від нормативного, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Відхилення продуктивності праці від нормативного, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50
Бізнес-процес «Фінансові розрахунки»				
Коефіцієнт фінансової стійкості	≤ 0,40	0,41-0,70	0,71-0,89	≥0,9
Коефіцієнт ліквідності	0,0-0,30	0,31-0,60	0,61-0,89	0,90-1,0
Коефіцієнт рентабельності	0-20	21-30	31-60	≥ 61
Коефіцієнт ділової активності	≤1,0	1,1-2,3	2,4-3,5	≥3,6
Відхилення суми дебіторської заборгованості від планового, %	≥50	> на 0-49	< на 0-49	≤50

Отримане значення узагальнюючого інтегрального показника ефективності управління логістичною діяльністю на підприємстві порівнюється зі шкалою, приведеною в таблиці 2.

Таблиця 2 – Якісна характеристика рівня управління логістичною діяльністю на підприємстві

Рівень	Значення інтегрального показника	Характеристики рівня управління логістичною діяльністю
Високий	4,25-5,0	Система управління логістичною діяльністю функціонує відмінно, успішно забезпечує виконання робіт, реалізацію логістичних бізнес-процесів. Необхідно підтримувати динаміку поліпшень на досягнутому рівні
Добрий	3,50-4,24	Система управління логістичною діяльністю функціонує добре, забезпечує виконання робіт, але окремі її елементи можуть вимагати доробки. Керівництво повинне підтримувати динаміку поліпшень на досягнутому рівні та за потреби почати необхідні перетворення
Задовільний	2,75-3,49	Система управління логістичною діяльністю сформувалася, однак працює зі зривами і не дозволяє забезпечувати виконання завдань з якісного логістичного обслуговування. Удосконалюючи систему, слід врахувати значимість споживачів, персоналу та постачальників
Незадовільний	2,0-2,74	Система управління логістичною діяльністю не вирішує поставлених завдань, потрібний повний перегляд її функціонування та розробка системи заново. Для цього керівництву слід виявити ініціативу, чітко визначити логістичну місію, стратегію, концепцію та технології.

Висновки. Запропонована в роботі методика оцінки ефективності логістичної діяльності, дозволить провести комплексне аналітичне дослідження різних підсистем логістики на підприємстві та визначити можливі резерви підвищення їхньої ефективності. Розроблений алгоритм оцінки ефективності логістичної діяльності носить комплексний характер і може бути використаний для багатьох підприємств.

Література:

1. Ананко І.М. Оцінка ефективності функціонування логістичних систем на АТП. *Економіка транспортного комплексу*. Харків: ХНАДУ. 2014. №24. С. 127-140.
2. Шинкаренко В.Г., Ананко І.М. Аудит логістики на АТП. *Економіка транспортного комплексу*. Харків: ХНАДУ. 2013. №22. С. 123-136.
3. Гудзь П.В., Остапенко Т.І. Аналіз зарубіжного досвіду застосування системного управління логістичною діяльністю. *Бізнесінформ*. 2015. №4. С. 139-142.
4. Колодізева Т., Руденко Г. Методичне забезпечення оцінки ефективності логістичної діяльності підприємств: монографія. Харків: ХНЕУ, 2012. 292 с.

5. Крикавський Є., Чернописька Н. Логістичні системи: навчальний посібник. Львів: НУ «ЛП», 2009. 264 с.

6. Малярець Л.М., Штереве́ря А.В. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства. Наукове видання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. 188 с.

7. Марченко В.М., Шутюк В.В. Логістика: підручник. Київ: Видавничий дім «Артек», 2018. 312 с.

8. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Логістичний менеджмент: навч. посіб. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.

9. Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю. Ефективність управління підприємством, підходи та методи щодо її оцінки. Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць. Київ: Національний авіаційний університет. 2018. Вип. 5 (67). С. 100-106.

10. Ткачук О.М., Турчак В.В. HR-підхід до управління логістичною системою підприємства. Сталій розвиток економіки. 2010. № 10. С. 232-235.

УДК 334:330.3

ДІЛОВА (ПІДПРИЄМНИЦЬКА) СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Перепеленко О.П.

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

Анотація. У статті обґрунтовано актуальність ділової (підприємницької) стратегія підприємства як чинника його конкурентоспроможності. Окремо виділено характерні ознаки ділової стратегії діяльності підприємства, наведено етапи процесу її формування.

Ключові слова: ділова стратегія, підприємницька стратегія, бізнес-стратегія, управління, конкурентоспроможність підприємства.

Постановка проблеми. В сучасних ринкових умовах помітною стає тенденція до кризи зростання багатьох вітчизняних підприємств. Інтенсифікація конкуренції обумовлює необхідність вдосконалення якостей маркетингових керівників та застосування нових підходів до ведення бізнесу та конкурентної боротьби. Разом з цим, розвиток багатьох товарних ринків в Україні свідчить про неефективність конкурентних стратегій вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стратегічного маркетингу та формування стратегій конкурентної поведінки досить широко висвітлено у працях відомих зарубіжних авторів, таких як І. Ансофф, Ф. Котлер, М. МакДональд, Ж. Ж. Ламбен, а також у працях вітчизняних авторів Н. Куденко, А. Старостиної, І. Решетнікової та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Проте окремі питання, пов'язані з розробленням ділової стратегії господарюючих суб'єктів в умовах

економічної невизначеності зовнішнього середовища, залишаються малодослідженими.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відсутність загальноприйнятого визначення змісту категорії «стратегія» підтверджує складність, багатоплановість і неоднозначність цього поняття. У загальному розумінні стратегію трактують як певний план діяльності фірми, пов'язаний з її позицією у зовнішньому середовищі. Ділову (підприємницьку) стратегію розглядають якості узагальнювальну модель дій, необхідних для досягнення конкурентних переваг на ринку.

До характерних ознак ділової стратегії діяльності підприємства слід віднести такі:

- процес розробки стратегії не закінчується певною дією – розробляється лише загальний напрямок дій;
- стратегія дозволяє сконцентрувати увагу на основних проблемах;
- необхідність у стратегії відпадає, як тільки реальний хід справ виводить підприємство на бажані позиції;
- при складанні стратегії використовують узагальнену, неповну, неточну інформацію;
- стратегія – це засіб для досягнення цілей підприємства;
- на різних рівнях організації стратегія та орієнтири підприємства можуть взаємозамінюватись: те, що на вищих рівнях є стратегією, для нижчих рівнів є орієнтиром [2].

Стратегія підприємства описується за допомогою чотирьох елементів: стратегічних цілей, сфери діяльності, способу здобування конкурентної переваги та функціональних стратегій. Стратегічні цілі вказують напрям діяльності підприємства, встановлюють спосіб мотивування працівників та способи проведення контролю за виконанням планів. Сфера діяльності підприємства вказує на те, які товари чи послуги і на яких ринках підприємство має намір впроваджувати. Основним способом здобуття конкурентної переваги підприємства на ринку є: хороша якість, низька ціна, швидкість доставки, марка, певні характеристики товару. Проте інколи з'являються нові та оригінальні способи здобуття переваги підприємства на ринку [3].

Найпопулярнішою моделлю конкурентної стратегії підприємства є концепція М. Портера. Він виділив чотири альтернативні конкурентні стратегії: лідерство за ціною, стратегію диференціації, стратегію ринкової ніші та низьких цін і стратегію з концентрованою диференціацією.

Лідерство за ціною найчастіше потребує досить великої частки ринку, агресивної цінової політики та інвестування, контролю за витратами, набуття досвіду, а також мінімізації витрат на дослідження та нововведення тощо.

Стратегія диференціації – друга з основних стратегій за Портером ґрунтується на диференціації товару чи послуг підприємства, а також на створенні чогось відмінного. Є такі способи диференціації: методи здійснення продажу, основні характеристики товару, марка, форма тощо.

Стратегія ринкової ніші і низьких цін та стратегія з концентрованою диференціацією орієнтуються на обслуговування вибраної ринкової ніші, і це дасть змогу здобути перевагу над конкурентами, які діють в межах усього ринку або в межах сегмента. Стратегія необхідна як загалом підприємству, так і окремим його підрозділам і функціональним відділам [3].

Крім того, в роботі [4] було розглянуто варіанти конкурентних стратегій з огляду на активність по відношенню до ключових конкурентів. Зазначено, що подальшої розробки вимагає питання формування системи стратегічного маркетингу на підприємствах та реалізації конкурентних стратегій для підвищення ефективності діяльності.

Алгоритм розроблення стратегії розвитку ґрунтується на визначенні базових характеристик бізнес-структури і полягає у здійсненні сукупності послідовних заходів формування цілей і дій підприємства з метою оптимального використання існуючого потенціалу. Процес формування підприємницької стратегії повинен включати такі шість етапів:

- 1) аналіз поточного стану підприємства та визначення його сильних та слабих сторін;
- 2) аналіз макро- та конкурентного середовища;
- 3) визначення місії, цілей та завдань підприємства;
- 4) вибір стратегії залежно від місії, факторів зовнішнього та внутрішнього середовища;
- 5) планування та реалізація заходів, спрямованих на реалізацію стратегії розвитку;
- 6) моніторинг реалізації стратегії розвитку [1].

Висновки. Поступове насичення багатьох товарних ринків в Україні при уповільненні темпів економічного зростання країни призводить до збільшення інтенсивності конкуренції. Експансія іноземних (і перш за все російських) компаній стає ще одним впливовим чинником. Все це вимагає нових підходів та більшої уваги до стратегічних маркетингових рішень, пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Література:

1. Писаренко С.В., Сень О.В., Бурик В.В. Формування стратегії розвитку підприємницької діяльності фірми. Інфраструктура ринку. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct49-23>
2. Олейник Л.В., Кузнецова А.П. Методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства. Економіка і організація управління. 2018. № 3 (31). С. 118-126.
3. Готь О.Я., Бондаренко С.М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2017. №6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5660> (дата звернення: 30.04.2023).
4. Длігач А.О. Стратегії конкурентної поведінки в системі стратегічного маркетингу. Проблеми матеріальної культури. URL:

УДК 338.2

ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ ТА ЦІЛІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Піддубна В.С.

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

Анотація. У дослідженні визначено основні завдання та цілі економічного аналізу підприємства. Проведено огляд нових трендів в економічному аналізі, описуються ключові зміни, які відбуваються у сфері аналізу економічних даних, включно з використанням штучного інтелекту та машинного навчання, аналізом соціальних медіа, великих даних, економіки поведінки, екологічного аналізу, платформної економіки та просторового аналізу. Автор підкреслює, що розвиток технологій, доступність великих даних і зміна уподобань споживачів стимулюють застосування нових підходів і методів в економічному аналізі. Ці тренди сприяють глибшому й точнішому розумінню економічних процесів і допомагають підприємцям і керівникам в ухваленні більш обґрунтованих рішень і плануванні стратегій розвитку.

Ключові слова: економічний аналіз, економічні процеси, нові тренди, розвиток технологій.

Постановка проблеми. Діяльність будь-якого підприємства зорієнтована на одержання певних результатів. Успіх підприємства пов'язаний з правильним вибором виду діяльності, наявністю достатніх ресурсів та вмінням орієнтуватися в ринковій економіці. Діяльність підприємства багато в чому залежить від забезпеченості матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами. Але значну роль відіграє те, як відбувається керування підприємством в умовах інфляції, конкуренції. Аналіз діяльності підприємства є одним з найбільш діючих методів управління.

Отже, економічний аналіз – це комплекс вивчення підприємства з метою об'єктивної оцінки досягнутих фінансових результатів і виявлення шляхів подальшого підвищення прибутковості (рентабельності) при забезпеченні безпечного рівня ліквідності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі в науковій літературі проблемами ролі економічного аналізу як дієвого інструменту для прийняття стратегічних рішень займається велика кількість економістів та науковців, таких як: В.М. Івахненко, В.О. Мец, А.Ф. Павленко, Є.В. Мних, В.І. Захарченко, І.М. Парасій-Вергуненко, Чумаченко М.Г., Тарасенко Н.В. та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. Невирішена проблема неповних даних в економічному аналізі ускладнює точне і всебічне дослідження економічних процесів і вимагає розроблення методів для роботи з

обмеженими даними. Крім того, необхідне дослідження і розробка методів врахування нелінійних і нестандартних взаємозв'язків між економічними змінними, таких як взаємодії в платформних економіках або вплив екологічних чинників на економічну діяльність.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз ключових змін, що відбуваються у сфері аналізу економічних даних, та виявити їхній вплив на методи та підходи до аналізу. Метою дослідження є ознайомлення з актуальними тенденціями в економічному аналізі, що зумовлені розвитком технологій, доступністю великих даних та зміною вподобань споживачів.

Виклад основного матеріалу. Економічний аналіз вивчає економіку підприємства з метою оцінки результатів їх господарської діяльності та використання фінансових ресурсів, причинно-наслідкові зв'язки, які їх визначають, виявлення резервів і шляхів підвищення ефективності роботи підприємства.

Дослідження процесів, явищ, їх взаємозв'язку та взаємообумовленості складає зміст економічного аналізу. Воно ґрунтується на об'єктивних законах, направлених на виявлення непродуктивних витрат трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, обґрунтування управлінських рішень.

Мета економічного аналізу – це всебічне підсилення дії продуктивних сил на ефективність підприємства, поліпшення показників його роботи.

Завдання економічного аналізу – це підвищення ефективності господарської діяльності, раціоналізація використання виробничого потенціалу, економія ресурсів, удосконалення системи управління підприємством.

В процесі економічного аналізу в умовах ринкової економіки вирішуються такі завдання: визначення реальності та частоти змін виробничих завдань, обґрунтованості норм споживання матеріальних, трудових, фінансових ресурсів; оцінка виконання бізнес-плану, напрямків його відхилень; оцінка забезпеченості підприємства матеріальними, трудовими, фінансовими ресурсами; виявлення факторів і вимірювання їх впливу на відхилення фактичних результатів від планових; виявлення резервів підвищення ефективності виробництва; відпрацювання заходів щодо використання виявлених резервів та здійснення контролю за цим процесом.

Зміст і цілі економічного аналізу залежать від конкретного завдання і ситуації, в якій проводиться аналіз. Однак, у загальному вигляді, економічний аналіз містить у собі такі елементи та цілі:

- Збір та аналіз даних. Економічний аналіз починається зі збору необхідних даних про ринок, споживачів, конкурентів, фінансові показники та інші економічні змінні.

- Оцінка ефективності та рентабельності. Метою економічного аналізу є оцінка ефективності та рентабельності різних економічних діяльностей, таких як інвестиції, виробничі процеси, маркетингові кампанії тощо.

- Ідентифікація проблем і причин. Допомагає виявити проблеми та недоліки в економіці.

– Прогнозування та планування. Дає змогу робити прогнози та будувати плани розвитку на основі наявної інформації. Аналітики можуть використовувати історичні дані та поточні тренди для передбачення майбутніх сценаріїв і оцінки можливих результатів.

– Визначення конкурентних переваг. Аналіз ринку та конкурентного середовища дає змогу виявити конкурентні переваги та недоліки підприємства або продукту.

– Ухвалення рішень. Надає основу для ухвалення рішень на основі об'єктивних даних і фактів. Аналітичні висновки допомагають оцінити потенційні ризики та переваги різних варіантів і вибрати найбільш оптимальний шлях дій.

– Поліпшення ефективності та результативності. Мета економічного аналізу також полягає в ідентифікації можливостей для поліпшення ефективності та результативності бізнес-процесів.

Загалом, основна мета економічного аналізу полягає в тому, щоб забезпечити об'єктивне і комплексне розуміння економічних процесів, допомогти в ухваленні рішень і підвищити ефективність і результативність бізнесу.

Останніми роками в економічному аналізі спостерігаються кілька нових трендів, які відображають розвиток технологій, доступність великих даних і зміни в уподобаннях споживачів. Деякі з цих трендів включають:

1. Використання штучного інтелекту і машинного навчання – з розвитком технологій і доступності великих даних, все більше економічних аналітиків вдаються до використання штучного інтелекту (ШІ) і методів машинного навчання для аналізу даних.

2. Аналіз соціальних медіа – соціальні медіа стали значущим джерелом інформації про переваги та думки споживачів. Економічні аналітики включають в аналіз дані з соціальних медіа, щоб зрозуміти настрої ринку, оцінити ефективність маркетингових кампаній і провести аналіз настроїв.

3. Аналіз великих даних – великі дані (big data) надають масу інформації про поведінку споживачів, ринки, транзакції та інші економічні змінні.

4. Економіка поведінки – економіка поведінки (behavioral economics) вивчає, як люди ухвалюють економічні рішення, враховуючи психологічні аспекти та емоції.

5. Екологічний аналіз і сталий розвиток – зростаюча обізнаність про екологічні проблеми та потреби в сталому розвитку призвели до розвитку екологічного аналізу. Це включає оцінку екологічних ризиків, вимірювання екологічної ефективності та розробку стійких бізнес-моделей.

6. Аналіз платформної економіки – в умовах розвитку цифрових платформ, таких як Uber, Airbnb, Amazon та інших, економічний аналіз став приділяти велику увагу платформній економіці. Це включає аналіз взаємодії між постачальниками і споживачами на платформі, оцінку впливу платформних моделей на ринок і конкуренцію, а також дослідження ефектів мережевого ефекту та економії масштабу.

7. Просторовий аналіз – просторовий аналіз в економічному аналізі стає дедалі значущим, особливо з огляду на глобалізацію та міжрегіональні зв'язки. Аналітики вивчають географічний розподіл економічних явищ, таких як інвестиції, торгівля, ринкова концентрація та інше, для розуміння регіональних відмінностей і можливостей.

Ці нові тренди в економічному аналізі відображають зміни в економічному середовищі та дають змогу отримати глибше й точніше розуміння економічних процесів. Вони допомагають підприємцям і керівникам ухвалювати більш обґрунтовані рішення та адаптуватися до мінливих умов ринку.

Література:

1. Вітлінський В.В. *Моделювання економіки: навч. посіб. 2-ге вид. К.: КНЕУ, 2007. 408 с.*
2. Волкова Н.А., Подвальна Н.Е. *Організація та методика економічного аналізу: навч. посіб. Одеса: ОДЕУ, Ротапринт, 2013. 267 с.*
3. Голіков А.П. *Економіко-математичне моделювання господарських процесів: навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і допов. К.: Знання, 2009. 222 с.*
4. Парасій-Вергуненко І.М. *Еволюція розвитку економічного аналізу в стратегічно-орієнтованій системі управління. Фінанси, облік і аудит. 2011. №18. С. 328-335.*

УДК 656.07

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ МАЛИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Пісклова Д.А.

Науковий керівник: Токар І.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено дослідженню основних проблем малих автотранспортних підприємств в Україні та пошуку перспектив їх вирішення. Окремо розглянуто критерії оцінки ефективності реалізації стратегії розвитку АТП та його прибутковість у двох економічних аспектах.

Ключові слова: автотранспортне підприємство, АТП, перевезення, ефективність, комерційна діяльність, стратегія, розвиток.

Постановка проблеми. З розвитком ринкових відносин приділяється все більше уваги питанню ефективності функціонування підприємств малого бізнесу транспортної галузі за умови зростання конкуренції, збільшення рівня ризику та необхідності пристосування до швидких економічних змін макро- та мікросередовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічні проблеми, пов'язані з діяльністю автотранспортних підприємств, дослідили вітчизняні науковці, зокрема І. Дмитрієв, Т. Здерєва, Н. Іванова, І. Новак, В. Когденко,

О. Головніна, А. Кашканов, В. Ребедайло, М. Гончаров, О. Жарова, В. Шинкаренко.

Невирішені складові загальної проблеми. Звертаючи увагу на чисельність понять та визначень щодо ефективності діяльності підприємств, бачимо, що актуальною залишається проблема пошуку оптимальних напрямів управління ефективністю діяльності підприємства малого бізнесу автомобільного транспорту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Галузеві особливості автотранспортних підприємств вимагають окремого наукового опрацювання методичного апарату планування, бюджетування, контролінгу, інвестиційного аналізу. Багатоманітність форм власності, організаційно-правових форм підприємств передбачають значну кількість аспектів, що мають бути враховані при вирішенні важливої наукової задачі – підвищення економічної ефективності автомобільних перевізників

Необхідною умовою розробки економічної стратегії автотранспортного підприємства є визначення критеріїв оцінки ефективності її реалізації. До таких критеріїв варто віднести:

- масштабність: вантажообіг, доходи, витрати;
- прибутковість: чистий дохід на 1 грн. інвестованих коштів, показники рентабельності;
- результативність: тариф 1 ткм, витрати на 1 км пробігу, доходи на 1 км пробігу, собівартість транспортних послуг;
- соціальні: заробітна плата, кваліфікація, плинність кадрів, обсяги інвестицій у розвиток людського капіталу [1].

Будь-яке підприємство, в тому числі й автотранспортне, має своєю кінцевою метою одержання прибутку. Досягти цієї мети можна, максимально задовольнивши попит клієнтів на перевезення. Розмір пропозиції послуг АТП і відповідно величина попиту на перевезення залежать від реальної провізної спроможності підприємства і рівня собівартості перевезень, точніше, їх прибутковості. Остання – це різниця між величиною дохідної ставки і собівартістю.

В роботі [2] вказано, що реальна провізна спроможність підприємства і його прибутковість за інших рівних умов в основному залежать від двох взаємозалежних аспектів.

Першим є раціональність структури підприємства, що припускає раціональність співвідношень між розміром виробничих фондів і кількістю робочих місць на підприємстві (необхідною чисельністю працівників); між парком рухомого складу і потужністю ремонтно-обслуговуючих підрозділів підприємства, а в середині парку рухомого складу – між транспортними засобами різної вантажопідйомності і їх спеціалізацією; між основними й оборотними фондами підприємства; між працівниками різних груп і професій та ін. Критерієм для оцінки раціональності є максимізація прибутку.

Другою основною умовою, що визначає реальні значення провізної спроможності й ефективності підприємства, є раціональність використання

наявних виробничих ресурсів, які має підприємство, раціональність застосовуваних технологічних, організаційних і управлінських процесів. Мова йде про прийняття оптимальних рішень, які стосуються розподілу наявного рухомого складу відповідно до замовлень на перевезення; вибору раціональних маршрутів, форм організації технічного обслуговування і ремонту, їх періодичності; розмірів запасів матеріалів і запасних частин; збору замовлень на перевезення і підготовки інформації про прийняті замовлення; організацію обробки комерційної і звітної інформації і багатьох інших процесів, безупинний хід, яких забезпечує беззбиткове функціонування АТП.

Судити про ефективність підприємства в цілому, про те, наскільки раціональні його розміри і структура, як повно використовуються його можливості, можна тільки за кінцевими фінансовими результатах діяльності – за сумою прибутку і рівнем рентабельності. Від того, чи задовольняють власників і керівників підприємства планові, тобто отримані в результаті планових розрахунків, значення фінансових показників, буде залежати черговість і характер управлінських задач, які необхідно буде вирішити протягом планового періоду.

Оцінка передбачуваної ефективності виробничої і комерційної діяльності АТП протягом планового періоду проводиться за результатами розробки стратегічного плану або бізнес-плану, який представляє собою документ, що складається з комплексу взаємопов'язаних таблиць. До структури бізнес-плану включаються розрахункові дані, які характеризують різні сторони діяльності підприємства [2].

Складність управління підприємствами малого бізнесу, а саме підприємствами малого бізнесу транспортної галузі, полягає в тому, що потрібно вміло підібрати методи управління, тому що через вразливість до впливу зовнішніх факторів на підприємство ми не можемо використовувати всі економічні методи. Транспортна система є найважливішою складовою інтеграції світової економіки. Беручи до уваги географічне положення України та її можливості, автори [3] бачать необхідність вдосконалення інфраструктури, реалізації наявних транспортних стратегій та впровадження нових, а також підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Однією з головних рис привабливості для виробників та закордонних інвесторів національного ринку є транзитне положення.

Висновки. Таким чином, для збільшення доходу підприємствам потрібно широко запроваджувати технології, які дозволять керівництву підприємства точно визначати потреби ринку і пропонувати для окремих його сегментів транспортні послуги, персоналізовані за характеристиками рухомого складу, ціною та іншими умовами перевезень, наявністю додаткових послуг.

Однією з основних причин неефективного функціонування підприємств автомобільного транспорту в Україні є відсутність стратегії їхнього розвитку в умовах ринкової економіки. Для подолання цієї проблеми необхідно використовувати всі можливі матеріальні засоби і джерела інформації.

Література:

1. Заяц О.В. Наукові передумови підвищення економічної ефективності автотранспортних підприємств. Стратегія економічного розвитку України. 2017. № 40. С. 139-148. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/21895/1/139-148.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).

2. Муромець Н.Є. Основи менеджменту підприємств автомобільного транспорту. Навч. посіб. URL: <https://polka-knig.com.ua/article.php?book=161&article=10769> (дата звернення: 01.05.2023).

3. Мізюк С.Г., Рак А.В. Напрями управління ефективністю діяльності підприємств малого бізнесу транспортної галузі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Випуск 23, частина 2. С. 23-29.

УДК 331.1

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Помазан А.Г.

Науковий керівник: Прокопенко М.В., старший викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. У представленій статті розглянута теоретична база, проведений аналіз структури, складу і ефективності використання персоналу промислового підприємства.

Ключові слова: праця, продуктивність, кваліфікація, оплата праці, промислово-виробничий персонал, рух кадрів.

Постановка проблеми. Досягнення оптимального співвідношення між числом робочих місць і готовою робочою силою, постійна робота по раціоналізації робочих місць створюють умови для високопродуктивної праці, дозволяють ефектніше використати капітальні вкладення. Тому важливим практичним завданням є необхідність сформулювати умови, при яких з'являються можливість не лише домагатися збалансованості між числом робочих місць і робочою силою, тобто краще використати техніку і кадри, але і планомірно управляти розвитком усієї системи робочих місць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проф. Кейлера В.А. показують, що в жорстких умовах конкуренції міняється роль і місце показників використання трудових ресурсів в плануванні, висувуються нові показники. Для ринку не має особливого значення, який в організації фонд заробітної плати або якою була середня заробітна плата. Важливий інший показник: скільки було витрачено праці на виробництво одиниці продукції.

Таким чином, як довів проф. Кейлер В.А., на перший план виходить величини витрат на персонал, віднесені до одиниці продукції [1].

Невирішені складові загальної проблеми. Управління персоналом підприємства постійно знаходиться у фокусі економічних досліджень. Пов'язано це з тим, що від ефективності роботи персоналу залежить економічний стан як підприємства зокрема, так і галузі в цілому.

Формулювання цілей статті. Основним завданням цієї статті є вивчення і аналіз шляхів ефективного використання трудових ресурсів на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трудові ресурси – це частина працездатного населення країни (чи окремого регіону), яка по своєму віку, освіті і фізичному стану відповідає певній сфері діяльності. Таким чином, стан трудових ресурсів робить значний вплив і на персонал конкретного підприємства [2].

При ринковій економіці формування трудових ресурсів підприємства відбувається на ринку праці, яка є сукупністю ринкових стосунків, які складаються з приводу попиту і пропозиції на працю. Попит на працю на макрорівні є функцією від розвитку продуктивних сил, галузей і підприємств народного господарства. Зростання об'ємів діяльності призводить до зростання попиту на працю, розвитку науково-технічного прогресу – зменшення потреби в найнятих робітниках, витісняючи їх машинами і устаткуванням. Зростання уваги до якості продукції (робіт, послуг). Ускладнення виробничих і фінансових стосунків, засобів і предметів праці обумовлюють зростання попиту на кваліфікований персонал, призводять до певних структурних змін на ринку праці.

Формування українського ринку праці супроводжується серйозними протиріччями між попитом і пропозицією на ринку праці; галузевими і територіальними диспропорціями в розміщенні трудових ресурсів; невідповідністю регулюючих механізмів потребам збалансованого розвитку ринку праці. Основним протиріччям ринку праці є, безумовно, протиріччя між попитом і пропозицією, яка на поверхні виступає як кількісно-якісна неузгодженість робочих місць і робочої сили, що створює дисбаланс ринку праці.

Робочі місця, що відповідають вказаним критеріям, і є суто економічними робочими місцями. Вони – об'єкт як попиту, так і пропозиції, але з різних позицій. З одного боку, наявність робочих місць на ринку праці означає потребу в працівниках, необхідних для їх функціонування. Таким чином, робочі місця створюють попит на робочу силу. Наявна кількість робочих місць повинна відповідати чисельності працівників для їх заповнення.

Основним критерієм, що характеризує ефективність використання трудового потенціалу підприємства, являється продуктивність праці. Продуктивність праці багато в чому визначається мірою ефективності системи управління, що діє на підприємстві, кадрами. Метою організації системи управління персоналом в найбільших промислових організаціях нині є створення структур, що активно використовують економічні стимули і соціальні гарантії, орієнтованих на зближення інтересів працівників з інтересами організації в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні

ефективності виробництва, отриманні найкращих економічних результатів [3].

Управління кадрів і соціального розвитку координує і направляє діяльність усіх кадрових служб своїх виробничих філій, включаючи проведення семінарів, навчання працівників, юридичне консультування з кадрових питань і інших напрямів управлінської діяльності. Нині використовують традиційну функціональну структуру управління персоналом.

З урахуванням переваг і недоліків цієї структури при розробці кадрової політики на перспективу можна сформулювати ряд принципових положень, що підвищують їх ефективність:

- базовими блоками структури управління для розробки кадрової політики мають бути цільові групи фахівців і команди, а не функціональні відділи;
- необхідно орієнтуватися на мінімальне число рівнів управління і широку зону контролю;
- кожен працівник повинен нести відповідальність і мати можливості для прояву ініціативи.

Найважливішою складовою частиною системи управління персоналом стає скоординована у рамках організації структура оплати праці і винагороди за результати праці. Проте нині обґрунтованого взаємозв'язку між працею працівників і соціальним розвитком немає. Відсутність ефективних сучасних методик по оцінці праці, формальний і зрівняльний підхід до цієї діяльності приводять до відомих негативних наслідків.

Рівень підготовки і компетенції управлінських працівників безпосередньо впливає на організаційну структуру системи управління персоналом. Високкокваліфіковані фахівці можуть працювати на своїй ділянці більш незалежно і без постійного контролю з боку представників вищого керівництва. Це дозволяє різко скоротити число рівнів управління в організаційній структурі, тобто підтримувати високу ефективність при одночасному скороченні числа керівників і контролерів.

Висновки. В умовах розвитку ринкових стосунків в економіці праці відбуваються принципові зміни. Підприємства ставляться в такі умови, коли вони зацікавлені в ефективній і високопродуктивній праці. Отримуваний прибуток стає головним джерелом виробничого, технічного і соціального розвитку підприємств, посилюється залежність оплати праці від кінцевих результатів. З іншого боку, зацікавленість підприємства в результатах своєї діяльності створює передумови для скорочення зайвої чисельності працівників, що робить вплив на динаміку трудового потенціалу підприємства.

Література:

1. Кейлер В.А. Економіка підприємства. Львів : Рута, 2019. 132 с.
2. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства. Київ: «Знання». 2020. 377 с.
3. Бойчик І. М. Економіка підприємства. Львів : Сполох. 2018. 530 с.

ОСОБЛИВОСТІ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Пономаренко А.С.

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

Анотація. У статті розглянуто особливості та визначено напрями розвитку українських торговельних підприємств, надано визначення поняття «стратегія торговельного підприємства». Окремо висвітлено помилки у розвитку торговельних підприємств та запропоновано елементи загального механізму формування стратегічних напрямів стабілізації та розвитку підприємств торгівлі.

Ключові слова: торговельне підприємство, розвиток, напрями, торгівля, фактори.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економіки України особливої актуальності набуває проблема досягнення конкурентних переваг підприємств різних галузей, які забезпечують підвищення ефективності їх функціонування та стабільне економічне зростання. Особливо це стосується торговельних підприємств, оскільки торгівля є однією з базових видів економічної діяльності, від рівня розвитку якої багато в чому залежить економічне піднесення кожного регіону та країни в цілому. За цих умов основними передумовами досягнення високого рівня ефективності підприємств торгівлі є гармонізація економічних інтересів підприємства з інтересами оточуючого середовища, що дає змогу побудувати на підприємстві стійку до загроз систему, яка спроможна забезпечувати реалізацію економічних інтересів, місії підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання удосконалення стратегічного розвитку економіки як в цілому, так і торговельної галузі, зокрема, знайшли своє відображення в дослідженнях учених: Ф.А. Важинського, В.В. Вітлицького, Г.Г. Галанця, О.Ю. Гусевої, В.І. Дробота, І.Г. Кириленка, А.В. Крисального, Ю.І. Кухарчука, А.С. Лисецького, А.В. Мазуренка, Д.В. Маламуда, А.А. Садекова, М.І. Толкача, Л.В. Фролової, М.С. Хомяка та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Проте одним з центральних і невирішених питань залишається формування стратегій стабілізації економічної діяльності торговельних підприємств та визначення пріоритетних напрямів розвитку її складових.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування напрямів розвитку українських торговельних підприємств знаходиться у площині стратегічного менеджменту та має на меті своєчасне активне пристосування й адаптацію їх діяльності до змін макросередовища. Швидкоплинність екзогенних ринкових процесів зумовлено, перш за все, коливаннями споживчого попиту, високою конкуренцією, значними обсягами вхідної

інформації щодо кон'юнктури на ринку, інноваційними процесами та складністю комунікацій в торгівлі тощо.

В загальному випадку стратегія торговельного підприємства – це комплекс взаємопов'язаних дій, спрямованих на його розвиток у довгостроковій перспективі шляхом встановлення стратегічних цілей і втілення у життя найбільш перспективних напрямів щодо їх досягнення за принципом альтернативності в умовах нестабільного зовнішнього середовища [1].

Оскільки основна цільова настанова торговельного підприємства, як правило, полягає у максимізації прибутку від продажів, то виникає об'єктивна необхідність визначення основних етапів його розвитку в залежності від життєвого циклу товарів, що реалізуються, підприємства в цілому та ринку, на якому воно присутнє.

Існує багато шляхів розвитку, які можна вибрати для торгового підприємства, але не всі є ефективними та не всі ідуть на користь підприємству, бо більшість з них є уявними. Деякі, намагаючись покращити розвиток свого підприємства, не рідко допускають неминучі помилки, які зрештою прирікають життєвий цикл цього підприємства на період «смерті». Розглянемо деякі помилкові шляхи такого розвитку:

- наявність позаринкових переваг над конкурентами за короткий термін;
- монополізація ринку без впровадження інновацій та пошуку більш ефективних рішень у сфері техніки, технології, маркетингу, управління тощо;
- безперспективність власників підприємств або тимчасового вкладення капіталу у власний бізнес, чи з метою його подальшого продажу;
- створення скрутної фінансової ситуації, з метою уникнення податків.

Перераховувати ці помилки можливо дуже довго, але головна мета полягає у тому, щоб виявити правильний шлях для розвитку торгового підприємства, тому будь-яке підприємство торгового напрямку на протязі всього свого існування повинно правильно обирати напрямки та способи своєї діяльності [2].

Загальний механізм формування стратегічних напрямів стабілізації та розвитку підприємств торгівлі доцільно будувати за такими елементами:

- визначення рівня ефективності економічної діяльності торговельного підприємства за основними бізнес-процесами;
- визначення загальних стратегічних напрямів стабілізації та розвитку економічної діяльності торговельного підприємства (корпоративної та конкурентних стратегій), виходячи з оцінки його потенційних можливостей і забезпеченості відповідними ресурсами.
- формування комплексу стратегічних напрямів стабілізації та розвитку економічної діяльності у відповідності до визначених рівнів її ефективності та визначення серед них пріоритетних;
- формування стратегічних цілей стабілізації та розвитку економічної діяльності торговельного підприємства за кожним видом бізнес-процесів [3].

Крім того, в роботі [2] зазначено, що на розвиток торговельного підприємства, окрім правильно сформованого алгоритму впровадження бізнес-стратегії, можна віднести вплив наступних факторів:

- розмір торговельної мережі;
- розгалуженість торговельної інфраструктури (наявність та ступень розвитку складського, логістичного, інформаційного забезпечення, системи правильно побудованої системи комунікацій (наприклад, CRM-системи), маркетингової взаємодії та ін.);
- правильно визначеної цільової аудиторії тощо.

Висновки. Головна мета діяльності торговельного підприємства – максимізації прибутку від продажу продукції. Загальні напрями та етапи стратегії розвитку дозволяють у процесі управління торговельною діяльністю підприємств досягти цієї мети.

У визначенні поняття факторів розвитку торговельного підприємства необхідно розглядати такі категорії як торгова мережа (система взаємопов'язаних торгових підприємств), торгова інфраструктура (спеціалізований транспорт, сховища, інформаційні, рекламні, сервісні центри, тарне господарство і т.п.) і споживачі. Сутність діяльності торговельного підприємства полягає в максимальному задоволенні споживчого попиту в продукції, товарах і послугах у зручний для споживача час, потрібному асортименті і необхідній кількості.

Таким чином, напрямками розвитку діяльності торговельного підприємства буде вибудовування системи взаємовідносин зі споживачами у цифровій площині, електронна комерція, формування клієнтських баз даних, впровадження прогресивних методів маркетингу та менеджменту, удосконалення способів брендування та підвищення лояльності споживачів.

Література:

1. Кузнєцова К., Завадських Г. *Особливості формування стратегій малих торговельних підприємств.* URL: <http://feb.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/tezi-Zavadskih-Kuznyetsova-Pragmatizm.pdf> (дата звернення: 06.03.2023).

2. Філіппов В.Ю., Нестеренко А.М. *Шляхи розвитку торговельних підприємств. Економіка: реалії часу.* 2014. №2 (12). С. 203-207.

3. Литвинов О.І. *Стратегічні напрями стабілізації та розвитку економічної діяльності торговельних підприємств. Електронний журнал «Ефективна економіка».* 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2421> (дата звернення: 29.04.2023).

ЗНАЧЕННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ*Постольний І.В.**Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Анотація. У дослідженні звертається увага на значущість малих підприємств для розвитку економіки України. У ній детально розглядаються актуальність розвитку малого бізнесу, його роль у скороченні безробіття, стимулюванні інновацій та сприянні сталому розвитку. Однак, стаття також виявляє кілька невирішених проблем, включно з фінансовою підтримкою, бюрократичними перепонами, низькою інноваційною активністю, обмеженим доступом до освіти та недостатньою співпрацею з державою та бізнес-спільнотою. У висновку наголошується на необхідності вжиття заходів для подолання цих проблем і забезпечення сприятливого середовища для розвитку малих підприємств в Україні.

Ключові слова: малі підприємства, розвиток, безробіття, інновації, сталий розвиток, конкурентоспроможність, фінансова підтримка.

Постановка проблеми. Актуальність розвитку малих підприємств в Україні підтверджується кількома факторами. По-перше, вони здатні скоротити безробіття і створити нові робочі місця, покращуючи економічну ситуацію в країні. По-друге, малі підприємства є джерелом інновацій і технологічного розвитку, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності української економіки. Нарешті, розвиток малого бізнесу сприяє зміцненню місцевих громад і створенню сприятливого середовища для підприємницької активності.

Розвиток малих підприємств в Україні актуальний з точки зору скорочення регіональних нерівностей. Малі підприємства можуть стати рушійною силою розвитку малих міст і сільської місцевості, надаючи нові можливості для місцевого населення та зміцнюючи економічну інфраструктуру у віддалених регіонах. Більш рівномірний розподіл підприємницької активності допоможе зменшити розриви між різними регіонами країни.

В умовах глобальних викликів, таких як зміна клімату та екологічні проблеми, розвиток малих підприємств стає актуальним для промислової перебудови та переходу до більш стійкої економіки. Малі підприємства можуть бути гнучкими та інноваційними впроваджувачами зелених технологій і практик, сприяючи екологічній відповідальності та сприяючи сталому розвитку. В контексті економічної глобалізації та ринку, що швидко змінюється, розвиток малих підприємств стимулює різноманітність і конкуренцію. Малі бізнеси можуть запропонувати нові й унікальні товари та послуги, створюючи додаткові можливості для споживачів і сприяючи розвитку підприємницького духу в країні.

Усі ці чинники підкреслюють актуальність розвитку малих підприємств в Україні, як основної рушійної сили економічного зростання, інновацій, сталого розвитку та соціального прогресу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На тему значущості малих підприємств для розвитку економіки України було проведено безліч досліджень. Деякі з них фокусувалися на впливі малих підприємств на економічне зростання, скорочення безробіття та сприяння соціально-економічному розвитку країни. Вони обговорювали важливість створення сприятливого середовища для розвитку малого бізнесу, включно з фінансовою підтримкою, спрощенням бюрократичних процедур і поліпшенням доступу до ресурсів та освіти.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на значне значення малих підприємств для розвитку економіки України, існують деякі невирішені проблеми, з якими стикаються підприємці та уряд. Деякі з них включають: фінансова підтримка (багато малих підприємств стикаються з труднощами доступу до фінансування); бюрократичні перепони (бюрократичні процедури та адміністративні перепони можуть ускладнювати створення і розвиток малих підприємств); низька інноваційна активність (всупереч потенціалу для інновацій, деякі малі підприємства в Україні стикаються з низьким рівнем інноваційної активності); низька інформованість та освіта (обмежений доступ до інформації та недостатня підприємницька освіта); недостатня співпраця з державою та бізнес-спільнотою (взаємодія між малими підприємствами, державою та бізнес-спільнотою не завжди достатньо розвинена); низька конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є в обґрунтування значущості малих підприємств для розвитку економіки України. У статті наводяться аргументи, що підтверджують актуальність розвитку малого бізнесу, його вплив на скорочення безробіття, стимулювання інновацій, сталий розвиток і підвищення конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Україна, як багатонаціональна держава з розвинутою промисловістю та значним потенціалом, відчуває постійну потребу в сталому економічному розвитку. У цьому контексті малі підприємства відіграють ключову роль у створенні робочих місць, стимулюванні інновацій та зміцненні економічного фундаменту країни. Розглянемо значення малих підприємств для розвитку економіки України на основі їхнього внеску у створення робочих місць, розвиток інновацій та підтримку місцевих громад.

1. Створення робочих місць. Малі підприємства є основними джерелами нових робочих місць в Україні. Вони надають можливість для зайнятості місцевого населення, скорочуючи безробіття та покращуючи життєвий рівень громадян. Крім того, вони сприяють збільшенню податкових надходжень до державного бюджету, що є основою для фінансування соціальних програм та інфраструктурних проєктів.

2. Стимулювання інновацій. Малі підприємства відіграють важливу роль у стимулюванні інновацій та технологічного розвитку в Україні. Вони мають гнучкість і здатність швидко адаптуватися до мінливих ринкових умов, що дає їм змогу впроваджувати нові ідеї та технології. Завдяки інноваційній діяльності малих підприємств українська економіка стає більш конкурентоспроможною на

міжнародному рівні, залучаючи інвестиції та створюючи нові можливості для зростання.

3. Розвиток малих міст і сільської місцевості. Малі підприємства мають величезне значення для розвитку малих міст і сільської місцевості в Україні. Вони створюють робочі місця в регіонах, які часто страждають від відтоку населення у великі міста. Розвиток малого бізнесу в малих містах і сільській місцевості допомагає зміцнити економічну інфраструктуру, забезпечити доступ до товарів і послуг, а також підвищити якість життя місцевого населення.

4. Підвищення конкурентоспроможності. Малі підприємства є драйверами конкурентоспроможності української економіки. Вони здатні швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та приймати нові виклики на ринку. Завдяки своїй гнучкості та інноваційності, малі підприємства здатні запропонувати унікальні продукти та послуги, які можуть конкурувати з іноземними компаніями. Це сприяє розвитку експорту та залученню іноземних інвестицій, що позитивно позначається на економічному розвитку країни в цілому.

5. Підтримка підприємництва та творчого потенціалу. Малі підприємства сприяють підтримці підприємницької активності та творчого потенціалу українського населення. Вони створюють сприятливе середовище для розвитку малого бізнесу та індивідуального підприємництва. Завдяки цьому, талановиті підприємці мають можливість втілити свої ідеї в життя, розвивати власні компанії та робити внесок в економічне зростання України.

6. Розвиток малих підприємств як інструменту боротьби з корупцією. Малі підприємства можуть відігравати важливу роль у зниженні рівня корупції в Україні. Більш гнучкі та прозорі процедури, пов'язані з відкриттям та управлінням малими підприємствами, можуть знизити ймовірність корупційних схем. Малі підприємства, що працюють у чесних умовах, сприяють розвитку конкуренції та скороченню монополій, що своєю чергою знижує ризики корупційних практик.

7. Внутрішній ринок і різноманітність товарів і послуг. Малі підприємства сприяють різноманітності товарів і послуг на внутрішньому ринку України. Завдяки своїй гнучкості та здатності до інновацій, вони пропонують унікальні продукти та послуги, які можуть задовольнити потреби різних сегментів населення.

8. Розвиток міжнародного співробітництва. Малі підприємства також відіграють важливу роль у розвитку міжнародного співробітництва України. Вони є активними учасниками зовнішньоекономічної діяльності та експортують свою продукцію на міжнародні ринки.

9. Сталий розвиток та екологічна відповідальність. Малі підприємства мають потенціал для розвитку сталої економіки та екологічної відповідальності. Завдяки меншим масштабам виробництва, вони можуть легше впроваджувати екологічно чисті технології та практики, знижуючи негативний вплив на навколишнє середовище.

Висновки. Малі підприємства відіграють невід'ємну роль у розвитку економіки України. Вони створюють робочі місця, стимулюють інновації, підтримують місцеві громади, сприяють розвитку малих міст і сільської місцевості, підвищують конкурентоспроможність і підтримують підприємницьку активність.

Література:

1. Як змінювалась кількість ФОПів та юридичних осіб в Україні в 2013–2020 роках. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/27/infografika/biznes/yak-zminyuvalasya-kilkist-fopiv-ta-yurydychnykh-osibukrayini-2013-2020-rokax>
2. Говорушко Т.А., Буняк В.Л., Говорушко С.С. Аналіз теоретичних підходів до трактування малого підприємництва і малого бізнесу як загальнонаукових суміжних понять. *Економічні науки*. 2017. № 27. С. 10-14.
3. Нечивілова Н.І. Концептуальне осмислення базових категорій підприємницької діяльності «малий бізнес», «мале підприємництво», «мале підприємство». *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2011. № 26. С. 148-155.

УДК 65.012.32:658.8

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Приходько Ж.С.

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

Анотація. Стаття присвячена питанням розвитку маркетингового потенціалу торговельного підприємства, зокрема в ній розглянуто маркетинговий потенціал як головний аспект стійкого функціонування торговельного підприємства. Окремо виділено зовнішні і внутрішні чинники розвитку маркетингового потенціалу, охарактеризовано комплекс маркетингового потенціалу торговельного підприємства в цілому.

Ключові слова: маркетинговий потенціал, торговельне підприємство, чинники, розвиток, комплекс.

Постановка проблеми. За умов високої динамічності конкурентного середовища виникає необхідність сталого розвитку підприємства на основі впровадження інноваційних методик менеджменту та маркетингу. Важливе значення для будь-якого підприємства сфери торгівлі набувають питання ефективності використання маркетингового потенціалу. Оскільки маркетинговий потенціал торговельного підприємства є одним з головних структурних елементів загального потенціалу, то актуальним і необхідним на сьогодні є стратегічне управління ним. Процес забезпечення ефективності використання маркетингового потенціалу торговельного підприємства потребує організованого планування стратегій розвитку маркетингового потенціалу. Це актуалізує необхідність виявлення стратегічних альтернатив розвитку

маркетингового потенціалу, реалізація яких забезпечить конкурентоспроможність торговельного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теорії та практики стратегічного управління маркетинговим потенціалом внесли Л. Балабанова, А. Балабаниць, В. Гросул, О. Гусєва, Д. Кверенс, Л. Мороз, Г. Морозова, З. Шершньова та багато інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Проте, враховуючи динамічні зміни в зовнішньому середовищі, специфіку функціонування торговельних підприємств, увага до проблематики формування стратегії розвитку маркетингового потенціалу торговельного підприємства потребує постійних досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із головних аспектів стійкого функціонування торговельного підприємства є безперервне вдосконалення системи розвитку маркетингового потенціалу, оскільки результативність діяльності підприємства залежить від ринкової позиції, мінливих зовнішніх умов, вимог споживачів, а також обраної стратегії підприємства. Розвиток маркетингового потенціалу торговельного підприємства будується на чіткому алгоритмі послідовності досягнення стратегічної мети [1].

Зважаючи на зміст основних функцій торговельного підприємства (реалізація споживчої та ринкової вартості товарів за рахунок їх доведення від виробників до споживачів) в якості варіативних ознак в роботі [2] виділено наступні групи чинників формування маркетингового потенціалу торговельного підприємства:

- зовнішні (ресурси зовнішнього розвитку і їх ринкові можливості, зовнішнє маркетингове середовище підприємства);

- внутрішні (внутрішнє маркетингове середовище що відображає маркетингові матеріальні і нематеріальні ресурси та можливості внутрішнього розвитку торговельного підприємства).

До зовнішніх чинників, які мають вплив на формування та розвиток маркетингового потенціалу торговельного підприємства, відносимо такі, що виникають та перебувають поза сферою його впливу, а саме: політичні, економічні, соціокультурні, демографічні, екологічні, науково-технічні, правові та зовнішнє маркетингове середовище (ті, якими підприємство не може управляти, але вони мають бути враховані в процесі планування і реалізації маркетингових заходів), а саме: часта ринку, поведінка покупців на ринку, маркетингові посередники, поведінка конкурентів на ринку, постачальники, інноваційність маркетингового інструментарію, контактні аудиторії, рівень комунікаційної активності).

Внутрішні чинники маркетингового середовища, що виникають усередині торговельного підприємства та мають вплив на розвиток маркетингового потенціалу, включають: маркетингові матеріальні ресурси (фінансові, трудові, інформаційні, просторові, інноваційні, цінова політика, товарна політика, комунікаційна політика) та не матеріальні (партнерські відносини із

постачальниками, взаємовідносини із споживачами, кваліфікований персонал, асортимент продукції, рівень співвідношення ціна/якість, якість обслуговування, імідж підприємства, система збуту, маркетингова культура, можливості ресурсного забезпечення маркетингової діяльності) [2].

Маркетинговий потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не лише реалізованими, але й нереалізованими з певних причин. Разом вони формують сукупну можливість підприємства, яка значною мірою, визначає рівень його конкурентоспроможності. Модель маркетингового потенціалу підприємства значною мірою визначається обсягом та якістю наявних нематеріальних ресурсів; можливостями керівників та інших категорій персоналу до управління цими ресурсами; можливостями менеджменту оптимально використовувати наявні ресурси підприємства тощо.

Аналіз комплексу маркетингового потенціалу підприємства дозволяє:

- зменшити до мінімуму негативні наслідки змін, що відбуваються, а також факторів «невизначеності майбутнього»;
- можливість враховувати об'єктивні (зовнішні і внутрішні фактори), що формують зміни, зосередиться на вивченні цих факторів; сформувати відповідні інформаційні банки;
- можливість одержати необхідну базу для розробки стратегічних і тактичних рішень;
- полегшити роботу із забезпечення довго- і короткострокової ефективності і прибутковості;
- можливість зробити організацію більш керованою, оскільки при наявності системи стратегічних планів є можливість порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань;
- можливість установалення системи стимулювання для розвитку гнучкості і пристосування організації й окремих її підсистем до змін;
- забезпечення динамічності змін за допомогою прискорення практичних дій по реалізації стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю й аналізу;
- створення виробничого потенціалу і системи зовнішніх зв'язків, що сприятливі до змін і дають можливість досягти цілі [3].

Висновки. На основі критичного огляду сучасних підходів до визначення сутності маркетингового потенціалу було встановлено, що маркетинговий потенціал слід розглядати як невіддільну складову потенціалу підприємства. Використання маркетингового потенціалу через уточнення його сутності дає можливість підприємству підвищити ефективність використання ресурсів підприємства задля досягнення корпоративних цілей та зміцнення ринкових позицій.

Література:

1. Гросул В.А., Бубенець І.Г., Чатченко О.Є. Формування стратегії розвитку маркетингового потенціалу торговельного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 1. С. 347-352.
2. Бубенець І.Г. Чинники розвитку маркетингового потенціалу торговельного підприємства. *Electronic scientific journal «TRAEKTORIA NAUKI»*. 2016. № 3(8). URL: www.pathofscience.org (дата звернення: 29.04.2023).
3. Ворожбит М.В. Маркетинговий потенціал як невіддільна складова потенціалу підприємства. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/2130/> (дата звернення: 29.04.2023).

УДК 330.2

РОЗРОБКА ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Самойленко Б.С.

Науковий керівник: Прокопенко Н.В., старший викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. У статті розглядаються основні системи оплати праці на підприємстві, визначається роль заробітної плати як чинника ефективної роботи персоналу.

Ключові слова: фонд оплати праці, трудомісткість, продуктивність праці, заробітна плата, нарахування, утримання.

Постановка проблеми. Питання організації праці займають одно з провідних місць в соціально-економічній політиці держави. В умовах ринкової економіки практичне здійснення заходів по вдосконаленню організації оплати праці має бути ґрунтоване на дотриманні ряду принципів оплати праці, яку необхідно базувати на наступних економічних законах : законі відшкодування витрат на відтворення робочої сили, законі вартості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проф. Кантор Е.Л. у своїх дослідженнях вказував, що ефективна ідеологія управління персоналом багато в чому базується на фінансовій мотивації працівника. Відношення працівника до праці формується під впливом спрямувань, життєвих цілей, можливості самовираження і самореалізації, змісту праці і справедливої його оплати [1].

Невирішені складові загальної проблеми. Дослідження в цій області завжди актуальні і затребувані, оскільки основне завдання організації заробітної плати – це поставити оплату праці в залежність від його колективу і якості трудового вкладу кожного працівника і тим самим підвищити стимулюючу функцію вкладу кожного, що являється складною теоретико – практичним завданням.

Формулювання цілей статті. Метою цієї статті є визначення суті і ролі оплати праці в умовах сучасної економічної ситуації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основне завдання організації заробітної плати полягає в тому, щоб поставити оплату праці в залежність від колективу і якості трудового вкладу кожного працівника і тим самим підвищити стимулюючу функцію вкладу кожного.

Оплата праці як багатоаспектна категорія покликана відігравати значну роль у житті суспільства. З одного боку, оплата праці є основним джерелом доходів працівників, тому її величина значною мірою характеризує рівень добробуту всіх членів суспільства. З іншого боку, її правильна організація зацікавлює працівників підвищувати ефективність виробництва, а відтак безпосередньо впливає на темпи й масштаби соціально-економічного розвитку країни.

Організація оплати праці припускає визначення форм і систем оплати праці працівників підприємства та розробку критеріїв і визначення розмірів доплат за окремі досягнення працівників і фахівців підприємства.

При цьому украй важливо скористатися зарубіжним досвідом, який врахував досить широке коло аспектів оплати праці найнятого робітника.

Враховуючи постійну тенденцію до збільшення витрат на робочу силу західні менеджери прагнуть точніше встановлювати норми, підтримувати досить високий темп роботи. Для цього широко застосовуються методи мікроелементного аналізу і нормування трудових процесів.

Механізм індивідуалізації заробітної плати включає диференціацію умов найму, у тому числі широке використання контракту як особливої форми трудового договору між підприємцем і найнятим робітником [2].

Вже зараз помітно знизилася тарифна частина заробітку і зросла його змінна частина, яка залежить від особистого внеску працівника у фінансовий стан фірми.

Крім того, спостерігається зміна орієнтації підприємців і менеджерів у сфері стимулювання праці з кількісних на переважно якісні показники діяльності.

Пріоритет якісних показників підтверджується також яскраво вираженою перевагою в оплаті розумової праці порівняно з фізичною працею.

Заробітна плата працівників розумової праці в середньому перевищує заробіток робітників:

- в Німеччині – на 20 %;
- Італії і Данії – на 22 %;
- Люксембурзі – на 44 %;
- Франції і Бельгії – на 61 %.

Майстер порівняно з кваліфікованими робітниками отримує більше:

- в Німеччині – на 15 %;
- Нідерландах – на 23 %;
- Франції – на 30 %;
- Бельгії – на 40 % [3].

У багатьох країнах велике значення надається стажу роботи на фірмі. Найкраща диференціація зарплати по цьому чиннику в Японії. Заробітна плата

тимчасових робітників складає 40-50 % рівня зарплати постійних.

Диференціація місячної зарплати постійних робітників з довічним наймом в 2018 р. залежно від віку складала у працівників з вищою освітою – 400 відсотків, а одноразова премія-бонус, який виплачуються двічі в рік – 1300 відсотків [4].

У західних країнах популярним серед менеджерів стає стимулювання праці на основі оцінки заслуг (ефективності праці) конкретних працівників. На думку фахівців, справедлива організація такої оцінки сама собою стимулює підвищення ефективності праці.

Часто використовують показники, які характеризують своєчасність, якість, стиль і методи роботи, витрачений час.

Перерахованими методами мотивації праці західний передовий досвід не обмежується.

У останні роки західні підприємці і менеджери все частіше застосовують непрямі методи стимулювання праці з урахуванням внеску працівників в розвиток підприємства і кінцеві результати його і діяльності.

Йдеться про участь найманих працівників в доходах підприємства, в «успіху фірми», в її акціях, в накопиченні засобів на спеціальних рахунках, в управлінні виробництвом і тому подібне.

Такий напрям розвитку мотивації праці дістав назву стратегії залучення і партнерства, і все більше витісняє стратегію підпорядкування і суворого контролю.

Внаслідок цього в доходах менеджерів, фахівців і інших висококваліфікованих працівників найманої праці відход від вказаних систем участі (підпорядкування і контроль) став грати значну роль.

Висновок. В ринково-конкурентній боротьбі виживуть ті підприємства, для яких мотивація трудової поведінки персоналу буде не теоретичною абстракцією, а практичною справою, об'єктом номер один. Виділимо найбільш суттєві елементи цього досвіду.

1. Переважаюче застосування почасової форми заробітної плати в різних її модифікаціях.

2. Особливе відношення до нормування.

3. Стійка тенденція до індивідуалізації трудових доходів на основі повного обліку як індивідуальних результатів праці, так і особистих ділових якостей.

Тільки при виконанні цих умов у вітчизняній економіці по-справжньому буде оцінений багатий зарубіжний досвід країн з розвиненою ринковою економікою.

Література:

1. Кантор Е.Л. Економіка підприємств. Київ: ДІА, 2019. 255 с.
2. Богатин Ю. В. Виробництво прибутку. Львів: Ліга-Прес, 2018. 213 с.
3. Лівшиц А.Я. Введення в ринкову економіку. Київ: Основа, 2019. 335с.
4. Доценко А.П., Осокіна В.В. Ринок і його механізм. Київ: МЗУУП, 2018. 260 с.

РОЗВИТОК ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ*Свищова Є.В., Комова С.С.**Науковий керівник: Пушкар Т.А., к.е.н., доцент**Харківський національний університет міського господарства**ім. О.М. Бекетова*

Анотація. У статті розглянуто розвиток цифрових фінансових технологій в Україні. Визначено переваги, які сприяють розповсюдженню фінтеху та недоліки, які викликають певну недовіру до даних технологій та стримують їх впровадження. Проаналізовано стан ринку фінансових технологій в Україні, виявлені основні проблемні питання його функціонування, наведено найпоширеніші напрями на вітчизняному ринку та виділено найуспішніші фінтех-компанії нашої країни.

Ключові слова: фінтех, цифровізація, інновації, фінансова система, необанкінг, блокчейн, криптовалюта.

Постановка проблеми. Питанням впровадження і розвитку цифрових фінансових технологій на етапі активної цифровізації усіх сфер діяльності підвищує свою актуальність. Сучасне цифрове середовище дає великі перспективи для їх використання, створюючи все більше інтернет-платформ. Економіка переходить на новий цифровий рівень, що сприяє зростанню попиту на такі технології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання запровадження, розвитку та функціонування фінансових технологій наразі є дуже поширеним серед науковців та дослідників. Дану тему у своїх працях розглядали О.М. Шевченко [1], Л.В. Рудич [1], О.Г. Єсіна [2], Г.М. Поченчук [3], О.Я. Стойко [4].

Невирішені складові загальної проблеми. Розвиток цифрових фінансових технологій в Україні відбувається не так швидко як в розвинених країнах світу, через певні наявні проблемні питання, серед яких можна виділити наступні: недостатньо розвинута законодавча база (в Україні поки не існує повноцінної правової бази, яка регулювала би діяльність фінтех-компаній та забезпечувала б захист прав споживачів цифрових фінансових послуг); недостатній розвиток інфраструктури, таких як бездротовий інтернет і мобільний зв'язок, які не завжди належним чином розгорнуті в різних регіонах України; недостатній рівень фінансової грамотності населення; загроза кібератак та крадіжки конфіденційної та приватної інформації.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження розвитку цифрових фінансових технологій в Україні, визначення їх впливу на національну економіку та фінансову систему країни, а також аналіз потенціалу цих технологій для подальшого розвитку фінансового сектору України. Стаття має на меті також розглянути основні тренди та інновації у галузі цифрових фінансів, що застосовуються в Україні, та оцінити їхні переваги та недоліки.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні кілька років безперервно спостерігаються постійні зміни та покращення в організації діяльності сфер надання послуг, обслуговування, підтримки життєдіяльності та інших галузях, що використовуються в повсякденному житті. Це відбувається за рахунок нових економічних тенденцій, розвитку технологій та, насамперед, через глобальну цифровізацію усього суспільного життя. Фінансовий сектор не залишився осторонь і також удосконалюється з великою швидкістю, використовуючи цифрові можливості.

Ми живемо в час бурхливого розвитку та популяризації фінансових технологій (фінтех), які вже встигли стати невід'ємною частиною повсякденного життя багатьох людей. Фінтех – це поєднання цифрових технологій та інновацій в фінансовій сфері, що використовуються для надання, розширення і розповсюдження фінансових послуг технологічними компаніями [1], а також для спрощення використання грошових послуг, управління особистими фінансами та задоволення своїх фінансових потреб клієнтами фінансових служб та установ. Посилаючись на дані Базельського комітету із питань банківського нагляду, можна виділити основні фінтех-продукти:

- кредитні, депозитні та капітальні послуги: краудфандинг, кредитні ринки, мобільні банки та кредитний скоринг;
- платіжні, клірингові та розрахункові послуги: мобільні гаманці, P2P-платежі, криптовалюти, безготівкові розрахунки;
- послуги з управління інвестиціями: високочастотний трейдинг, копі-трейдинг, електронна торгівля, автоматизоване консультування [1].

Фінтех є прямим шляхом до нових можливостей для суб'єктів діяльності фінансової галузі, які сприятимуть розвитку, розширенню доступних послуг, зростанню попиту та отриманню більшого прибутку. Залучення фінансових технологій у своїй діяльності має очевидні переваги та стимули свого визнання:

1. Швидкість. Скористатися послугами фінтеху може кожен бажаючий маючи лише доступ до Інтернету, навіть не виходячи з дому, що робить поставлену задачу швидшою та простішою.

2. Вигідніші умови на послуги. Фінтех-компанії зазвичай не мають потреби у придбанні фізичної інфраструктури (фізичних філіалів), а це дає змогу надавати свої послуги на більш вигідних умовах, ніж у традиційних фінансових компаніях, знижувати витрати споживачів за рахунок економії власних витрат та розширювати коло потенційних клієнтів.

3. Обробка більшого об'єму даних. Технології дозволяють компаніям обробляти та зберігати більшу кількість інформації про своїх клієнтів.

4. Більше персоналізованих продуктів. За рахунок вищезгаданої можливості обробки та зберігання більшої кількості інформації, компанії мають змогу запропоновувати персоналізовані продукти та послуги, які точно будуть цікавими для того чи іншого споживача а основі його особистих переваг.

Але не дивлячись на багату кількість позитивних сторін фінансових технологій, дана сфера має і певні недоліки:

1. Спонтанні рішення. Споживачі онлайн-послуг зазвичай мають обмежений час та інформацію для прийняття рішень, що часто призводить до необдуманих дій.

2. Технологічні ризики. Не дивлячись на сучасність розробок, не можна виключати можливість порушення у безперервному потоку надання послуг через збої у роботі або внаслідок кібератак чи інших порушень кібербезпеки.

3. Недостатня захищеність. Здійснюючи операції онлайн клієнт надає фінтех-компаніям велику кількість приватної інформації про себе, яка може бути некоректно використана та наразити на небезпеку стати жертвою кіберзлочину.

4. Недоступність для певних категорій осіб. Не дивлячись на зручність та швидкість використання фінтех-продуктів, не кожна людина має змогу скористатися смартфоном або комп'ютером через низку причин [5].

Фінансові технології не оминули Україну та почали свій активний розвиток на вітчизняному ринку ще у 2015 році. Найбільше за все фінтех-компанії працюють у сфері платежів та грошових переказів, до фінтех-компаній цієї категорії належать: EasyPay, IBOX, iPay.ua, Global Money та інші. Наступним за поширенням на українському ринку є напрям технологій та інфраструктур в фінансовій сфері, цим займаються такі компанії, як: Unity-Bars, IGama, bNesis, Bintels. Третє місце за популярністю займає кредитування, до компаній з такою діяльністю належать: Maneuveo, Creditplus, Кредитмаркет тощо. Окрім цих складових фінтех сектору на ринку України існують компанії, що надають послуги й іншого характеру, а саме:

- іншуртех – інновації у сфері страхування (EWA, Insart, Alfa Protection);
- маркетплейси (Treeum, Prom, tabletki.ua),
- діджитал та необанки (Monobank, Приват24, Пумб, Sense Bank),
- управління фінансами (Finkee, mTax, Homemoney);
- мобільні гаманці (Payeer, Global24, PayPal);
- блокчейн (Blockchain Lab, Attic Lab);
- криптовалюти (Kuna.io) [6].

На сучасному етапі фінансові технології мають великий попит, який з роками стає все більше, що створює сприятливе середовище існування, розвитку та започаткування для фінтех-компаній. Дані технології є інноваційними та стали невід'ємною частиною життя багатьох людей. На сьогоднішній час можна виділити українські компанії, які показали успішну роботу, набули активного поширення та зайняли лідируючі позиції серед конкурентів, що підтвердилось щорічною професійною премією Ukrainian Fintech Awards 2023:

1. Monobank є найбільш активним небанком у розвитку та запуску інноваційних продуктів, а також банк показав найкращі результати у покращенні клієнтського досвіду споживачів.

2. Izibank вважається небанком, що є найлегшим в користуванні у повсякденному житті клієнтів.

3. Moneyveo – фінтех-компанія, яка зайняла лідируючі позиції у сфері цифрового кредитування.

4. UA Pay – найкращий платіжний провайдер для маркетплейсів.

5. OLX – найкращий цифровий торговий майданчик, який об'єднав покупців та продавців з усіх куточків України.

6. WhitePay – найкращий блокчейн проект, що відзначився інноваційними досягненнями.

7. You Control – став переможцем серед фінтех-партнерів для державних органів, що забезпечив інноваційну складову надання державних послуг.

8. ЄDoromoga – новий продукт, запущений у 2022 році, який відзначився високим рівнем інноваційності та технологічності.

Окрім цього велика кількість українських банків не залишила без уваги інноваційні фінтех-продукти та послуги і розширили зону свої послуг за їх допомогою, що позитивно вплинуло на розвиток їхньої діяльності, до таких банків належать: ПриватБанк, Пумб, Ощадбанк, Таскомбанк та Credit Agricole [7].

Український ринок фінансових технологій вже показує високий рівень, але є фактори, які стримують ще більший прогрес діяльності та поширення даної галузі. До найбільш явних із них належить:

- нестабільна економічна система в країні;
- несприятливий інвестиційний клімат;
- недостатня кількість фахівців у сфері фінансових технологій та низький рівень фінансової грамотності у громадян [1].

Якщо всі наявні проблемні питання вирішаться, то фінтех чекає ще більший успіх на ринку нашої країни та зростання у два, три та навіть більше разів в порівнянні з теперішньою ситуацією.

Висновки. Цифрові фінансові технології є однією з найбільш важливих тенденцій сучасного світу і важливим чинником для економічного розвитку країни. Електронні платіжні системи, мобільний банкінг та інші цифрові фінансові сервіси розвиваються досить швидко в Україні, проте ще є проблеми, які потрібно вирішувати для підвищення ефективності та зручності користування ними.

Необхідною умовою розвитку цифрових фінансових технологій є створення відповідної правової бази, що регулює їх функціонування, а також розвиток інфраструктури та забезпечення кібербезпеки.

Розвиток цифрових фінансових технологій може сприяти покращенню доступності фінансових послуг для населення, зокрема для тих, хто мешкає віддалено від банківських установ та не може скористатися традиційними банківськими послугами. Необхідно продовжувати розвивати цифрові фінансові технології в Україні та стимулювати їх використання, щоб підвищити ефективність економіки та підтримати інноваційний розвиток країни.

Література:

1. Шевченко О.М., Рудич Л.В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. Ефективна економіка. 2020. № 7. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8053> (дата звернення: 26.04.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.7.61

2. Єсіна, О.Г. (2023). Розвиток цифрових фінансових технологій у банківській сфері. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління (7). URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-08-01>

3. Поченчук Г.М. Фінансові технології: розвиток і регулювання. Економіка та суспільство. № 13 (2017) URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/200.pdf

4. Стойко О.Я. Перспективи розвитку фінтех- і банківського бізнесу в Україні. Проблеми економіки. 2020. №2. С. 356-364. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-356-364>

5. Що таке фінтех і як він впливає на ваше життя вже сьогодні? [Електронний ресурс]. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/fintech/2018/12/5/641431/#1>

6. День, коли народився український ФінТех: на чому заробляють фінтех компанії. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/02/26/634424/#>

7. Ukrainian Fintech Awards 2023. URL: <https://fintechawards.com.ua>

УДК 338.01

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Сененко А.А., Олейнікова В.Д.

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

Анотація. Розглянуто поняття «стратегія мотивації працівників», виявлені основні відмінності та недоліки сучасних визначень стратегічної мотивації. Встановлено основні аспекти формування стратегій мотивації задля забезпечення якості продукції.

Ключові слова: стратегія, мотивація, стратегічна мотивація, якість.

Постановка проблеми. Реалізація завдань економічного зростання виробництва, забезпечення ефективності реалізації бізнес-процесів та якості можлива лише за умови створення могутньої мотиваційної системи, здатної спонукати персонал до ефективної діяльності, бути вагомим чинником підвищення результативності праці, досягнення особистих цілей і цілей підприємства. Такий підхід полягає у формуванні стратегій мотивації працівників, розробці комплексу рекомендацій з підвищення їхньої мотивації, спрямованої на досягнення цілей та завдань, що стоять перед підприємством в напрямку забезпечення якості продукції – транспортних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення зарубіжної та вітчизняної спеціальної літератури, яка присвячена теорії й методології мотивації персоналу, стратегічному менеджменту персоналу, практичним

аспектам управління мотивацією персоналу, свідчить про те, що сьогодні проблема мотивації персоналу недостатньо розглянута з позиції стратегічного управління підприємством, не має чіткого визначення поняття «стратегія мотивації працівників» та недосконалі підходи щодо розробки стратегій мотивації, спрямованої на забезпечення якості.

При цьому ряд вчених звертаються до поняття стратегічної мотивації. Так, в роботі [1] наводиться наступне визначення: «мотиваційна стратегія – це підсистема стратегії підприємства, яка представляє довгострокову програму дій по реалізації концепції використання і розвитку потенціалу персоналу підприємства з метою забезпечення його стратегічних конкурентних переваг» [1, с. 100]. Термін «стратегічна мотивація» також застосовується у дослідженнях Андрійченко Ж.О., яка стратегічну мотивацію розуміє як «мотивацію, яка складається з чотирьох «шарів», кожен з яких має свій термін життя, надаючи організації стратегічну стійкість» [3]. При цьому, по-перше, не уточнюється, що лежить в основі такої мотивації; по-друге, не зрозуміло на що спрямована дана мотивація та по-третє на кого спрямована дана мотивація. Отже, найдоцільнішим буде уточнити визначення поняття стратегія мотивації працівників шляхом аналізу і конкретизації його складових частин, а саме шляхом поєднання категорій стратегія та мотивація.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на наявність суттєвих наукових напрацювань, поняття «стратегія мотивації працівників» залишається досі не визначеним. Тому виникає потреба конкретизації його складових частин, що дозволить встановити сутність поняття та визначити основні аспекти її формування стосовно забезпечення якості продукції, що виробляється.

Формулювання цілей статті. Розкрити основні аспекти формування стратегій мотивації з метою забезпечення якості перевезень АТП.

Виклад основного матеріалу дослідження. При розгляді стратегії в менеджменті ґрунтуються на загальнотеоретичних її положеннях, розглядаючи при цьому саму сутність стратегії, її роль для підприємства, процеси реалізації, використовувані методи та ін. В загальному вигляді стратегію прийнято розуміти як загальний, недеталізований план якої-небудь діяльності, що охоплює тривалий період часу, спосіб досягнення складної мети.

Зазвичай стратегія розробляється на кілька років вперед, конкретизується в різного роду проектах, програмах, практичних діях та реалізується в процесі їх виконання. Під стратегією будемо розуміти «напрямок діяльності підприємства на тривалий період часу, який стосується сфери, засобів і форми його діяльності, системи внутрішньовиробничих відносин, а також позицій підприємства в навколишньому середовищі, що дозволяє підприємству досягти переваги над конкурентами» [3, с. 14].

Стратегія безпосередньо впливає на мотивацію. Витрати на персонал, політика в області розвитку персоналу і мотивації прогнозуються з урахуванням тенденцій розвитку економіки, можливих змін на ринку праці тощо. Працівники організації, в якій існує чітка кадрова політика, почувають

себе впевненіше, тому що уявляють, за якими правилами будуються відносини в ній. Тут більше справедливості, більше стабільності. Чимале мотиваційне значення має знання працівником цілей компанії, розуміння власної ролі в консолідованих зусиллях колективу.

Усе викладене дозволяє уточнити поняття «стратегія мотивації персоналу» у такий спосіб. Стратегія мотивації персоналу є процесом спрямованим на активізацію поведінки або створення спонукання, націленого на досягнення певної мети або винагороди, який являє собою напрямок діяльності підприємства розрахований на тривалий період часу, що стосується сфери, засобів і форми його діяльності, системи внутрішньовиробничих відносин, а також позицій підприємства в навколишньому середовищі, що дозволяє підприємству досягти переваги над конкурентами. Основна ідея стратегії мотивації, спрямованої на забезпечення якості є навчання якості, залучення до управління, стимулювання та вивчення інтересів співробітників. Стратегія полягає у формуванні світогляду всього колективу в області якості. Одержання кожним співробітником нових знань та умінь по багатьом напрямкам, які стосуються якості, та є першорядною задачею. Навчання якості охоплює всі напрямки та підрозділи. Навчання якості починається з семінарів для вищого керівництва, потім для керівників середнього рівня. Так рівень за рівнем в процесі навчання якості залучається весь колектив.

Всезагальне навчання якості передбачає: проведення семінарів для вищого керівництва компанії. з метою демонстрації можливості підвищення прибутку та ефективності підприємством шляхом поліпшення якості, а також обґрунтування особливої важливості позицій й діяльності керівництва в питаннях постійного поліпшення якості; проведення робочих конференцій для менеджерів та керівних співробітників середньої ланки; навчання елементам управління якістю всіх співробітників в цілях формування чіткого уявлення о ролі та відповідальності кожного у загальному процесі поліпшення якості. Керівництво відповідає за оцінку планів морального та матеріального стимулювання співробітників. Методи матеріального стимулювання (система надбавок, преміювання, бонуси) повинні підлягати щорічному аналізу після проведення анкетування (опитування думки керівництва та рядових співробітників відносно ефективності механізму морального та матеріального стимулювання).

Висновки. Отже, встановлено поняття стратегії та мотивації залежно від сфери їх виникнення та застосування, визначено вплив стратегії на мотивацію та обґрунтовано поняття та зміст стратегії мотивації працівників, спрямованої на забезпечення якості перевезень.

Література:

1. Сивицька І.Г., Синиченко А.В. Мотиваційна стратегія як провідна детермінанта оптимізації управління персоналом. *Економіка і організація управління.* № 3 (35). 2019. С. 92-100. URL: <http://surl.li/hgawb>

2. Решетов В.О. Механізм мотивації праці персоналу малих підприємств: Дис... канд. екон. наук: 08.09.01 / НАН України; Рада по вивченню

продуктивних сил України. Київ, 2000. 180с.

3. Андрійченко Ж.О. Організація мотивації праці на підприємствах в умовах реструктуризації: Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Харківський національний економічний ун-т. Харків, 2004. 180арк. + дод. Бібліогр.: арк. 170-180.

4. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». 2017. № 24(1246). С. 26-30.

УДК 338.124

КРИЗОВИЙ СТАН НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЙОГО НАСЛІДКИ

Стогул К.М., Богданова А.В.

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

Анотація. У дослідженні визначено види кризових ситуацій на підприємстві та їх наслідки. Визначено, що підприємства повинні мати плани відновлення бізнесу, щоб забезпечити незалежність від одного постачальника або ринку, та забезпечити можливість швидкої відновлення діяльності в разі кризової ситуації. Проведено аналіз способів боротьби з кризовими ситуаціями на підприємствах залежно від характеру кризи та її причин. Визначено можливі стратегії для боротьби з кризовими ситуаціями на підприємстві.

Ключові слова: криза, управління підприємством, стратегія, відновлення діяльності.

Постановка проблеми. Кризова ситуація на підприємстві є складною ситуацією, яка вимагає швидкого та ефективного реагування. Управління кризовою ситуацією на підприємстві є процесом, спрямованим на зменшення втрат та збереження фінансової стійкості підприємства.

Для успішного управління кризовою ситуацією на підприємстві необхідно визначити причини кризи та відповідальних за неї, оцінити ризики та потенційні наслідки, визначити стратегію виходу з кризи та розробити план дій.

Для успішного управління кризовою ситуацією на підприємстві, дуже важливо діяти швидко та приймати рішення на основі об'єктивної інформації. Також потрібно враховувати потенційні ризики та наслідки від кожного прийнятого рішення.

Крім того, управління кризовою ситуацією на підприємстві може вимагати змін у структурі та процесах підприємства, щоб забезпечити ефективність реалізації стратегії виходу з кризи.

Для попередження кризових ситуацій на підприємстві, необхідно забезпечувати постійний моніторинг ризиків та вчасну реакцію на потенційні проблеми. Також важливо забезпечувати ефективне фінансове планування та управління бюджетом підприємства, щоб уникнути фінансових проблем.

Дослідження кризових ситуацій на підприємстві є дуже актуальним, оскільки вони можуть призводити до серйозних наслідків, включаючи фінансові втрати, втрату репутації та втрату ринкової позиції. Крім того, кризові ситуації можуть призвести до зменшення чисельності працівників та інших негативних соціальних наслідків.

Дослідження кризових ситуацій на підприємстві допомагає виявляти причини кризи та визначати ефективні методи її подолання. Такі дослідження дозволяють розробляти стратегії виходу з кризи та запобігання подібним ситуаціям в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій і навчальній літературі існують різні підходи визначення кризових ситуацій та їх наслідків.

Кризові явища на підприємствах почали досліджувати такі вчені, як Дж. Кейнс [1], В.С. Пономаренко [2], Л.О. Лігоненко [3], К. Ру-Дюфор [4], П. Лагадек [5], Р. Хіт [6] та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. Дослідження кризових ситуацій на підприємствах є складним завданням, і деякі складові проблеми можуть залишатися невирішеними, а саме: для аналізу причин кризових ситуацій необхідно мати повну інформацію про всі фактори, які призвели до кризи; аналіз кризових ситуацій може бути суб'єктивним, оскільки він залежить від оцінки причин та дій, вжитих управлінням підприємства; кризові ситуації на підприємствах можуть мати різний характер, що ускладнює їх аналіз.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз видів кризових ситуацій на підприємствах, їх наслідків та стратегій боротьби.

Виклад основного матеріалу. Кризові ситуації на підприємстві можуть бути різного характеру та серйозності, залежно від їх причин та наслідків. Нижче наведемо найбільш поширені види кризових ситуацій на підприємстві:

- фінансова криза – виникає, коли підприємство не здатне забезпечити достатній рівень прибутковості або зазнає фінансових втрат через непередбачувані обставини, такі як економічна криза або надмірна залежність від одного клієнта або продукту;

- криза управління – виникає, коли підприємство має проблеми з керівництвом або управлінням, що може призводити до зменшення ефективності та продуктивності підприємства;

- репутаційна криза – виникає, коли підприємство має проблеми зі своєю репутацією, наприклад, через скандальні або конфлікти з громадськістю;

- технологічна криза – виникає, коли підприємство має проблеми з технологічним обладнанням або інфраструктурою, що може призвести до зниження продуктивності та збитків;

- криза персоналу – виникає, коли підприємство має проблеми з персоналом, наприклад, через зниження мотивації, відсутність компетентності або конфлікти в колективі;

- природні кризи – виникають через природні катаклізми, такі як повені, землетруси або природні пожежі, що можуть призвести до фізичної руйнації майна та інфраструктури.

Ці види кризових ситуацій на підприємстві не є вичерпним списком, але дають загальне уявлення про те, які проблеми можуть виникати на підприємстві та які наслідки вони можуть мати.

Крім того, кризові ситуації на підприємстві можуть бути індивідуальними, виокремленими випадками або можуть мати системний характер, тобто виникати через проблеми у більш широкому контексті економічного, соціального чи політичного середовища.

У будь-якому випадку, підприємства повинні бути готовими реагувати на кризові ситуації, будь то шляхом попередження, виявлення та управління ризиками, або шляхом ефективного вирішення проблем під час їх виникнення.

Розуміння видів кризових ситуацій на підприємстві може допомогти підприємствам виявляти проблеми та розробляти ефективні стратегії управління кризами. До цього також може входити розробка планів надзвичайних ситуацій та систем виявлення, аналізу та вирішення кризових ситуацій на підприємстві.

Кризові ситуації на підприємстві можуть мати серйозний вплив на його діяльність та результативність. Ось деякі можливі наслідки кризових ситуацій на підприємстві:

- зниження прибутків – кризові ситуації можуть призвести до зниження продажів, втрати ринків та погіршення фінансових результатів підприємства;
- втрата репутації – кризові ситуації можуть призвести до погіршення репутації підприємства, зокрема через виток конфіденційної інформації, скандали або інші проблеми;
- втрата партнерів – кризові ситуації можуть призвести до втрати партнерів, постачальників або клієнтів, що може призвести до зниження обсягів бізнесу та прибутків;
- зменшення продуктивності – кризові ситуації можуть призвести до зменшення продуктивності та зростання витрат на виробництво або надання послуг;
- втрата ключових кадрів – кризові ситуації можуть призвести до втрати ключових кадрів, що може призвести до зменшення ефективності та продуктивності підприємства;
- погіршення стосунків зі стейкхолдерами – кризові ситуації можуть призвести до погіршення стосунків зі стейкхолдерами, такими як акціонери, співробітники, громадськість, регулятори та інші;
- втрата довіри – кризові ситуації можуть призвести до втрати довіри споживачів, клієнтів та інших стейкхолдерів, що може впливати на репутацію та прибутковість підприємства.

Ці наслідки можуть бути серйозними та довготривалими, втручання управління підприємством у разі кризових ситуацій може бути складним та часово затратним, тому важливо мати ефективну стратегію управління кризовими ситуаціями.

Для зменшення впливу кризових ситуацій на підприємство можуть бути використані різні підходи. Наприклад, підприємство може розробити план

надзвичайних ситуацій, який містить інструкції та процедури для виявлення, оцінки та реагування на кризові ситуації.

Підприємство може також розглянути можливість створення кризового менеджменту, що включає в себе відповідальних осіб та команду, яка буде відповідати за реагування на кризові ситуації та виконання плану надзвичайних ситуацій.

Важливо мати також плани відновлення бізнесу, щоб забезпечити незалежність від одного постачальника або ринку, та забезпечити можливість швидкої відновлення діяльності в разі кризової ситуації.

Узагальнюючи, кризові ситуації на підприємстві можуть мати серйозний вплив на його діяльність та результативність, тому важливо бути готовим до реагування на них та розробляти ефективні стратегії управління кризовими ситуаціями.

Боротися з кризовими ситуаціями на підприємствах можна різними способами, залежно від характеру кризи та її причин. Ось деякі можливі стратегії для боротьби з кризовими ситуаціями на підприємстві:

- аналіз причин кризи – першим кроком у боротьбі з кризовою ситуацією є визначення її причин. Тільки визначивши причини, можна розробити стратегії для їх усунення та попередження подібних ситуацій у майбутньому;

- розробка плану надзвичайних ситуацій - підприємство повинно мати план дій для кризових ситуацій, який містить детальні інструкції для виявлення, оцінки та реагування на кризову ситуацію;

- ефективне комунікування - важливо мати ефективну комунікацію зі стейкхолдерами, включаючи співробітників, клієнтів, постачальників, регуляторів та громадськість. Це допоможе зменшити негативний вплив кризової ситуації та зберегти довіру та підтримку стейкхолдерів;

- впровадження заходів для зменшення ризиків - підприємство повинно впровадити заходи для зменшення ризиків, зокрема збільшення фінансової стійкості, диверсифікації постачальників та ринків, підвищення якості та безпеки продукції;

- залучення фахівців – підприємство може залучити фахівців, які мають досвід у вирішенні кризових ситуацій, для розробки та впровадження стратегій управління кризовими ситуаціями. Це можуть бути консультанти, юристи, фахівці з ризик-менеджменту та інші спеціалісти;

- підвищення ефективності управління – кризові ситуації можуть виникати через проблеми управління підприємством. Тому важливо розглянути можливість підвищення ефективності управління, включаючи зміну організаційної структури, удосконалення системи управління ризиками та контролю, підвищення кваліфікації керівного персоналу та ін.;

- швидке та ефективне реагування – важливо швидко та ефективно реагувати, використовуючи розроблені плани та стратегії. Це може включати прийняття важливих рішень, швидке переключення виробництва на іншу продукцію, переговори з партнерами та інші заходи.

Загалом, боротьба з кризовими ситуаціями на підприємствах вимагає комплексної стратегії, яка включає в себе аналіз причин кризи, розробку планів надзвичайних ситуацій, впровадження заходів для зменшення ризиків, ефективну комунікацію зі стейкхолдерами, підвищення ефективності управління та швидке та ефективне реагування на кризові ситуації.

Висновки. Дослідження кризових ситуацій на підприємствах є важливою темою для бізнесу та науки. Кризові ситуації можуть виникати з різних причин та мати серйозний вплив на діяльність підприємства, тому важливо бути готовим до їх реагування та використовувати ефективні стратегії для їх боротьби.

Проте дослідження кризових ситуацій на підприємствах також може мати свої складнощі. Необхідність масштабної та комплексної аналітики, відсутність повної інформації та можливість суб'єктивності дослідження можуть стати перешкодою для ефективного вирішення проблем.

Отже, для успішного дослідження кризових ситуацій на підприємствах необхідно мати не лише відповідні навички та знання, але й практичний досвід у роботі з кризовими ситуаціями. Важливо впроваджувати ефективні плани надзвичайних ситуацій, розглядати можливості для зменшення ризиків та залучати фахівців для виконання цієї задачі. В цілому, дослідження кризових ситуацій на підприємствах є важливою складовою успішного управління бізнесом та забезпечення його стійкості та розвитку в умовах змінюючогося ринкового середовища.

Література:

1. Кейнс Дж. М. *Загальна теорія зайнятості, проценту і грошей*. К.: Барви, 1998. 210 с
2. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. *Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія*. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 323 с.
3. Лигоненко Л.О. *Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій*. К.: Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2001. 580 с.
6. Rouh-Dufort Ch. *Crises: des possibilite' iaprentissage pour ... entreprise // Rev francaise de gestion. Paris. 1996. № 108. P. 81.*
7. Lagadec, P. *Un nouveau champ de responsabilite' pour les dirigeants .The Virtual Corporation. New York, 1993; Rev francaise de gestion. Paris. 1996. № 108. P. 110.*
8. Хім Р. *Кризовий менеджмент для керівників: пер. з англ*. К.: Наук. думка, 2002. 566 с.

ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ткаченко А.С.

Науковий керівник: Матвеева Н.М., к.е.н., доцент
Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова

Анотація. У статті розглядаються прикладні аспекти застосування та подальший розвиток теоретичних складових концепції Інтернет речей

Ключові слова: Інтернет речей, IoT, пристрої, технології, концепція.

Постановка проблеми. На сучасному етапі Інтернет речей (IoT) активно трансформує спосіб життя людей. Підключившись до Інтернету побутові об'єкти, на основі IoT створюють «розумне» середовище, яке забезпечує підвищену автоматизацію та зручність. У міру розвитку Інтернету речей його застосування стане більш поширеним, виходячи за межі побуту. Можливості пристроїв, які з'єднані через Інтернет, з кожним днем зростають і охоплюють все нові сфери життя та виробництва. Це приведе до того, що колись всі пристрої будуть зв'язані між собою що підвищує актуальність питань розвитку концепції Інтернету речей та можливості його застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато організацій займаються аналізом розвитку Інтернет речей. Дані, які вони аналізують в першу чергу допомагають компаніям дослідити наскільки швидко набирає популярність концепція IoT.

Такі компанії як: Gartner, i-Scoop, Statista, Enterra solutions і IoT Analytics, проводили аналіз і зафіксували, що [1]:

- 1) До 2025 року в світі буде 64 мільярди пристроїв IoT.
- 2) До 2025 року світовий ринок IoT становитиме від 4 до 11 трильйонів доларів.
- 3) Майбутнє скорочення витрат є найважливішою рушійною силою для 54% підприємств, які приймуть рішення IoT. У 23% випадків метою є підвищення конкурентоспроможності.
- 4) Для 97% підприємств обробка даних, отриманих із систем Інтернету речей, викликає певні проблеми.
- 5) Ринок банківських і фінансових послуг в світі, заснований на рішеннях IoT, зросте до 2,03 мільярда доларів США вже у 2023 року [1].

Невирішені складові загальної проблеми. Однак, перспективи впровадження Інтернет речей є недостатньо вивченими, зокрема у розрізі напрямів і сфер подальшого впровадження та перспектив застосування.

Формулювання цілей статті. Метою статті є ознайомлення з галузями застосування та дослідження питань розвитку концепції Інтернет речей.

Виклад основного матеріалу дослідження. IoT (INTERNET OF THINGS) – це набір інтерактивних технологічних систем і комплексів, що складаються з мікропроцесорів, датчиків, пристроїв, систем передачі даних, локальних і/або розподілених обчислювальних ресурсів і програмного

забезпечення, включаючи штучні дані та Інтернет, спрямованих на реалізацію публічних відносин, зокрема щодо надання послуг чи виконання робіт за безпосередньої чи позаангажованої участі суб'єктів (юридичних або фізичних осіб) цих відносин.

Інтернет речам властиві три провідні функції:

- 1) пристрої підключаються до інших пристроїв;
- 2) пристрої збирають дані з інших пристроїв;
- 3) пристрої обробляють ці дані та приймають рішення.

Девайси з вбудованими датчиками та сенсорами мають змогу підключатися та обмінюватись інформацією один з одним, при цьому вони створюють мережу інтегрованих речей. В даній системі, людина потрібна лише для початкового налаштування предметів IoT. Підключившись один до одного, пристрої повинні «розуміти кожен кожного», говорити «однією мовою», тобто вміти розшифровувати та обробляти надіслані ними дані. Наприклад, якщо говорити про «розумний будинок» – то це умовний «перекладач», який має назву центр управління розумним будинком [2].

Більш детально окреслимо перспективи IoT. З багатьма завданнями Інтернет речей справляється краще, ніж людина. Це говорить про ефективність, якість і зручність дій. Пристрої швидше обробляють інформацію, ніж людина, що відбувається за рахунок постійного підключення пристроїв один до одного. Пристрої краще керують завдяки тому, що найчастіше на даному етапі Інтернет речей поєднують з технологією великих даних. Розумні об'єкти спрямовують всі свої ресурси на дану задачу, а люди від природи виконують багато задач одночасно. Тому пристрої точно виконують завдання і не забувають про нього. Найголовніше, що може зробити IoT – це автоматизувати все, що необхідно. Наприклад, якщо надати електроприладам доступ до даних міської електромережі, вони будуть працювати в години мінімального споживання і за рахунок цього відбудеться мінімізація витрат. Також слід знати про деякі проблемні питання застосування Інтернет речей: безпека даних (можливі втручання людини обманним шляхом в бази даних), несправність пристроїв (збої в програмних забезпеченнях) та конфіденційність (можливе використання іншою стороною особистих даних). Все це можливо виправити завдяки розробці програм щодо захисту даних та впровадження новітніх систем та обладнання.

Світова практика показує, що концепції IoT найактивніше використовуються в:

1) міжнародному ритейлі (практично кожна людина здійснювала покупку в інтернет-магазині, безконтактна оплата та спеціальні додатки для здійснення покупок через інтернет і є прикладом застосування інтернету речей);

2) глобальній логістиці (Інтернет речей може максимально оптимізувати та регулювати ритмічність, надійність і відкритість логістичної мережі, а також забезпечити своєчасність, об'єктивність і систематичність інформаційного потоку, що супроводжує логістику в логістиці.);

3) АПК (такі розумні пристрої як: дрони, інструменти для перевірки складу ґрунт, прогнозу кліматичних змін – це є просто дивовижна знахідка для фермерства);

4) машинобудуванні (індустріальний «IoT» він передбачає систему об'єднання комп'ютерних мереж і пов'язаних промислових об'єктів із вбудованими датчиками та програмним забезпеченням для збору та обміну даними якими можна контролювати й управляти дистанційно в автоматизованому режимі без втручання людини);

5) житлово-комунальному господарстві («розумні міста» передбачають розумне паркування, освітлення, карти шуму, але ці пристрої знаходяться на стадії планування та мають довгострокові перспективи. «Розумний будинок» найпопулярніша сфера використання інтернету речей наприклад, існують розумні кондиціонери, колонки, кавомашини, ролети та безліч повсякденних пристроїв, що виконують домашні функції);

6) медицина (завдяки IoT лікарі мають можливість допомагати пацієнтам через інтернет. Такий революційний підхід дає змогу удосконалити догляд за пацієнтами, аналізувати та підтримувати їх стан здоров'я, а також виявляти захворювання на ранніх стадіях, за допомогою роботів-помічників проводити операції.).

Значна кількість великих компаній вбачають вагомі перспективи розвитку технологій Інтернет, зокрема:

- Компанія Google планує розробити голосовий інтерфейс, за допомогою якого домашні пристрої зможуть розуміти природну людську мову.

- Apple висуває платформу HomeKit, що дасть змогу керувати домашніми електроприборами.

- Microsoft пристосує свої хмарні сервіси Azure для Інтернету речей. [3, 4].

Висновки. Отже, стрімкий розвиток концепції Інтернет речей вимагає рішучих дій щодо впровадження і використання розумних пристроїв задля точності, якості, зручності та автоматизації. Завдяки можливостям розвитку інтернету речей суспільство може не витратити основний час на обробку та аналіз великих даних на підприємствах, зможе швидко сприяти внутрішнім факторам, якісніше досліджувати стан здоров'я і т.д.

Література:

1. Інтернет речей сьогодні: актуальна статистика. URL: <https://shop-gsm.ua/>

2. Що являє собою Інтернет речей. URL: <https://gsminfo.com.ua/120474-shho-yavlyaye-soboyu-internet-rechej-ta-yaki-perspektyvy-rozvytku-maye-czej-napryam.html>

3. Голобородько А.Ю., Гусєва О.Ю., Легомінова С.В. Цифрова економіка: підруч. 2020. 400 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_2152_13852687.pdf

4. Крисоватий А.І., Гулей А.І., Язлюк Б.О. Основи цифрової економіки: навч. посіб. 2021. 274 с. URL: <http://dspace.wnu.edu.ua/jspui/handle/316497/41408>

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Хижниченко А.О.

Науковий керівник: Токар І.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Статтю присвячено дослідженню особливостей конкурентоспроможності українських автотранспортних підприємств. Визначено поняття економічного механізму забезпечення такої конкурентоспроможності, наведено фактори впливу з боку внутрішнього і зовнішнього середовища АТП.

Ключові слова: автотранспортне підприємство, АТП, конкурентоспроможність, показники, перевезення.

Постановка проблеми. Економічна ситуація останніх років суттєво вплинула на посилення конкурентної боротьби на ринку транспортних послуг як між різними видами транспорту (автомобільний, залізничний, авіаційний тощо), так і між самими автотранспортними підприємствами. На сьогоднішній день, на жаль, належне забезпечення конкурентоспроможності не отримує відповідного відображення і розвитку в управлінні діяльністю підприємств у сфері перевезень, хоча досить суттєві втрати від конкуренції несуть, переважно усі ці підприємства (далі АТП) в Україні. Однією з причин такої ситуації є те, що загальні методичні підходи щодо забезпечення конкурентоспроможності, що пропонуються у всіх галузях, не завжди можуть бути застосовані для АТП. Це зумовлено специфікою діяльності цих підприємств і тому потребує визначення основних особливостей конкурентоспроможності саме АТП.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості функціонування підприємств у сфері автомобільних перевезень відображені в працях вітчизняних та зарубіжних вчених таких, як: Бідняк М. Н., Крикавський Є. В., Малєєва А. В., Нагорний Є.В., Кулаков В. О., Шинкаренко В. Г., Яценко Л. А., Миротин Л. Б., Вельможин А. В. та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Проаналізовані методи і методики визначення та оцінки конкуренто-спроможності підприємств показали, що в літературних джерелах недостатня увага приділена розгляду питань щодо управління конкурентоспроможністю підприємств з урахуванням конкретних ринкових умов.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність АТП становить узагальнюючий підсумковий показник його стійкої роботи, що включає результати діяльності різноманітних основних, допоміжних і управлінських підрозділів, підсистем і залучених ресурсів, є відбиттям наявності у підприємства відносних переваг над іншими учасниками ринку (конкурентами) у сферах, які пов'язані з ключовими факторами конкуренції або які обумовлюють об'єктивні можливості конкретного підприємства та його конкурентів щодо досягнення певних однорідних цілей.

В основі забезпечення конкурентоспроможності підприємства лежить економічний механізм, який являє собою комплекс елементів, що врегульовують процес ухвалення рішень у сфері господарської діяльності підприємства. Для ефективного функціонування даного механізму необхідно, аби кожен з елементів перебував у постійному взаємозв'язку з іншими. Саме тому, вирізняють три базові складові конкурентоспроможності підприємства: безпеку, конкурентні переваги та якість наданих транспортних послуг. Всі складові є взаємопов'язаними. Зокрема, безпека реалізується на АТП шляхом технічних регламентів, які встановлюються з боку держави. Однак, самі підприємства повинні розуміти, що технічне врегулювання не дає гарантії конкурентних переваг, оскільки важливе значення також має якість наданих послуг перевезення. Потенційні клієнти завжди мають вибір, можуть надавати перевагу аналогічним підприємствам з кращими умовами. [1].

Оцінка та аналіз сучасного стану ринку автомобільних перевезень показали, що у даний період питання забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств автотранспортної сфери є особливо важливими та складними. Необхідно зазначити, що впровадження сучасних вимог до автотранспорту неможливе без наявності кваліфікованого персоналу, спроможного побудувати процес управління діяльністю такого підприємства на належному рівні. Науково-технічний розвиток має дуже високі темпи зростання, тому необхідно постійно вдосконалювати освітній рівень працівників всіх рівнів, що зайняті в транспортному комплексі.

До основних особливостей, за якими необхідно досліджувати конкурентоспроможність підприємств в сфері автомобільних перевезень можуть бути віднесені: термін існування на ринку, предмет перевезень, основний вантаж, перелік видів діяльності, диверсифіковані види діяльності, географічна ознака, відстань перевезень, вагомість маршруту.

До основних стримуючих факторів покращення задоволення зростаючого за обсягами та якістю попиту на транспортні послуги відносять слабе оновлення рухомого складу автотранспорту, неінтенсивне удосконалення транспортних технологій та недостатній їх зв'язок з виробничими, торговельними і складськими технологіями; занадто низький рівень інформатизації транспортного процесу та інформаційної взаємодії транспорту з іншими галузями економіки; недостатні обсяги інвестиційних коштів у розвиток автотранспортної галузі та низький освітній рівень працівників усіх рівнів [2].

Оцінка та аналіз сучасного стану ринку автомобільних перевезень показали, що у даний період питання забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств автотранспортної сфери є особливо важливими та складними. Необхідно зазначити, що впровадження сучасних вимог до автотранспорту неможливе без наявності кваліфікованого персоналу, спроможного побудувати процес управління діяльністю такого підприємства на належному рівні. Науково-технічний розвиток має дуже високі темпи

зростання, тому необхідно постійно вдосконалювати освітній рівень працівників всіх рівнів, що зайняті в транспортному комплексі [3].

Висновки. Отже, конкурентоспроможність АТП – це системна здатність АТП доцільно використовувати свої конкурентні переваги на конкретному ринку, що забезпечує задоволення платоспроможного попиту споживачів з максимально корисним ефектом, продуктивне функціонування підприємства порівняно з конкурентами та його усталений розвиток. Конкурентоспроможність АТП відображає продуктивність та ефективність економічного суб'єкта відносно конкурентів, посередників та споживачів. Продуктивність АТП пов'язана з якістю надаваних послуг, доходністю та часткою ринку, що займає підприємство. Ефективність – з економією затрат. І продуктивність і ефективність АТП залежать від конкурентної раціональності фірми, тобто сили її конкурентної позиції, та здатності реалізовувати свої конкурентні переваги.

Література:

1. Плекан У.М. *Особливості конкурентоспроможності автотранспортних підприємств. Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції, присвяченої пам'яті професора Гевка Богдана Матвійовича «Проблеми теорії проектування та виготовлення транспортно-технологічних машин».* Тернопіль, 23-24 вересня 2021. С. 95. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35954/2/MNTK_2021_Plekan_U_M-Features_of_competitiveness_95.pdf (дата звернення : 01.05.2023).

2. Шляхова А.В. *Особливості управління конкурентоспроможністю підприємств у сфері автомобільних перевезень.* URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4078/1.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).

3. Захарченко Р.М., Захарченко Л.М., Кірюшатова Т.Г., Ларченко О.В. *Використання сучасних засобів для підвищення конкурентоспроможності транспортних підприємств. Вісник ХНТУ.* 2019. № 3(70). С. 120-125.

УДК 336.64

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко М.Ю.

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

Анотація. В статті розглянуто особливості управління фінансовим станом підприємства та проаналізовано основні фактори, які впливають на ефективність цього процесу на підприємстві.

Ключові слова: фінансовий стан, підприємство, управління, оцінювання, фактори.

Постановка проблеми. В сучасних кризових умовах розвитку підприємств України не втрачають актуальності проблеми управління фінансовим станом підприємства, а також дослідження методів та підходів до його реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем управління фінансовим станом підприємства приділила увагу велика кількість науковців, які зосередили свою увагу на визначенні сутності та змісту процесу управління фінансовим станом підприємства, підходах до його оцінювання [1, 2].

Невирішені складові загальної проблеми. Невирішеною залишається проблема дослідження актуальних до сьогодення особливостей управління персоналом підприємства.

Формулювання ідей статті. Метою даної статті є дослідження актуальних особливостей управління фінансовим станом підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління фінансовим станом підприємства є критично та перманентно важливим для його успішної діяльності. Актуальність цього завдання пов'язана з багатьма факторами, такими як забезпечення фінансової стійкості, максимізація доходів, зростання та розвиток, конкурентоспроможність, залучення інвесторів тощо. Розглянемо ці фактори більш докладно.

Забезпечення фінансової стійкості. Управління фінансовим станом підприємства допомагає забезпечити його фінансову стійкість та захистити його від фінансових криз. Контроль за витратами, управління боргами та інвестування в ефективні проекти – це важливі елементи управління фінансами.

Максимізація доходів. Ефективне управління фінансами допомагає підприємству максимізувати свої доходи. Контроль за витратами, правильний вибір інвестицій та управління податковими зобов'язаннями допомагають збільшити прибуток.

Зростання та розвиток. Управління фінансами також допомагає підприємству зростати та розвиватися. Правильний вибір інвестицій та фінансування проектів допомагають розширювати бізнес та збільшувати його прибутковість.

Конкурентоспроможність. Ефективне управління фінансами допомагає підприємству бути конкурентоспроможним над ринком. Контроль за витратами та інвестиції в інновації та розвиток нових продуктів та послуг допомагають залучати нових клієнтів та утримувати старих.

Залучення інвесторів. Управління фінансами є ключовим фактором для залучення інвесторів та отримання фінансування. Якщо підприємство має здорові фінансові показники, воно буде привабливішим для інвесторів, що допоможе йому отримати додаткові кошти для зростання та розвитку.

Фінансовий стан підприємства можна визначити за низкою фінансових показників, що відображають його фінансову стійкість, ліквідність, рентабельність та інвестиційну привабливість.

Серед основних показників фінансового стану підприємства можна виокремити:

- баланс підприємства, який відображає його активи, пасиви та капітал, який має бути збалансований, тобто сума активів має дорівнювати сумі пасивів та капіталу;

- рентабельність підприємства, яка показує, який дохід отримує підприємство від своєї діяльності щодо вкладених у неї коштів;

- оборотність активів, яка показує, як швидко підприємство перетворює свої активи на гроші;

- рівень заборгованості, що відбиває частку позикових коштів у загальній капіталізації підприємства, бо високий рівень заборгованості може збільшити ризики для підприємства та знизити його фінансову стійкість;

- ліквідність, яка показує, наскільки швидко підприємство може перетворити свої активи на готівку, щоб виплатити поточні зобов'язання;

- інвестиційна привабливість, яка відображає потенціал підприємства для зростання та розвитку.

Слід відзначити, що ефективне управління фінансовим станом підприємства відіграє важливу роль у його успіху та стійкості. Розглянемо основні фактори, що впливають на ефективність управління фінансами підприємства.

1. Фінансове планування. Розробка довгострокових та короткострокових фінансових планів дозволяє підприємству визначити свої цілі, оцінити ресурси, необхідні для їх досягнення, та розробити стратегії досягнення цих цілей.

2. Бюджетування. Створення та дотримання бюджетів дозволяє підприємству контролювати свої витрати та доходи, оптимізувати розподіл ресурсів та планувати свою діяльність на основі фінансових обмежень.

3. Управління ліквідністю. Ефективне управління грошовими потоками та забезпечення достатньої ліквідності дозволяє підприємству своєчасно оплачувати рахунки, виконувати платежі та задовольняти поточні фінансові зобов'язання.

4. Фінансовий аналіз. Регулярний аналіз фінансових показників підприємства дозволяє виявити його фінансові сильні та слабкі сторони, визначити тренди та проблемні галузі, та вжити відповідних заходів для покращення фінансового стану.

5. Ефективне використання ресурсів. Управління фінансами також включає оптимізацію використання ресурсів підприємства, таких як капітал, оборотні кошти та активи. Це може включати прийняття рішень про фінансування, інвестиції та управління запасами.

6. Управління ризиками. Підприємство має аналізувати та керувати фінансовими ризиками, пов'язаними із зовнішнім середовищем, внутрішніми факторами та фінансовими операціями.

7. Налагодження системи обліку та звітності, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення на основі достовірних даних.

8. Внутрішній контроль.

Висновки. Таким чином, успішне управління фінансовим станом підприємства вимагає комплексного підходу, постійного моніторингу та адаптації до умов ринку, що змінюються, і внутрішнього середовища підприємства.

Література:

1. Нестеренко В.Ю., Шевченко В.О., Осьмірко І.В. Особливості фінансового оздоровлення підприємства в кризових умовах розвитку національної економіки. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків: ХНАДУ, 2022. № 2 (29). С. 64-73.

2. Онісіфорова В.Ю., Осьмірко І.В. Бюджетування як ефективний інструмент поточного планування на підприємстві. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків: Стиль-Іздат, 2020. № 2 (25). С. 128-136.

УДК 656.02

МІЖНАРОДНІ ВАНТАЖНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ В ТУРБУЛЕНТНИХ РЕАЛІЯХ ЯК ШАНС НА ОНОВЛЕННЯ

Шкуратов О.О.

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

Анотація. Стаття аналізує проблеми, з якими стикаються підприємці, що здійснюють міжнародні вантажні автомобільні перевезення. Вона відзначає, що автотранспортування, так само як і інші галузі бізнесу, постраждали від поширення COVID-19. Введення карантинних обмежень призвело до закриття багатьох підприємств і фабрик в Україні та Європі, що вплинуло на обсяги міжнародних автомобільних перевезень [1]. В статті також розглядаються реалії здійснення таких перевезень та визначаються їхні слабкі сторони в умовах форс-мажорних обставин, таких як COVID-19. Крім того, аналізуються наслідки цих обставин та надаються рекомендації для діяльності в таких турбулентних умовах.

Ключові слова: міжнародні перевезення, вантажні перевезення, підприємницька діяльність, COVID-19, АСМАП.

Постановка проблеми. Функціонування підприємства передбачає постійний обіг коштів, що включає витрати ресурсів, отримання прибутку, їх розподіл та використання. Наразі підприємства змушені витрачати багато часу на фінансові проблеми та підвищення ефективності свого фінансового стану. Це особливо актуально в контексті пандемії COVID-19, яка вплинула на всі галузі бізнесу, включаючи підприємства, що займаються вантажним автомобільним транспортом згідно з КВЕДом 49.4 «Вантажний автомобільний транспорт, надання послуг перевезення речей» [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями розвитку підприємництва та міжнародних автомобільних перевезень займалося досить багато вітчизняних вчених, серед яких: Дмитрієв І. [3-5, 7], Левченко Я. [3-4], Шевченко І. [3, 5, 7], Дрималовська Х. [6], Кирчата І. [7] та ін.

Невирішеною складовою загальної проблеми є відсутність досвіду здійснення підприємницької діяльності з перевезення вантажів у міжнародному сполученні в умовах турбулентності.

Формування цілей статті. Мета статті полягає в аналізі здійснення міжнародних вантажних перевезень з позиції виявлення потенційних можливостей для власників бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Підприємницька діяльність (підприємництво) – це ініціативна, самостійна діяльність осіб або підприємств (фірм), націлена на отримання прибутку, або особистого доходу, і яка здійснюється на власний ризик та під власну майнову відповідальність [8]. Під час початку пандемії, Мінінфраструктура та керівник ДМС Нефьодов підтвердили, що міжнародні вантажні перевезення не підпадають під обмеження, встановлені РНБО. Вони заявили, що «стратегічні» пункти перетину кордону, важливі для експорту та імпорту, залишатимуться відкритими [9]. Разом з Державною прикордонною службою, вони надали уряду перелік таких пунктів пропуску, які мають критичне значення для економіки. Інформацію про вплив COVID-19 на транспортні вантажні та пасажирські перевезення можна знайти на веб-сайті Асоціації міжнародних автомобільних перевезень (АСМАП) [10, 11]. У 2022 році в автомобільній логістиці були реалізовані ініціативи, які було важко уявити рік тому. Військові виклики вимагали відповідних інструментів для їх подолання. Активні заходи, здійснені Мінінфраструктурою, спільно з лояльною позицією ЄС, дозволили змінити спрямування логістики з морських портів на автомобільний транспорт. Як і раніше, автомобільний транспорт серед лідерів (рис. 1).

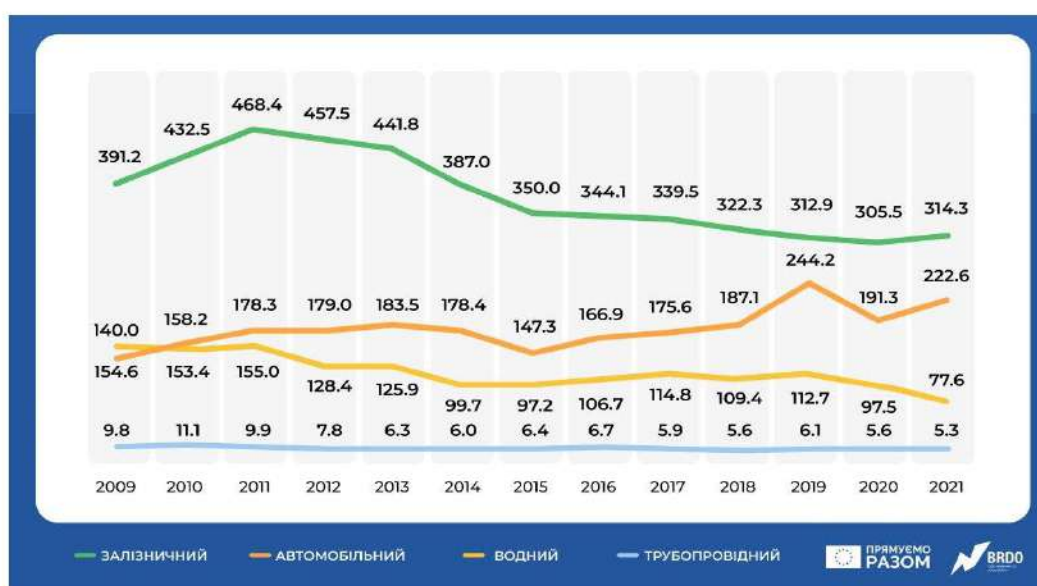


Рисунок 1 – Перевезено вантажів за видами транспорту, млн.т.

Ситуація, спричинена пандемією, є турбулентною і невизначеною для бізнесу, але водночас вона може стати шансом для оновлення.

Експерти підкреслюють, що подібні катаклізми відкривають можливості для перетворень. Транспортна галузь також очікує суттєві зміни у ланцюжках постачання сировини, комплектуючих і готових товарів після закінчення пандемії. Це означає диверсифікацію більшості логістичних маршрутів, як трансконтинентальних, так і регіональних. Це відкриває нові можливості для транспорту і перспективи розвитку складської та придорожньої інфраструктури. Україні було б корисно реалізувати частину амбітних дорожньо-будівельних проєктів, щоб скористатися цим періодом можливостей. Те саме стосується портової індустрії. Крім того, для виходу з кризи сильнішою, Україна повинна думати про фінансову підтримку своїх виробників, особливо експортоорієнтованих підприємств, що виробляють продукцію з високою доданою вартістю. Це може включати надання доступних кредитів, які вже були обіцяні виробникам у багатьох країнах. [12].

Література:

1. Логістика в умовах карантину: чи є шанс на відновлення. CONTR AGENT. URL: https://biz.ligazakon.net/analitics/195323_logstika-v-umovakh-karantinu-chi--shans-na-vdnovlennya (дата звернення: 04.05.2023).

2. Вантажний автомобільний транспорт, надання послуг перевезення речей. Національний класифікатор України. URL: <https://kved2010.com/?code=H49.4> (дата звернення: 04.05.2023).

3. Дмитрієв І.А., Левченко Я.С., Шевченко І.Ю. Економіка і бізнес: навч. посіб. Харків, 2018. 264 с.

4. Дмитрієв І.А., Левченко Я.С. Транспортне підприємництво: навч. посіб. Харків: ХНАДУ, 2018. 308 с.

5. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства: навч. посіб. Харків: ХНАДУ, 2018. 292 с.

6. Дрималовська Х.В. Розвиток диверсифікації на підприємствах: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів, 2016. 219 с.

7. Економіка підприємств автомобільного транспорту / Дмитрієв І.А., Іванілов О.С., Шевченко І.Ю., Кирчата І.М. Харків, 2018. 308 с.

8. Поняття про підприємництво. Основи галузевої економіки і підприємництва. URL: http://cpto.dp.ua/public_html/posibnyky/posibnyk/page15.html (дата звернення: 04.05.2023).

9. До уваги автомобільних перевізників! Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/news/31671.html> (дата звернення: 04.05.2023)

10. Як працюватимуть пункти пропуску на час карантину. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2824553290926095&set=a.357818284266287&type=3&theater> (дата звернення: 04.05.2023).

11. COVID-19. Асоціація міжнародних автомобільних перевезень (АСМАП). URL: http://www.asmap.org.ua/view_covid19.php?langid=1&dept=26 (дата звернення: 04.05.2023).

12. Коронавірус vs транспорт: нокдаун чи лише хук з аперкотом? Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2896098-koronavirus-vs-transport-nokdaun-ci-lise-huk-z-aperkotom.html> (дата звернення: 04.05.2023).

УДК 338.45:66

ПИТАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ВИРОБІВ З ПЛАСТМАС В КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО АСПЕКТУ

Шмирьов М.С.

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

Анотація. У статті обґрунтовано актуальність виробництва виробів з пластмас в контексті підприємницького аспекту. Наведено статистику виробництва пластмас як важливої складової хімічної промисловості України. Надано якісну характеристику стану попиту на вироби з пластмас, перераховано сфери їх застосування. Окремо зазначено рівень рентабельності діяльності українського бізнесу з виробництва пластмасових виробів.

Ключові слова: вироби з пластмас, рентабельність, споживання, бізнес-план.

Постановка проблеми. Галузь виробництва виробів з пластмаси все більше набуває ознак важливої галузі індустрії. Полімери застосовуються практично в усіх напрямках матеріального виробництва й невиробничої сфери. Стабільно зростає попит на готові вироби з полімерних матеріалів з боку найважливіших галузей-споживачів: будівництва, транспорту, сільського господарства, медицини та ін. В загальносвітовому масштабі для всієї промисловості полімерних виробів характерні випереджальні темпи розвитку, швидке впровадження у виробництво досягнень науки й техніки, постійне відновлення асортименту продукції, що випускається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку полімерної промисловості загалом та виробництва виробів з пластмаси присвячено роботи закордонних авторів: Євтушенко Є.В., Брагінського О.Б., Федоренко Н.П. та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Роботи вітчизняних науковців майже не торкаються проблематики діяльності полімерної промисловості в цілому та галузі виробництва виробів з пластмаси як складової. Огляд стану галузі часто обмежується статистичним звітом. Невирішеними залишаються питання стосовно постановки та розв'язання проблем галузі, визначення факторів її інвестиційної привабливості та перспектив подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виробництво виробів з пластмас має значення важливої галузі української промисловості. Використання продукції з полімерів відбувається майже у кожній матеріальній і нематеріальній сфері – фармації, медицині, хімічній і харчовій промисловості, у будівельному і переробному аграрному виробництві. Попит на таку продукцію є сталим як з боку звичайних споживачів, так й з боку ринку B2B, а її асортимент постійно оновлюється.

На користь перспективності організації бізнесу з виробництва виробів з пластмас свідчать темпи зростання галузі в цілому, а також її популярність у населення. Таке виробництво несе екологічну небезпеку, а, отже, на ваги покладено комерційні цілі підприємства для порівняння із довгостроковим благополуччям населення країни. Таким чином, означене виробництво необхідно започатковувати з урахуванням світових тенденцій щодо відповідального споживання пластмасових виробів і запровадження екологічних стандартів з їх виготовлення, використання та утилізації [1].

Виробництво пластмас представляє собою важливу складову хімічної промисловості України, її продукція використовується в багатьох сферах, зокрема в сільському господарстві, машинобудуванні, будівництві, електротехніці, побуті тощо. Станом на кінець 2019 р. обсяги виробництва пластмасових виробів склали 44,46 млрд. грн., що дорівнює 1,8% від загальних обсягів промислового виробництва у 2020 році і 2,8% в обсягах переробної промисловості; гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції – 141,9 млрд. грн. та 5,8% від загальних обсягів промислового виробництва в поточному році, 8,9% в обсягах переробної промисловості; виробництво гумових і пластмасових виробів склало 50,7 млрд. грн., 2,1% в загальних обсягах промислового виробництва, 3,2% в обсягах переробної промисловості. Ця галузь виробництва характеризується достатньо суттєвим економічним розвитком протягом останніх 6 років, які для українських підприємств із виробництва пластмас характеризуються зростанням попиту на їхню продукцію з-за кордону, зокрема з країною ЄС, що надало можливості нарощувати обсяги виробництва та збільшувати прибутки. Відбувалася розробка і запуск у виробництво продукція з вторинної сировини шляхом переробки пластмас (рісайклінг), який активно використовувати в країнах ЄС та зростати в Україні [2].

Виробничі потужності підприємств із виробництва продукції з пластмас зважено структуровані. Серед лідерів виробничого потенціалу найперші місця займаються: ПАТ «Укрпластик» з потенціалом виготовлення 1200 тис. од. продукції на відповідний рік; ПрАТ «Завод побутової та промислової хімії» (1000 тис. од.); ПрАТ «Підволочиська фабрика пластмасових виробів» (98 тис. од.); ТОВ «Планетапластик» (понад 78 тис. од.), а також ПАТ «Броварський завод пластмас», ПрАТ «Пластмодерн», ПрАТ «Будпластик», ПрАТ «ВТОРПОЛІМЕРМАШ», ПрАТ «Завод «Іскра»» з потенціалом майже в 5 млн од. продукції щорічно. Загальнавиробнича потужність підприємств

виробників пластмас України на 2020 році оцінювався у понад 1 млрд од. виробів на рік [2].

При складанні бізнес-плану з організації виробництва виробів з пластмас необхідно враховувати такі пункти, як: рентабельність виробництва, обґрунтування асортименту випуску продукції, виробничі та складські приміщення, доступні технології, персонал, дослідження попиту, засоби просування готової продукції, рівень існуючої конкуренції тощо.

За даними опитування українського бізнесу з виробництва пластмасових виробів рентабельність такої діяльності становить від 3 до 30% в залежності від обраного до виробництва виду продукції. Розмір інвестиції в середньому коливається в діапазоні від 100 до 150 тис. дол. США [3].

Останнім часом значним попитом користується виготовлення металопластикових вікон, труб, панелей, пакувальної тари для харчової промисловості та ресторанного бізнесу. Виробництво такої продукції є перспективним, однак, перед тим як його започатковувати, необхідно зважити всі за та проти. Зокрема, необхідно врахувати соціально-екологічні норми і стандарти у країні, окреслити ринки збуту, порахувати ефективність проєкту в цілому.

Висновки. Загалом у світі для полімерної промисловості характерні випереджальні темпи розвитку, швидке впровадження у виробництво досягнень науки й техніки, постійне відновлення асортименту продукції, що випускається. Переробка полімерної продукції в Україні на даний момент розвивається незадовільними темпами. Враховуючи незабезпеченість галузі виробництва виробів з гуми та пластмаси власною сировиною, єдиним способом імпортозаміщення останньої є розвиток виробничої бази переробників. Галузь є інвестиційно привабливою, проте державі необхідно пам'ятати як про економічний, так і соціальний розвиток країни, приділити значну увагу питанням екологічної безпеки країни за умов розвитку полімерного виробництва. Держава повинна взяти під контроль питання процесу інвестування галузі з урахуванням комерційних пріоритетів підприємств та соціально-екологічних потреб країни.

Література:

1. Вознюк О.М. Тенденції розвитку галузі виробництва виробів з гуми та пластмаси в Україні. Електронний журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=263> (дата звернення: 03.03.2023).

2. Чебакова Т.О. Формування і розвиток організаційної культури підприємства (за матеріалами підприємств з виробництва пластмас в Україні): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2020. 20 с.

3. Бізнес План виробництво виробів з пластмас. Млин Бізнес Ідей: сайт. URL: http://melnicabiz.com.ua/business-plans/109_business_plan_izdeliy_iz_plastmass.html (дата звернення: 03.03.2023).

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Збірник студентських наукових праць

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

№15 (том 1) – 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

СТИЛЬ-ІЗДАТ
ДРУКАРНЯ
www.stil-izdat.com

® Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 6,16. Тир. 100 прим. Зам. 897-23.

Видавець та виготовлювач ФОП Бровін О.В.
61022, м. Харків, вул. Трінклера, 2, корп.1, к.19. Т. (066) 822-71-30
Свідоцтво про внесення суб'єкта до Державного реєстру
видавців та виготовників видавничої продукції серія ДК 3587 від 23.09.09 р.