



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
ВИШЕГРАДСЬКИЙ ФОНД
(ЧЕСЬКА РЕСПУБЛІКА, УГОРЩИНА, ПОЛЬЩА, СЛОВАЧЧИНА)
ВИЩА ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТУ (ПОЛЬЩА)
АКАДЕМІЯ БІЗНЕСУ В ДОМБРОВІ ГУРНІЧІЙ (ПОЛЬЩА)
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
BRITISH UNIVERSITY IN DUBAI - UAE

X Міжнародна науково-практична конференція

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ



**Тези
доповідей**

12 квітня 2023 р.



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
ВИШЕГРАДСЬКИЙ ФОНД
(ЧЕСЬКА РЕСПУБЛІКА, УГОРЩИНА, ПОЛЬЩА, СЛОВАЧЧИНА)
ВИЩА ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТУ (ПОЛЬЩА)
АКАДЕМІЯ БІЗНЕСУ В ДОМБРОВІ ГУРНІЧІЙ (ПОЛЬЩА)
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
BRITISH UNIVERSITY IN DUBAI - UAE

X Міжнародна науково-практична конференція

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Тези доповідей

12 квітня 2023 р.

Електронне видання

Дніпро
2023

УДК 658.1

С 91

Організаційний комітет:

Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна – голова оргкомітету;

С.Б. Холод, доктор економічних наук, професор, ректор, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро;

В.С. Момот, доктор економічних наук, професор, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

Ю.Є. Петруня, доктор економічних наук, професор, Університету митної справи та фінансів, Дніпро, Україна;

О.Ф. Івашина, доктор економічних наук, професор, Університет митної справи та фінансів, Дніпро, Україна;

Ю.І. Данько, доктор економічних наук, професор, Сумський національний аграрний університет, Суми, Україна;

Н.В. Стоянец, доктор економічних наук, доцент, Сумський національний аграрний університет, Суми, Україна;

Н.П. Карачина, доктор економічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, Україна;

Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук, доцент, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

О.А. Євтушенко, кандидат економічних наук, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

О.М. Литвиненко, кандидат економічних наук, доцент, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

З.С. Пестовська, кандидат економічних наук, доцент, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

В.М. Вареник, кандидат економічних наук, доцент, Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна;

І.Д. Скляр, кандидат економічних наук, доцент, Сумський національний аграрний університет, Суми, Україна;

Л.М. Несен, кандидат технічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, Україна.

С 91

Сучасний менеджмент: тенденції, проблеми та перспективи розвитку:
Х Міжнародна науково-практична конференція: тези доповідей, Дніпро,
12 квітня 2023 р. - Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. – 167 с.

ISBN 978-966-434-565-8

Збірник містить тези доповідей учасників Х Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний менеджмент: тенденції, проблеми та перспективи розвитку».

Молоді науковці з України та інших країн наводять свої оцінки проблем розвитку системи менеджменту організацій у таких аспектах як інноваційна діяльність, сучасні тенденції стратегічного менеджменту, управління бізнес-процесами суб'єктів господарської діяльності, формування організаційної культури, удосконалення особистісних і колективних творчих здібностей менеджерів, а також шляхи вирішення деяких проблем державного управління.

УДК 658.1

Відповідальність за зміст, достовірність та оригінальність поданих матеріалів несуть автори тез.

Відповідальний за випуск: *Г.Я. Митрофанова*, доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
Університету імені Альфреда Нобеля.

ISBN 978-966-434-565-8

© Університет імені Альфреда Нобеля,
оформлення, 2023

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	7
<i>Hrechyshkina A.E. The role of the blue ocean strategy in managing the organization's competitiveness.....</i>	7
<i>Бобух Л.О. Переваги і недоліки лінійно-функціональної організаційної структури.....</i>	8
<i>Богаčov О.К. Система збору, накопичення, обробки інформації для прийняття управлінських рішень.....</i>	10
<i>Болгар Т.М. Менеджмент в умовах динамічних змін зовнішнього середовища: сучасні реалії.....</i>	12
<i>Бюньятів А.Я. Оптимізація організаційної структури підприємства.....</i>	15
<i>Вішневська І.В. Японські філософії, які приведуть до успіху.....</i>	17
<i>Глухий А.О., Константиновський М.Є. Роль Total Rewards ...у системі формування персоналу організації.....</i>	19
<i>Заболотний В.Ю. Особливості управління бізнес-процесами в організації.....</i>	21
<i>Корчагіна Л.Ф. Стан досягнення Україною цілей сталого розвитку.....</i>	23
<i>Котенко А.В. До питання розгляду проблем в організаційному управлінні компанією.....</i>	26
<i>Лянна П.Д. Актуальні питання менеджменту організації.....</i>	27
<i>Мангова І.С. Особливості системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.....</i>	29
<i>Масловська Д.М. Використання ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією.....</i>	31
<i>Нікішаєв О.В. Управління капіталом організації.....</i>	33
<i>Овчарук Д.С. Інформаційний менеджмент у сфері створення і використання інформаційних ресурсів.....</i>	35
<i>Петренко В.В. Формування та управління системою якості менеджменту в ТОВ "ОРАКЛ ГРУП".....</i>	37
<i>Пільгун К.Р. Адміністративні методи та інструменти управління організацією.....</i>	39
<i>Піскова Ж.В. До питання структуризації логістичних витрат.....</i>	42
<i>Рудік Д.В. Сутність ефективності управління підприємством.....</i>	44
<i>Скидан Ю.О. Побудова ефективної стратегії комунікації у соціальних мережах: аналіз кращих практик та рекомендацій для підприємств.....</i>	47
<i>Сокол М.О. Від чого залежить ефективність управління організацією?.....</i>	48
<i>Стадник М.О. Проблемні питання організаційного ...проекування.....</i>	51

<i>Феденко Б.Р.</i> Удосконалення управлінського процесу на підприємстві шляхом впровадження програмних рішень.....	53
СЕКЦІЯ 2. ЕФЕКТИВНИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	56
<i>Бондаренко А.В.</i> Місце та роль маркетингових стратегій в управлінні організацією.....	56
<i>Волочієнко В.В.</i> Шляхи покращення діяльності ТОВ “СВІТ СКЛА”.....	58
<i>Гетьман С.В.</i> Стратегічний менеджмент як інструмент досягнення бізнес-цілей.....	60
<i>Годованець І.В.</i> Сучасні засади ефективного управління Підприємствами.....	62
<i>Гришко Д.С.</i> Планування і диспетчерування в оперативному управлінні підприємством.....	64
<i>Донець В.С.</i> Особливості маркетингової діяльності організації та її складових.....	66
<i>Кірнос В.І.</i> Ключові фактори для розробки ефективної стратегії розвитку підприємства.....	68
<i>Коневега Д.В.</i> Стійкий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність компаній.....	70
<i>Луговий М.Д.</i> Складові, фактори та умови функціонування механізму управління організацією.....	74
<i>Макаренко Д.А.</i> Планування центру підготовки хокеїстів: сучасні проблеми та шляхи реалізації.....	75
<i>Репрінцева М.А.</i> Шляхи удосконалення фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ «ЗД-панелі».....	78
<i>Семенова Ю.С.</i> Управління інноваційною діяльністю організації на основі ТОВ «АТЬ-МАРКЕТ».....	79
<i>Твердохліб А.М.</i> Планування маркетингової діяльності організації АТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	82
<i>Тручина А. Д.</i> Використання індексації основних фондів на підприємстві.....	83
<i>Фронін Д.С.</i> Особливості молодіжної політики в Україні.....	85
СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ. РОЗВИТОК ОСОБИСТІСНИХ І КОЛЕКТИВНИХ ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ.....	87
<i>Багацька Д.М.</i> Важливість міжкультурної бізнес-комунікації.....	87
<i>Волошін М.О.</i> Підходи до ефективного управління персоналом підприємства.....	88
<i>Дурнева Ю.П.</i> Професійний розвиток персоналу як інструмент підвищення якості та вдосконалення діяльності організації.....	90
<i>Кас'яненко А.С.</i> Сутність мотивації персоналу.....	92
<i>Малихіна К.С.</i> Управління персоналом підприємства.....	93

<i>Пікінер А.</i> Шляхи підвищення ефективності комунікацій.....	96
<i>Пірковець Є.М.</i> Питання адаптивного управління персоналом на підприємстві.....	97
<i>Пододній А.Є.</i> Система мотивації та стимулювання персоналу....	99
<i>Скубицька Є.К.</i> Організаційна культура управління.....	102
<i>Скупенко В.В.</i> Формування організаційної культури підприємства в умовах кризи.....	104
<i>Сладік А.О.</i> Лідерство та комунікації в управлінні організацією.....	105
<i>Філь Д.С.</i> Роль керівництва в професійному розвитку персоналу.....	108
СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	111
<i>Liubotska D.O.</i> What is the most suitable form of doing business in Ukraine in 2023, LLC or Sole proprietorship?.....	111
<i>Євтушенко О.А.</i> Економічні та соціальні аспекти молодіжної політики України в умовах воєнного стану.....	113
<i>Каменєва Є.В.</i> Нормативно-правові засади розвитку місцевого самоврядування в Україні.....	114
<i>Козюк Д.О.</i> Оптимізація бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту в об'єднаній територіальній громаді.....	116
<i>Коробка Л.О.</i> Особливості міжнародного менеджменту.....	117
<i>Полякова О.С.</i> Методи сегментування ринку.....	119
<i>Проскура С.Р.</i> Сутність крос-культурного менеджменту і його роль у веденні міжнародного бізнесу.....	121
<i>Ткач В.В., Кушнір М.В., Жозе Інасіу Феррау Мартіні, Гарсія Ж.Р., Каракоюн Н., Поченчук Г.М., Ягодинець П.І.</i> Хіміко-технологічна та економічна характеристика використання отруйних грибів як сировини для отримання екобезпечних полімерів з широким спектром застосування у циркулярній економіці.....	123
СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ У ОСВІТНЬОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ.....	125
<i>Mohammad Jammal.</i> The influence of strategic agility on organizational performance of private higher education institutions in the UAE.....	125
<i>Miro Iryna M.</i> The new role of Education in post-pandemic and war conditions.....	126
<i>Myrofanova Hanna.</i> Ways to increase the future manager's motivation in the learning process.....	128
<i>Пивоварова А.С.</i> Актуальні тренди у освітньому менеджменті....	131
<i>Романенко К.О.</i> Пандемія Covid-19 як каталізатор змін в освіті...	132

СЕКЦІЯ 6. ФІНАНСОВО-БАНКІВСЬКІ ТА АДМІНІСТРАТИВНІ ПОСЛУГИ: ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	134
<i>Вабілева С.</i> Напрямки розвитку банківської сфери в умовах цифрової трансформації.....	134
<i>Вареник В.М.</i> Особливості декларування податку на додану вартість.....	137
<i>Вознесенський В.О.</i> Особливості вектору розвитку надання банківських послуг в умовах війни.....	139
<i>Дегтяр К.Д.</i> Аналіз діяльності, конкурентоспроможності та позиціонування ТОВ «ЛОГОС».....	140
<i>Кам'янович М.О.</i> Робота та перспективи банківського сектору в екстремальних умовах.....	142
<i>Котеленець Д.С.</i> Теоретичні аспекти управління фінансовою діяльністю організації.....	144
<i>Кузеванова О.В.</i> Проблеми недобросовісної конкуренції на вітчизняному ринку фінансових послуг.....	147
<i>Лівищій Є.В.</i> Особливості фінансового менеджменту підприємства під час війни.....	149
<i>Московцев М.Д.</i> Позитиви та негативи використання спрощеної системи оподаткування в Україні.....	151
<i>Пестовська З.С.</i> Особливості менеджменту послуг зі страхування життя в Україні.....	153
<i>Посєвін О.Ф.</i> Оцінка рівня фінансової стійкості банку АТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	156
<i>Псарьова А.Д.</i> Сучасні особливості фінансового менеджменту у банківській сфері.....	158
<i>Снігур К.Д.</i> Обґрунтування доцільності впровадження збалансованої системи фінансових показників на ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА».....	160
<i>Таран С.Є.</i> Проблеми та перспективи розвитку фінансово-банківської системи України в умовах повномасштабної війни.....	162
<i>Федорова В.Р.</i> Місце фінансового аналізу підприємства у його діяльності.....	163

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ

A.E. Hrechyshkina

Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine

THE ROLE OF THE BLUE OCEAN STRATEGY IN MANAGING THE ORGANIZATION'S COMPETITIVENESS

In order for an organization to have stable and confident growth in the conditions of nowadays constant competition the step of implementing the management of an organization's competitiveness in your strategic plan shouldn't be neglected. That involves organizing, developing, and coordinating a variety of activities and measures with the goal of enhancing the organization's competitive position on the market. The purpose of enterprise competitiveness management is to ensure viability and stable functioning of the enterprise under any economic, political, social and other conditions changes in its external environment. [1, p. 2].

With the rapid growth of various innovations and technologies it became easier for companies to develop faster and, therefore, compete with each other even more fiercely in order to get a place in the sun and, additionally, to wipe out the new organizations that try to enter the market before they even have a chance to establish there. This is exactly why I suggest bringing more to attention the role and importance of the blue ocean strategy while managing the organization's competitiveness.

The blue ocean strategy is a concept introduced by W. Chan Kim and Renée Mauborgne in their book "Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant." The strategy involves creating new market spaces where businesses can offer unique value propositions that differentiate them from their competitors.

In contrast, the "red ocean" is the current market sector I mentioned before, where businesses are competing for a share of the same market. And where industry borders are well defined, acknowledged, and the game's rules of competition are widely known.

Why the colours for the oceans chosen "blue and "red" question was answered by Kim & Mauborgne (2005), in an interview, as it is red because the blood of cutthroat competition makes oceans red and blue ocean is an analogy used for a wider, vast, deep and explored potential market space [2, p. 2].

The blue ocean strategy offers a unique approach to managing competitiveness by helping businesses create a new market space that is free from the intense competition found in the red ocean. Cirque du Soleil can serve as a great example of successful implementation of the blue ocean strategy to manage its competitiveness. This organization combined aspects of circus and theater to create a new market rather than compete in the

established one. By doing this, Cirque du Soleil was able to dominate the industry, draw in new customers that searched for a unique and engaging experience, as well as to create new revenue streams without spending excessive resources on surviving the competition.

On the other hand, I want to stress that even though the blue ocean strategy gives the organization competitive advantages such as time, experience, it is harmful to depend solely on them. The chances of the chosen market sphere remaining with little to no competition are often not always possible even with right strategy. For instance, when Netflix entered the streaming service market there was almost no competition and a lot of possibilities. But now it is clearly the red, not blue, ocean market sphere where the amount and the size of direct competitors expand swiftly. Thus, if a company will not manage its competitiveness using other tools and strategies, it can simply “drown” and disappear.

In essence, the blue ocean strategy provides organizations with a new way of looking at competitiveness by showing that they don't have to compete head-to-head with other companies. Therefore, it can be a powerful tool for managing competitiveness by helping businesses create and use new market niches where they can compete on their terms and establish themselves as leaders in chosen industries.

References

1. Кривіцька, В.В. (2019) Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємств, НТКП ВНТУ. Факультет менеджменту та інформаційної безпеки XLVIII Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки.
2. Gündüz, Ş. (2016) How to make blue ocean turning into red ocean blue again: a case study of a room escape game, ADVED.

Scientific supervisor: I.M. Miro

Л.О. Бобух

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛКИ ЛІНІЙНО- ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ

Лінійно-функціональна організаційна структура є однією з найбільш поширених форм організації бізнесу. Вона використовується в різних галузях промисловості та послуг, а також у великих і середніх компаніях. Лінійно-функціональна структура передбачає розділення підприємства на підрозділи, які відповідають за різні функції (виробництво, маркетинг, фінанси тощо), а також за різні етапи процесу виробництва.

Переваги лінійно-функціональної організаційної структури:

- Чітке розподілення функцій і повноважень між підрозділами допомагає забезпечити ефективне керування підприємством.

- Відповідальність за конкретний етап виробничого процесу покладається на відповідний підрозділ, що дозволяє краще контролювати його результати.

- Централізоване управління сприяє швидкому та точному вирішенню проблем.

- Виробничі функції можуть бути розподілені за спеціалізованими підрозділами, що сприяє збільшенню якості продукції із зменшенням витрат.

- Недоліки лінійно-функціональної організаційної структури:

- Нестача комунікації між різними підрозділами може призводити до зменшення ефективності роботи підприємства.

- Наявність декількох підрозділів, які мають власні цілі, може привести до конфліктів між ними.

- Відокремленість функцій може призвести до втрати загальної стратегічної перспективи, так як кожен підрозділ може зосередитись лише на своїй конкретній функції, не бачучи загальної картини.

- Можливість дублювання робіт через недостатню координацію між підрозділами, що може призвести до збільшення витрат.

- Наявність бюрократії через багатозарову ієрархію, що може затримувати прийняття рішень та знижувати швидкість реакції на зміни.

Отже, лінійно-функціональна організаційна структура має свої переваги та недоліки. Вона підходить для компаній з різними функціональними підрозділами, які працюють у стабільному середовищі, де немає необхідності в постійних змінах. Однак, для компаній, що працюють у складних умовах, де необхідна гнучкість та швидкість реагування на зміни, лінійно-функціональна структура може бути неефективною. Тому, вибір структури повинен базуватися на потребах компанії та її середовищі.

Список використаних джерел

1. Лінійно-функціональна структура. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://grimpl.com/Тwy3P>

2. Типи організаційних структур. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://grimpl.com/aUzeG>

***Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент***

СИСТЕМА ЗБОРУ, НАКОПИЧЕННЯ, ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В сучасному бізнесі дуже важливо мати систему збору, накопичення та обробки інформації для прийняття управлінських рішень. Кожна компанія потребує точних та своєчасних даних для ефективного прийняття рішень, щоб збільшити продуктивність та прибуток [1]. У створенні системи збору, накопичення та обробки інформації для управлінського прийняття рішень є багато аспектів, що потребують ретельного вивчення та розуміння.

Збір інформації – це один з ключових етапів системи збору, накопичення та обробки інформації для управлінського прийняття рішень. Методи та засоби збору інформації залежать від багатьох факторів, таких як тип компанії, галузь, цілі та потреби управління, наявність ресурсів тощо. До них належать такі: опитування, фокус-групи, аналіз даних, відстеження поведінки користувачів.

Накопичення інформації є процесом збереження інформації для майбутнього використання. Для ефективного накопичення інформації і забезпечення її доступності та організації, існують різні методи та засоби (жорсткий диск чи флеш-накопичувач). До методів накопичення інформації відносять: паперові документи, електронні документи, електронні таблиці, бази даних [2].

Обробка інформації є процесом перетворення даних в корисну інформацію для управлінського прийняття рішень. Для ефективної обробки інформації і забезпечення її цінності, існують різні методи та засоби. Методи обробки інформації включають [3]:

- аналіз даних – виявлення патернів, трендів та кореляцій в даних для розуміння поточної ситуації та прогнозування майбутніх подій. Аналіз даних може включати статистичний аналіз, машинне навчання, дослідження даних;

- візуалізація даних – процес відображення даних у вигляді графіків, діаграм та інших графічних зображень для більш наочного розуміння інформації та забезпечення більш ефективного прийняття рішень. Візуалізація даних може включати використання спеціалізованих програм для створення діаграм та графіків;

- інформаційний пошук – це процес пошуку та збору інформації з різних джерел для отримання повної карти ситуації та підготовки до прийняття рішень.

Аналіз інформації – це процес систематичного дослідження даних, щоб зрозуміти ситуацію та виявити проблеми. Для ефективного аналізу інформації, існують різні методи та засоби, які дозволяють

отримати корисну інформацію та зробити правильні висновки. До основних методів аналізу інформації відносять [1]:

- статистичний аналіз – метод аналізу даних, що дозволяє зрозуміти їх структуру та характеристики, такі як середні значення, варіації та кореляції між різними змінними;

- кореляційний аналіз – метод аналізу даних, що дозволяє виявляти залежності між різними змінними та оцінювати силу цих залежностей;

- машинне навчання – дозволяє використовувати алгоритми, щоб автоматично виявляти патерни та залежності в даних, а також прогнозувати майбутні результати;

- дослідження даних – дозволяє використовувати різні статистичні та математичні методи для виявлення трендів та залежностей в даних.

Прийняття рішень – це процес визначення та вибору оптимального варіанту дій на основі обробленої інформації та результатів аналізу. Цей процес може включати кілька етапів:

1. Визначення проблеми або цілі: на цьому етапі встановлюється, що потрібно вирішити або досягти.

2. Збір та аналіз інформації – збирається та обробляється інформація, щоб зрозуміти сутність проблеми або знайти можливі варіанти дій. Зазвичай використовуються різні методи та засоби аналізу інформації, про які зазначено вище.

3. Вибір альтернатив – на цьому етапі визначаються можливі варіанти дій, що можуть розв'язати проблему або допомогти досягти цілі.

4. Оцінка альтернатив – оцінюються переваги та недоліки кожної альтернативи, включаючи їх вартість, ризики та планування дій.

5. Прийняття рішення – обирається оптимальний варіант дій, що враховує результати аналізу та оцінки альтернатив.

6. Реалізація рішення – планується та виконується практичне втілення прийнятого рішення.

7. Оцінка результатів – на цьому етапі оцінюється ефективність прийнятого рішення, та при необхідності вносяться корективи.

Отже, збір, накопичення, обробка та аналіз інформації є важливими етапами управлінського прийняття рішень. Методи та засоби, такі як бази даних, аналітичні програми, інформаційні системи, статистичні методи та інші, допомагають зібрати, обробити та аналізувати великі обсяги інформації, що дає змогу зробити обґрунтовані рішення.

Сучасний бізнес має велику кількість даних, тому необхідно використовувати методи та засоби збору, накопичення та обробки інформації, щоб отримати цінну інформацію для прийняття рішень. Дані, отримані з таких джерел, дозволяють управлінцям більш точно

розуміти ситуацію в компанії та ринкові тенденції, що дозволяє планувати кращі стратегії розвитку бізнесу.

Таким чином, використання методів та засобів для збору, накопичення, обробки та аналізу інформації дуже важливо для сучасного бізнесу, оскільки це допомагає управлінням приймати обґрунтовані рішення, що забезпечують ефективний розвиток компанії та збільшення прибутку.

Список використаних джерел

1. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / [Ю. Є. Петруня, Б. В. Літовченко, Т. О. Пасічник та ін.] ; за ред. Ю. Є. Петруні. – [3-тє вид., переробл. і доп.]. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2015. – 209 с.
2. Панасюк В. М. Сучасний інструментарій інформаційного забезпечення: обліковий та управлінський аспект. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. №2(25). С. 412–417.
3. Палагута С. С. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємств і організацій. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 16. С. 418–421.

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

Т.М. Болгар
Університет імені Альфреда Нобеля

МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

Економічний розвиток суб'єктів, що функціонують в умовах ринкової економіки є можливим за умови адаптації їх внутрішнього середовища до змін, що відбуваються. Складність таких перетворень зумовлює необхідність своєчасних та комплексних змін у діяльності підприємств – у технологіях, що використовуються, у методах управління, у вимогах до компетенції фахівців, до форм взаємодії із зовнішнім середовищем, тобто до структурних змін.

Аналіз тенденцій розвитку економіки показав, що у світовій практиці існують яскраві приклади успішного реформування організацій, але методологічна база, на якій приймаються рішення щодо реалізації структурних змін в організаціях, на жаль, без адаптування до сучасних реалій певної країни не може бути використана та запроваджена задля управління організацією в умовах динамічних змін зовнішнього середовища.

Сьогодні специфіка управління змінами у вітчизняних організаціях пов'язана із невідповідністю процесу управління потребам

середовища її функціонування. При цьому треба брати до уваги те, що зміни у будь-якому одному підрозділі організації впливають на інші підрозділи і на організацію в цілому. Таким чином, причини змін вітчизняних організацій в сучасних умовах є чинниками внутрішнього та зовнішнього середовища (табл. 1).

Таблиця 1

Причини змін в організаціях

Внутрішні	Зовнішні
1. Швидке перепрофілювання підприємства	1. Економічна ситуація
2. Організаційна криза	2. Державне регулювання
3. Застарілість продукту (технології)	3. Соціально-культурні компоненти
4. Зміна системи цінностей і норм поведінки у працівників	4. Зміни законів та інших регулятивних актів
5. Зниження продуктивності організації	5. Рівень конкуренції
6. Невдачі у проведенні попередніх перетворень	6. Купівельна спроможність населення
7. Усвідомлення необхідності змін	7. Форс-мажорні обставини
8. Зростання невдоволення співробітників організації існуючим станом	8. Політичні зміни
9. Падіння показників ефективності організації	9. Військові дії

Складено автором.

Масштаб завдань потребує вивчення та узагальнення сучасного стану вітчизняної економіки в умовах військових дій, пошуку проблемних зон та оцінки можливостей проведення ефективної діяльності на підприємствах і в організаціях. Для вирішення цих питань необхідно мати відповідний інструментарій управління змінами, який дозволяв би управляти відношенням персоналу до змін. Тому однією з найбільш актуальних проблем теорії і практики управління стає створення в організаціях систем оперативного управління змінами, прикладний характер, яких дозволяв би управляти відношенням персоналу до змін і сприяли б підвищенню ефективності перетворень, що плануються.

В умовах високої динаміки змін ринкового середовища одним із головних завдань практики управління стає пошук шляхів пристосування вітчизняних організацій до цих змін. Світовий досвід, дослідження таких вчених економістів, як М. Грін, К. Камерон, Р. Куїн, П. Сенге, А. Клейнер, Д. Харрінгтон, К. Есселінг та ін., показує, що

здатність генерувати, розробляти і впроваджувати необхідні зміни є найважливішим фактором підвищення ефективності та успішної діяльності організації. Увага вчених до проблем можливості ініціювання економічного розвитку через планове впровадження змін на початку минулого століття була обумовлена розвитком індустріального суспільства, яке супроводжувалося циклічними кризовими явищами. Відкриття «довгих хвиль» М. Д. Кондратьєва дало пояснення походженню криз і підйомів суспільного виробництва [1], а потім Й. Шумпетер обґрунтував можливість подолання криз і спадів у промисловому виробництві за рахунок стимулювання оновлення капіталу через технічні, організаційні, економічні та управлінські нововведення [2].

У ХХІ сторіччі досить радикально змінився підхід до організації економічної діяльності на підприємстві. Мається на увазі усвідомлення людством того факту, що окрім прикладних економічних аспектів, що характерні для вирішення короткострокових операційних питань господарської діяльності (управління доходами, оптимізація витрат, забезпечення прибутковості діяльності тощо), є ще стратегічні моменти, пов'язані з перспективами існування людства у цілому: кліматичні зміни, виснаження природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища, тощо.

Поштовхом до зміни парадигми стала публікація дослідження Steffen et al. (2015), яка показала, що за період з 1750 до 2010 року відбулись радикальні зміни у рівні споживання природних ресурсів та забруднення навколишнього середовища, що в тому числі призвело до трансформації цілого ряду параметрів системи Земля, як такої. Головний висновок – людство використовує ресурси Землі швидше, ніж планета встигає їх відновити. З урахуванням поточних на той момент трендів, що були характерні для розвитку людства (збільшення популяції людства, зростання економіки та попиту на електроенергію, урбанізація населення тощо), було зроблено висновок, що ситуація має всі підстави погіршуватись і надалі [3].

За даними ООН станом на початок 2023 року в рамках досягнення цілей сталого розвитку було реалізовано 3586 заходів та зроблено 6942 конкретних кроків [4]. У рамках ініціативи ООН Sustainable Development Solutions Network розраховується рейтинг країн за рівнем досягнення цілей сталого розвитку. Перша десятка рейтингу складається із європейських країн і тут є лідерами скандинавські країни. Це підкреслює той факт, що на сьогоднішній день кращими практиками зі сталого розвитку володіють країни Європи.

З метою постійного моніторингу прогресу в досягненні цілей сталого розвитку, ООН складає щорічні звіти, а раз на 4 роки готується так званий Глобальний звіт про сталий розвиток. В останньому звіті за 2022 рік, зокрема відзначається, що цілі сталого розвитку знаходяться під серйозною загрозою через певний каскад криз: COVID-19, а також економічні проблеми, викликані пандемією, війна в Україні та

кліматичні зміни – все це у сукупності шкодить всій системі сталого розвитку людства, починаючи від охорони здоров'я та освіти, закінчуючи економікою, навколишнім середовищем і безпекою в світі.

У 2023 рік світ увійшов із рядом викликів, що включають у себе війну в Україні, енергетичну кризу, не до кінця усунені наслідки пандемії, включаючи, як значну кількість хворих на COVID-19, так і економічні наслідки, наприклад, інфляцію та підвищення ставок з боку Центробанків [5]. Все це призводить до соціальної та політичної нестабільності, падіння рівня життя. Аномально тепла зима активізувала питання кліматичних змін та глобального потепління.

Для України, яка до повномасштабного вторгнення мала значну кількість проблем, що заважали її прогресу, ситуація у 2022 році радикально погіршилась. Переважна кількість проблем (як старих, так і нових) має економічний характер, що обумовлює необхідність першочергової концентрації зусиль саме у цьому напрямі. При чому очевидно, що держава, яка переважну кількість ресурсів спрямовує на оборону і захист від загарбників, фізично не здатна задовільнити запит падіння рівня життя та довкілля. І тут ключова роль відводиться підприємствам, зусилля яких можуть вирішити цілий ряд проблем України на шляху до сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Кондратьєв М. Д. Світове господарство та його кон'юнктура під час та після війни. Вологда: Обласне відділення Державного видавництва, 1922.
2. Joseph Alois Schumpeter // Енциклопедія Брокгауз / Hrsg.: Bibliographisches Institut & FA Brockhaus, Wissen Media Verlag
1. 3. Steffen, W., K. Richardson, J. Rockström, S.E. Cornell, et.al. (2015). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. Science 347: 736, 1259855
4. United Nations. THE 17 GOALS (2023). Available at: <https://sdgs.un.org/goals>
5. ESG and Climate Trends to Watch for 2023 by MSCI (2023). Available at: <https://www.msci.com/research-and-insights/2023-esg-climate-trends-to-watch>

А.Я. Бюньатов

Вища Школа Бізнесу в Домброві Гурничий, Польща

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Формування і розвиток організаційної структури компанії вимагає розробки заходів оптимізації, спрямованих на поліпшення взаємовідносин всередині керівництва і колективів компанії,

впровадження механізмів управління та оптимізації на всіх рівнях і вдосконалення операційної діяльності. Організаційна структура - це основний вираз в управлінні компанією з її цілями, визначеними функціями і процесами управління, включаючи роботу менеджерів і розподіл обов'язків між ними.

Структура управління - це інституційне явище, що забезпечує цілісність всіх бізнес-процесів. Організаційна структура управління бізнесом включає також субординацію, згуртованість, взаємодія і поділ праці між різними підрозділами і суб'єктами управління. Важливу роль відіграє формування ділових відносин і владних відносин. Для того щоб знайти особливо вдалу організаційну схему управління для будь-якого виду бізнесу, необхідно розглянути основні види функціонування Організаційна структура підприємства - це документ, що відображає структуру підприємства і механізми досягнення його цілей, а також взаємозв'язок між структурами і підрозділами підприємства.

Різні елементи підприємства, тобто розподіл обов'язків від рядових співробітників до вищого керівництва, базуються на двох типах організаційної структури управління: вертикальної (ієрархічної) і горизонтальної (мережевої).

Організаційна структура - це основне вираження в управлінні компанією з її управлінськими цілями, функціями і процесами управління, яке також включає в себе роботу менеджерів і розподіл обов'язків між ними. Таким чином, організаційна структура управління являє собою складну ієрархічну систему організованих підрозділів і груп керівників різних рівнів, покликану організувати процес комунікації між ними і забезпечити ефективне функціонування менеджменту.

Розрізняють вертикальні та горизонтальні структури управління: вертикальні структури управління мають обмежені специфікації та багато рівнів.

Перевагами вертикального управління є ретельне керівництво і контроль, а також ефективна комунікація між підлеглими. Однією з головних особливостей вертикальної структури управління є централізація, тобто насичення влади в руках однієї людини (генерального директора) або органу управління (ради директорів). Багато керівників, органи державної влади, системи транспорту і зв'язку вибрали цю структуру.

Горизонтальна структура управління або «Холархія» є відносно новою і все більш помітною глобальною тенденцією. Горизонтальна структура управління: основою цієї структури є - само організовані колективи - відсутність ієрархії - децентралізоване управління організаційними одиницями. Така структура дозволяє швидше приймати рішення, скорочувати роль і кількість менеджерів середньої ланки і значно скорочувати бюрократію.

Організаційна структура управління в реальному бізнесі часто

включає як вертикальні, так і горизонтальні елементи, хоча перші, як правило, переважають. Особливо поширені три типи: лінійний, функціональний і матричний.

Лінійна структура управління - це класична вертикальна структура, в якій вище керівництво підпорядковується топ-менеджерам, які є співробітниками організації. Співробітники в цій структурі підпорядковуються тільки своєму безпосередньому керівнику, який відповідає за результати діяльності вищого керівництва.

Функціональна структура управління: на думку голландського вченого Х. Гофстеде, відділ управління - це «острів у функціональному морі», менеджери якого відповідають тільки за тактику і маркетингову політику даної служби. Тут якість управлінських рішень набагато вище, так як співробітники кожного відділу мають свою експертизу, а навантаження на вище керівництво знижується.

Розглянемо управління матрицею: управління планами і програмами здійснюється горизонтально. Одна програма може містити багато різних елементів. Матричні організаційні структури також широко використовуються в гігантських іноземних компаніях, особливо в галузях, які вимагають великого обсягу роботи з вирішення проблем, таких як аерокосмічна, авіаційна, хімічна та фармацевтична промисловість. Матричні структури управління також використовуються гігантськими банками, страховими компаніями, торговими компаніями, консалтинговими фірмами, дослідницькими центрами.

Успішні процеси вдосконалення бізнесу вимагають створення належних умов для реалізації стратегії поліпшення бізнесу, постановки цілей, організаційних структур, прийняття і вираження бізнес-рішень для оцінки ефективності. Ключовим викликом для компаній є вибір найбільш підходящої організаційної структури, яка особливо відповідає їх цілям і завданням, під впливом поточних і очікуваних умов ведення бізнесу, внутрішніх і зовнішніх факторів, при реалізації стратегії.

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

І.В. Вішневська

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ЯПОНСЬКІ ФІЛОСОФІЇ, ЯКІ ПРИВЕДУТЬ ДО УСПІХУ

Японці – успішні та щасливі люди, про їх ефективність та працьовитість гуде увесь світ. Секретом такої продуктивності є давня філософія, яка називається Ікігай та перекладається як «сєнс життя».

Ця філософія є актуальною і в наш час, бо щаслива людина – успішна людина. Щоб жити щасливо та успішно треба притримуватися цих пунктів:

- Ви любите це робити + Ви вмієте це робити = Пристрасть;
- Ви любите це робити + Потреби людей = Місія;
- Потреби людей + Прибуток = Покликання;
- Прибуток + Ви вмієте це робити = Робота (рис. 1)



Рис. 1. Модель Ікігаї

Після пізнання себе, важливим кроком є саморозвиток, тобто, Кайдзен. Кайдзен – філософія вдосконалення та змін, які не потребують великих вкладень. Так, як в Японії зміни – стиль життя, тому японський менеджмент є дуже ефективним, через постійні зусилля, підтримання та розвиток стандартів.

Цю філософію використовують як і у власному житті, так і в організації, бо «хочеш щось змінити – почни з себе». Основними положеннями кайдзену для організації є так звані 5S:

- Seiri – акуратність;
- Seiton – порядок;
- Seiso – чистота;
- Seiketsu – стандартизація;
- Shitsuke – дисципліна

В процесі саморозвитку треба звернути увагу на філософію, яка навчить приймати недоліки – Вабі-сабі. Кроки до пізнання цієї філософії:

- Робота над прийняттям себе

- Змиритись з «чорними смугами»
- Не розчаровуйтесь через те, що від вас не залежить.

Отже, філософія Ікігай – досить складна поведінська філософія, що допомагає менеджерам зберегти врівноваженість у стресових ситуаціях, пристосуватися до невизначеності та постійним змінам, протидіяти перезавантаженню. Їй відповідне, її засвоєння надзвичайно важливе для менеджера так, як допоможе проявляти гнучкість в прийнятті рішень та зменшити кількість помилок у складних та непередбачуваних ситуаціях.

Науковий керівник: Литвиненко О.М. кандидат економічних наук, доцент

А.О. Глухий, М.Є. Константиновський
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

РОЛЬ TOTAL REWARDS У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Тенденцією сучасної практики управління є посилена увага до розробки систем мотивації персоналу організацій, яка є комплексною та різноплановою. Професіоналів мотивують не тільки зарплати. Фінансові бонуси у різних організаціях приблизно однакові. Щоб утримати співробітників, потрібна сприятлива обстановка, розвиток і комфорт. Тільки щасливий колектив може привести компанію до досягнення поставлених цілей. Необхідно шукати комплексні підходи і змінювати організацію процесів поступово. Потреби кожного співробітника повинні бути враховані. Нематеріальні фактори можуть зіграти вирішальну роль в рішенні претендента віддати перевагу своїй компанії іншому або в рішенні співробітника покинути компанію або залишитися. Тому важливо серйозно поставитися до розробки програм розвитку співробітників, компенсацій і пільг. Такий комплексний підхід називається Total Rewards. Стратегія допоможе краще донести до співробітників системи цінностей, заохочень, благ, розвитку і визнання.

Total Rewards - це концепція, яка описує всі можливі інструменти для залучення, стимулювання, розвитку та утримання співробітників з урахуванням їх індивідуальних потреб. Ефективне управління, висока віддача від підлеглих неможлива без цілеспрямованого та значного впливу на мотивацію працівників, без технологічної системи стимулювання праці. Це передбачає в першу чергу правильний вибір методів стимулювання, чітку постанову і завдання.

Загальна винагорода - це вартість усіх грошових виплат (загальний заробіток) і винагород, отриманих працівників, а саме:

базова або основна заробітна плата, оцінка роботи, аналіз ринкових ставок, розряди та структура оплати, умовна оплата. Можуть надаватися додаткові фінансові винагороди, пов'язані з продуктивністю, компетентністю, внеску, навичок. Виплати працівникам, які включають пенсії, лікарняні, страхове покриття, службові автомобілі та багато іншого інші пільги. Управління продуктивністю, нефінансові винагороди, які не передбачають жодних прямих виплат і часто виникають із самої роботи, для наприклад, досягнень, автономії, визнання, сфери використання та розвитку навичок, навчання, кар'єри, можливості розвитку та високоякісного лідерства [1, с.741].

За визначенням Мануса та Грема, загальна винагорода «включає всі типи винагород – непрямі а також прямі, і внутрішні, і зовнішні». Кожен аспект винагороди, а саме базова заробітна плата, умовна оплата, виплати працівникам і нефінансові винагороди, які включають внутрішні винагороди, пов'язані разом і розглядаються як інтегроване та узгоджене ціле. Два верхніх квадранта – оплата праці та переваги – представляють винагороди за транзакції. Вони мають фінансовий характер і необхідні для найму та утримання персоналу, але можуть бути легко скопійовані конкурентами. Навпаки, реляційні (нефінансові) винагороди, створені двома нижніми квадрантами, є важливими для підвищення цінності двох верхніх квадрантів. Реальна влада, виникає, коли організації поєднують реляційні та транзакційні винагороди [1, с 742-743].

Таким чином, можна виділити ключові елементи загальної винагороди, які найчастіше виділяють у сучасних дослідженнях, до яких відносяться компенсації, пільги, система управління ефективністю, система навчання і розвитку, баланс між роботою та особистим життям, визнання досягнень.

Під компенсаціями розуміється сукупність грошових виплат, які формують дохід працівника. Прикладом компенсації є бонус за результат виконання поставлених цілей або за успішно реалізований проект. Пільги - це грошові винагороди або послуги, що надаються крім компенсації. Прикладом пільги є корпоративна пенсійна програма або програма медичного страхування. Система управління ефективністю – управління організаційними, командними, індивідуальними зусиллями для реалізації стратегії та досягнення бізнес-цілей компанії. В ідеалі кожен співробітник повинен усвідомлювати, яку додану вартість він створює і як саме вона впливає на результати господарської діяльності. Система навчання і розвитку передбачає розвиток навичок і компетенцій співробітників, створення кар'єрних і професійних можливостей, а також регулярне визнання досягнень кращих. Баланс між роботою та особистим життям (WLB) - це концепція розподілу часу та енергії між роботою та іншими аспектами життя працівника. WLB-інструменти забезпечують задоволення потреб співробітників в

самореалізації, адже працівник, в першу чергу, - це людина з живими інтересами, захопленнями і прагненнями, які часто не обмежуються конкретною роллю на робочому місці. Визнання досягнень, яке спирається на правильні системи зворотного зв'язку створює підґрунтя для підвищення мотивації співробітників, умови для розвитку співробітників та підвищення їх лояльності до організації.

Якісна система загальної винагороди допомагає підтримати HR-стратегію компанії, а ключові елементи та інструменти допомагають відобразити і задовольнити реальні потреби існуючих і потенційних співробітників.

Список використаних джерел

1. Armstrong M. (2009) *Armstrong's handbook of human resource management practice*, 11th edition, 1928 pp.

Науковий керівник: О.А. Євтушенко, кандидат економічних наук

В.Ю. Заболотній

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Управління бізнес-процесами є важливим для ефективного функціонування будь-якої організації. Вона вважається складною процедурою, яка має враховувати багато чинників, серед яких різновиди процесів, які відбуваються в компанії. Управління бізнес-процесами може допомогти покращити процеси, допомагаючи огляду керівництва, а також може контролювати організаційні процеси, щоб гарантувати, що вони ефективні та результативні.

Для успішної реалізації бізнес-процесів та управління ними менеджер повинен мати в своєму розпорядженні точну та повну інформацію про їх реалізацію, етапи бізнес-процесу, інформацію про клієнтів про рівень задоволеності вихідною продукцією тощо [1].

Бізнес-процеси в компанії є результатом безлічі взаємозв'язків між функціональними зонами, цехами та виробничими площами, робочими місцями, які передають основні завдання один одному відповідно до довгострокового планування компанії [2].

Бізнес-модель будь-якої організації складається з низки окремих бізнес-процесів, і від їхньої ефективності «залежить успіх і прибутковість компанії в цілому» [3].

Найбільш успішними сьогодні є компанії з добре продуманими та чітко визначеними бізнес-процесами, а методи їх реалізації ефективні та надійні. Усе це повинно підкріплюватися «гнучкістю і сильною

мотивацією персоналу, використанням сучасних інформаційних технологій і упором на потреби споживачів» [4].

Побудова ефективної системи управління є серйозним викликом для будь-якої організації. Переорієнтація на бізнес-процеси супроводжується численними проблемами, частина з яких має рутинний характер і з легкістю вирішується фахівцями за допомогою відпрацьованих механізмів та методик розроблення і реалізації управлінських рішень. Водночас виникає велика кількість нетипових проблем, які вимагають застосування нових прийомів, методів і засобів підтримки прийняття рішень. Крім того, для «своєчасного вирішення проблем менеджерам підприємства може бути недостатньо власного досвіду і можливостей. Ситуація ускладнюється в разі відсутності у них практичного досвіду з процесно-орієнтованого управління та повного розуміння поставлених завдань» [5].

Отже, можна зробити висновок, що управління бізнес-процесами – це цілеспрямований вплив власників процесу і менеджерів вищих ланок управління на бізнес-процеси з метою підвищення їх ефективності та продуктивності для досягнення цілей підприємства. З наукового погляду, управління бізнес-процесом необхідно розглядати як управлінську дисципліну, що вивчає впливи суб'єкта управління на бізнес-процеси з метою прийняття ефективних рішень.

Список використаних джерел

1. Ходаківський О.М. Управління бізнес-процесами підприємства // Агросвіт. – 2017. – №22. – С. 62.
2. Єршова О.О. Зарубіжний досвід ефективного управління бізнес-процесами підприємств // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2016. – №6. – С. 69.
3. Ареф'єва О.В., Побережна З. М. Організаційно-економічне забезпечення антикризового управління бізнес-процесами при реалізації реінжинірингу діяльності підприємства / О.В. Ареф'єва, З.М. Побережна // Економічний вісник Дніпровської політехніки. – 2020. – № 4. – С. 160.
4. Ван Д. Світові тенденції в управлінні бізнес-процесами підприємства // Бізнес Інформ. – 2020. – №10. – С. 410.
5. Федонін О.С., Швиданенко Г. О., Лаврененко В.В. Новітні тенденції розвитку управління підприємствами: [монографія]. – К.: КНЕУ, 2011. – С. 112.

Науковий керівник: О.А. Євтушенко, кандидат економічних наук

СТАН ДОСЯГНЕННЯ УКРАЇНОЮ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Прийняття ООН «Декларації тисячоліття» у 2000 році запровадила Цілі Розвитку тисячоліття (8 цілей, в рамках яких передбачалась реалізація 21 задачі). Це був перший крок із формування нових підходів до розвитку людства на основі певного набору базових цінностей: боротьба з бідністю, екологічна стійкість, зусилля у сфері охорони здоров'я, а також формування глобального партнерства з метою розвитку [1].

Для недопущення погіршення ситуації та намагаючись змінити стан справ, ООН у 2015 році прийняла резолюцію «Перетворення нашого світу: Порядок денний сталого розвитку до 2030 року» (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development) [2]. Відповідно до цієї Резолюції було визначено 17 **цілей сталого розвитку** (ЦСР) і 169 завдань, вирішення яких сприятиме їх досягненню. Для оцінки прогресу у досягненні ЦСР ООН використовує 242 індикатори [3].

Індикатори займають важливе місце у багатьох ініціативах сталого розвитку, оскільки вони здатні представляти складні, комплексні і, часом, абстрактні задачі (наприклад, покінути з бідністю) на більш зрозумілі фрагменти інформації (частка населення за межею бідності, частка населення з доступом до основних послуг, тощо), які можна виміряти, проаналізувати, оцінити динаміку і т.д.

Україна, як країна-член ООН, в 2015 році також приєдналась до процесів забезпечення сталого розвитку. В глобальному рейтингу SDG Index Україна посідає 37 місце із 163. На початку 2022 року лише 3 з 17 ЦСР мали шанси бути досягнутими Україною до 2030 року, в той час як у переважній більшості решти ЦСР існують серйозні виклики.

Якщо аналізувати ситуацію в розрізі таргетів, то 28 % станом на початок 2022 року мали достатній прогрес для виконання завдань, при цьому 50 % в кращому випадку потребували прискорення для виконання завдань, а в гіршому – спостерігався зворотній тренд у виконанні завдання (рис. 1).

За даними Державної служби статистики України станом на 2021 рік було 37 національних таргетів ЦСР, за якими очікується відставання (не досягнення цільових значень до 2030 року). Зважаючи на загальну кількість 183, маємо долю проблемних таргетів, що перевищує 20 %.

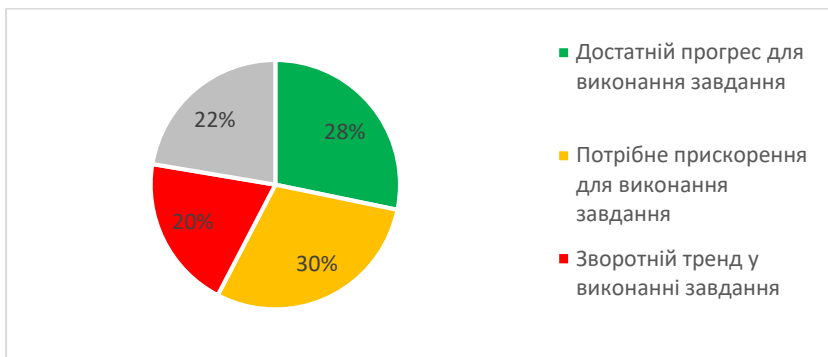


Рис. 1 Структура стану досягнення ЦСР в Україні станом на початок 2022 року

Джерело: авторські розрахунки на підставі [4]

Якщо виділити найбільш проблематичні аспекти в досягненні ЦСР Україною, то отримаємо наступні:

- обсяги видобування водних біоресурсів;
- обсяг утворених відходів;
- значний рівень нерівності за доходами;
- високий ступінь зносу основних засобів;
- значна кількість нещасних випадків на виробництві;
- кількість перевезених пасажирів;
- обсяг виробленої електроенергії.

Відзначимо, що хоча ЦСР однакові для всіх країн, таргети можуть відрізнитись залежно від країни. Для України, наприклад, було розроблено національні таргети індикаторів досягнення ЦСР в країні, а також визначено цільові орієнтири за ними до 2023 року. На нормативному рівні це було затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 21.08.2019 № 686-р «Питання збору даних для моніторингу реалізації цілей сталого розвитку» [5]. На сьогоднішній день звітність ведеться за 183 показниками ЦСР відповідно до 86 завдань.

Проблемою оцінки прогресу в досягненні ЦСР Україною є те, що за цілим рядом показників (68 із 183 станом на 2021 рік) відсутні таргети, у результаті чого важко визначити прогрес та його рівень. Крім того за деякими з визначених показників дані поки що не збираються, як наслідок, їх у принципі неможливо оцінити. На думку Іванчук В. та Мошняга Н. (2020), використання набору національних індикаторів хоч і дає можливість пристосувати методологію оцінки до реалій конкретної країни, все рівно це є неоптимальним, оскільки у рамках регіонів України існують значні відмінності в економічному потенціалі, стані екології, видах економічної діяльності тощо [6]. Тобто доречно за деякими з показників використовувати регіональні таргети. Взагалі

система показників має бути гнучкою не лише за формою, але і за сутністю. Світ знаходиться у постійному русі, в результаті деякі показники можуть втрачати актуальність, а інші, навпаки, її набувати.

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що до початку повномасштабного вторгнення через вплив пандемії, Україна відчувала серйозні проблеми в досягненні переважної більшості ЦСР. Нами було проведено їх узагальнення за трьома сферами: економічній, соціальній та екологічній із вказанням найбільш «постраждалих» ЦСР від цього. Поділ на 3 сфери обумовлений існуючим наразі в світі консенсусним підходом ESG (environmental, social, governance) до забезпечення практичної реалізації сталого розвитку, він отримав назву ESG-діяльність або ESG-активність.

Список використаних джерел

1. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь. Джерело: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>
2. United Nations Resolution 70/1 «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development», (2015). Available at: https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf
3. Global indicator framework for the Sustainable Development Goals and targets of the 2030 Agenda for Sustainable Development. Available at: https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework%20after%20refinement_Eng.pdf
4. 17 цілей, щоб змінити наш світ. Available at: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk/>
5. Перелік національних індикаторів ЦСР, затверджених розпорядженням Кабінету Міністрів України від 21.08.2019 № 686-р «Питання збору даних для моніторингу реалізації цілей сталого розвитку», для яких здійснено розрахунок за методологією Економічної та соціальної комісії для Азії та Тихого океану (UNESCAP) у 2021 році. Джерело: https://ukrstat.gov.ua/csr_prezent/pni_21.pdf
6. Іванчук Віра, Мошняга Назар (2020) Досягнення Цілей сталого розвитку у національному та регіональному розрізах. Джерело: <https://voxukraine.org/doslidzhennya-sdg/>

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

ДО ПИТАННЯ РОЗГЛЯДУ ПРОБЛЕМ В ОРГАНІЗАЦІЙНОМУ УПРАВЛІННІ КОМПАНІСІЮ

Організаційний менеджмент визначається як «процес планування, організації, керівництва та контролю ресурсів для досягнення цілей і завдань організації». Організаційне управління передбачає створення стратегій, політик і процедур, управління повсякденними операціями, керівництво та мотивацію працівників. Ефективне управління організацією потребує стратегічного планування, ефективного розподілу ресурсів, сильного лідерства, а також моніторингу та контролю ефективності.

Проблеми в організаційному управлінні компанією постійно розвиваються, деякі з сучасних проблем, з якими сьогодні стикаються менеджери, включають:

- адаптація до технологій. Адаптація до передових технологій та тенденцій у галузі цифрових технологій може бути складним завданням, оскільки потребує значних витрат часу та ресурсів;

- управління віддаленими командами. Управління віддаленими командами може бути складним завданням, оскільки потребує ефективної комунікації, довіри та хорошої стратегії віддаленого управління;

- комунікація. Забезпечення ефективної комунікації всередині організації може бути складним завданням, особливо у великих чи віддалених організаціях.

- управління змінами. Впровадження змін у організації може бути утруднено і може зустріти опір із боку співробітників;

- мотивація працівників. Підтримка мотивації та залучення співробітників, особливо в умовах динамічної або напруженої роботи;

- тайм-менеджмент. Врівноваження вимог кількох проектів та завдань - це не тільки важка задача та ще потребуватиме ефективних навичок тайм-менеджменту;

- робота з невизначеністю. Управління організацією часто пов'язане з невизначеністю, неповною інформацією та безліччю конкуруючих цілей;

- відповідність та нормативні вимоги. Дотримання законів і нормативних актів, оскільки для цього організаціям необхідно йти в ногу зі змінними законами та нормативними актами;

- прийняття рішень. Прийняття рішень, які врівноважують потреби організації, її співробітників та зацікавлених сторін;

- управління різноманітністю. Управління різноманітною робочою силою, оскільки потребує глибокого розуміння культурних відмінностей та чутливості до цих відмінностей.

Список використаних джерел:

1. Немцов В. Д. Менеджмент організацій: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань, Г. Ф. Сініок. – К., 2000. – 392 с.
2. Зозульов О. Сучасні проблеми менеджменту українських підприємств / О. Зозульов, А. Длігач, Н. Писаренко // Економіка України. – 2002. – № 6(487). – С. 41–46.
3. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. – К.: Основи, 2001. – 349 с.
4. <https://buklib.net/books/26432/>

***Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент***

П.Д. Лянна

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Менеджмент – це ключовий, невід’ємний компонент існування будь-якого підприємства, Вислів «менеджмент» виник від англійського «manage» – управляти, який в свою чергу має коріння від латинського «manus» – рука. Отже, рукою вказують напрямок, у якому потрібно рухатися. Найчастіше менеджмент розглядають як вміння досягати успіху завдяки ефективному і майстерному впливу на працівників з метою здобутку ними найкращих результатів. Він супроводжує підприємство на всіх етапах розвитку та діяльності. Виникають питання щодо правильного, слушного ведення менеджменту, щоб він був якомога результативним.

Доцільні форми організації управління. Поєднання в одній особі власника та директора підприємства може бути недоцільним і призводить до надмірної централізації й авторитарності управління. Такий підхід є шкідливим для підприємства. Власник-керівник має тотальний контроль, пригнічує ініціативу як керівників нижчих рівнів, так і самих робітників. Лояльне відношення по підбору кадрів призводить до низької їх кваліфікації і може нашкодити підприємству.

Системний аналіз діяльності організації. Забезпечення конкурентоспроможності. Для управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що мають вплив на її формування. Оцінювання, прогнозування, аналіз потенціалу підприємства, системність, динамічність, об’єктивність, аналіз діяльності конкурентів, розширення можливостей ринку збуту дає змогу підприємству бути конкурентоспроможним.

Криза зростання. Розширення підприємства може розглядатися з декількох причин: підвищення попиту на товар компанії, поява нових ринкових можливостей, амбіції керівництва. Некоректне стратегічне планування і прогнозування може привести до збитковості компанії і навіть її закриття, виникає при розширенні компанії.

Новітні радикальні методи роботи з персоналом. Уміння керівництва ставити цілі та завдання, визначати проблеми і знаходити їх шляхи подолання є запорукою вдалого управління підприємством. Негативну роль відіграє відсутність належного досвіду, неефективне витрачання коштів на цілі та завдання, які або некоректно поставлені, або непотрібні взагалі. Інструктажі для вже досвідчених керівників для інформування про нові методики управління, періодична ротація керівників буде запобігати розвитку зайвого управлінського консерватизму.

Зміна у керівництві компаній засновників на ефективних менеджерів. Актуальною є проблема підвищення кваліфікації топменеджерів. Рівень освіти та знань керівників цієї ланки сьогодні в середньому нижче за рівень знань їх підлеглих, які в основному мають професійну освіту. Це ускладнює постановку завдань, чітке та коректне формулювання проблеми, оцінювання термінів та якості їх виконання. Надання при найманні на роботу переваги молодшим керівникам, які гнучкіші в плані навчання та роботи може вирішити проблему.

Отже, в процесі менеджменту з'являється низка питань і задач, вчасна відповідь і розв'язання яких дасть змогу запобігти чи вчасно відреагувати на проблеми в розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Немцов В. Д. Менеджмент організацій: навч. посіб. / В.Д. Немцов, Л. Є. Довгань, Г. Ф. Сініюк. – К., 2000. – 392 с.
2. Зозульов О. Сучасні проблеми менеджменту українських підприємств / О. Зозульов, А. Длігач, Н. Писаренко // Економіка України. – 2002. – № 6(487). – С. 41–46.
3. Журнал «Маркетинг в Україні». – 2000. – №№ 3(5), 4(6).
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

***Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент***

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

За останні десятиліття в усіх сферах діяльності спостерігається збільшення конкуренції, що є властивими для загального розвитку економіки. Виробникам ставиться нове завдання – переглянути основи взаємодії між підприємствами та ринковим споживанням. Керівництво підприємств потребує наявності інструментів, що дають змогу вести моніторинг здатності підприємств до конкурентної боротьби.

Конкуренція є складним та доволі гнучким поняттям. У ситуації зменшення попиту на товар або послуги на підприємстві, найбільше постраждають виробники низької якості та неефективні підприємства. У масштабній боротьбі конкурентів перемагає той, хто аналізує та бореться за свої конкурентні позиції. Однією з причин низької конкурентоспроможності українських товарів та послуг є неспроможність вітчизняних підприємств зберігати та розширювати свою частку ринку, просувати свої товари та задовольняти інтереси споживачів. Крім того, кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності товарів та послуг є важливою проблемою, оскільки це складний та інтегрований процес, який містить взаємопов'язані складники та від якого залежить конкурентоспроможність всього підприємства.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є складним завданням, тому що не існує достатньої кількості методик, як теоретичних так і практичних, для досягнення та підтримання позицій конкурентоспроможності. Система управління конкурентоспроможністю є одним з найбільш ефективних засобів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства, на мою думку.

Сьогодні нараховується значна кількість визначень конкурентоспроможності, однак після їх аналізу можна зробити висновок, що в загальному розумінні це властивість продукції, що виражає її здатність бути успішно реалізованою на конкретному ринку протягом певного періоду часу [1]. Це означає, що конкурентоспроможність є ключем до успіху товару та його виробника на ринку, а вирішення проблеми конкурентоспроможності є складним завданням для будь-якого підприємства, що потребує злагодженої та цілеспрямованої роботи всіх підрозділів під керівництвом служби маркетингу. Ефективне управління конкурентоспроможністю є особливо важливим напрямом діяльності підприємства.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції розуміють процес планування та забезпечення необхідного рівня підвищення конкурентоспроможності шляхом спрямованого впливу на

умови та чинники, які формують конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність продукції створюється у рамках функціонування різних процесів, таких як дослідження, розроблення, виробництво та споживання.

Конкурентоспроможність – це комплексне управління умовами ринкової діяльності, яка має на меті вирішення таких завдань як [2]:

- Вивчення потреб споживача та їх розвиток;
- Оцінка поведінки та можливостей конкурентів;
- Вивчення розвитку ринку;
- Аналіз середовища;
- Виробництво товарів, які перевершують товари конкурентів.

Конкурентоспроможність є однією з ключових проблем для національної економіки та окремих підприємств. Запитання про сприйняття клієнтами виробленої продукції та надання послуг, причини успіху чи невдачі товару, який реалізується на ринку, постійно виникають через жорстку конкуренцію, широкий асортимент товарів та швидке оновлення їх номенклатури. Розроблення нових виробів має високу вартість та пов'язане з ризиком, що ще більше підсилює необхідність оцінювати та вивчати конкурентоспроможність виробництва товарів.

Для забезпечення високої конкурентоспроможності продукції необхідно розробити цілісну систему управління, що складається з взаємопов'язаних елементів, які контролюють процеси управління. Структура системи управління конкурентоспроможністю враховує фактори зовнішнього середовища, які впливають на організацію, що дозволяє здійснювати стратегічний аналіз та розробляти конкурентну стратегію.

Для підтримання конкурентоспроможності на насиченому ринку, забезпечення якості продукції стало найбільш пріоритетним методом. Для цього поширенням стали стандартизація та сертифікація продукції. Однак, для досягнення оптимальної якості продукції в економічних аспектах, на підприємствах потрібно розробляти та впроваджувати системи якості, що оптимізують функціонал відповідно до вимог міжнародних стандартів. Поряд з системою якості, необхідно впроваджувати системи, які доповнюють її та забезпечують якість та конкурентоспроможність за оптимальних витрат, що сприятиме збільшенню прибутку підприємства та створенню конкурентоспроможних цін на якісні вироби. Враховуючи це, рекомендується на підприємствах впроваджувати комплексну систему управління якістю та ефективністю виробництва.

Список використаних джерел

1. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

2. Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції / В.П. Карпюк [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf

*Науковий керівник: О.М. Литвиненко, кандидат економічних наук,
доцент*

Д.М. Масловська

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Дослідження ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією є дуже актуальним в сучасному бізнес-середовищі. Завдяки зростаючій конкуренції на ринку та швидкій зміні споживацьких уподобань, компанії повинні постійно вдосконалювати свої маркетингові стратегії, щоб зберегти своє місце на ринку та збільшити свою частку в ньому.

Також, в сучасному світі з'являється все більше нових інструментів та технологій, які можуть бути використані для розробки та реалізації маркетингових стратегій, що дає більші можливості для компаній в цьому напрямку.

Дослідження ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією може допомогти компаніям зрозуміти, які маркетингові підходи працюють краще для їх конкретного бізнесу, як ефективно використовувати наявні ресурси та як збільшити свою конкурентоспроможність на ринку.

Ефективні маркетингові стратегії грають важливу роль у веденні бізнесу та управлінні організацією. Вони допомагають залучити нових клієнтів, зберегти існуючих та збільшити прибуток компанії. Деякі з ефективних маркетингових стратегій, які можна використовувати в управлінні організацією, наведені нижче [1]:

1. Розвиток бренду. Розвиток бренду допомагає підвищити свідомість про компанію та залучити нових клієнтів. Важливо зрозуміти, яка унікальна цінність вашої компанії та як вона може відрізнятись від конкурентів.

2. Дослідження ринку. Вивчення ринку допомагає зрозуміти потреби та бажання вашої цільової аудиторії. Це може допомогти вам створити більш ефективну маркетингову стратегію, яка буде націлена на ваших клієнтів.

3. Використання соціальних медіа. Соціальні медіа допомагають залучити нових клієнтів та зберегти існуючих, а також збільшити свідомість про бренд компанії. Важливо обирати соціальні мережі, які використовує ваша цільова аудиторія.

4. Email-маркетинг. Email-маркетинг дозволяє взаємодіяти з вашою аудиторією безпосередньо та надсилати корисну інформацію та спеціальні пропозиції.

5. Використання SEO-оптимізації. SEO-оптимізація дозволяє підняти рейтинг вашого сайту у пошукових системах та залучити більше відвідувачів на ваш сайт.

Перспективи використання ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією дуже високі. Застосування ефективних маркетингових стратегій допомагає збільшити свідомість про компанію, залучити нових клієнтів та зберегти існуючих, збільшити прибуток компанії та підвищити її конкурентоспроможність на ринку.

Переваги використання ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією включають [2]:

1. Підвищення свідомості про компанію. Ефективні маркетингові стратегії допомагають залучити увагу до компанії та підвищити її відомість серед потенційних клієнтів.

2. Збільшення прибутку. Ефективні маркетингові стратегії допомагають залучити нових клієнтів та зберегти існуючих, що в свою чергу збільшує прибуток компанії.

3. Покращення конкурентоспроможності. Ефективні маркетингові стратегії допомагають компанії відрізнитися від конкурентів та стати більш привабливою для потенційних клієнтів.

Недоліки використання ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією можуть включати [3]:

1. Високі витрати. Розробка та реалізація ефективних маркетингових стратегій можуть бути дуже дорогими, особливо для невеликих компаній з обмеженими бюджетами.

2. Необхідність постійного оновлення. Маркетингові стратегії потребують постійного оновлення та пристосування до змін у ринкових умовах.

Отже, дослідження ефективних маркетингових стратегій в управлінні організацією є дуже актуальним, оскільки воно може допомогти компаніям підвищити свою ефективність, збільшити прибуток та зберегти своє місце на ринку в умовах постійної конкуренції.

Список використаних джерел

1. Бутенко В.М., Тоюнда А.І. Формування маркетингової стратегії підприємства. Підприємництво та інновації. 2022. № 24. С. 61–67. URL: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.10> (дата звернення: 10.04.2023).

2. Латишев К., Пугач А., Мороз В. Особливості формування маркетингової стратегії торговельного підприємства. Управління змінами та інновації. 2023. № 5. С. 23–27. URL: <https://doi.org/10.32782/cmi/20232-5-4> (дата звернення: 10.04.2023).

3. Морохова В.О., Бойко О.В., Лорві І.Ф. Маркетингові технології формування конкурентних переваг підприємств. Економічний форум. 2021. Т. 1, № 3. С. 87–93. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-3-12> (дата звернення: 10.04.2023).

*Науковий керівник: Литвиненко О.М. кандидат економічних наук,
доцент*

О.В. Нікішаєв

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

У сучасних реаліях, на тлі існуючих кризових явищ в українській економіці, які безпосередньо впливають на фінансову систему, необхідність ефективного управління власним капіталом будь-якої організації набуває особливо ключового значення.

Забезпечення ефективного управління власним капіталом надає значного позитивного впливу безпосередньо на фінансові результати його діяльності, що в свою чергу призводить до прискореної, а головне, якісної адаптації до умов ринкового середовища, яке швидко змінюється [3]. Крім того, організації, що мають високу частку власного капіталу в структурі джерел фінансування, підвищують свої шанси на можливість додаткового залучення капіталу із зовнішніх джерел, і тим самим формувати конкурентні переваги [5].

Під оборотним капіталом розуміється «капітал організації, вкладений в оборотні активи, що поновлюються з певною регулярністю для забезпечення поточної діяльності» [1]; «сукупність коштів, що знаходяться у матеріально-виробничих запасах і процесах виробництва» [4]; «мобільні активи організації, які є грошима або можуть бути трансформовані в них протягом року або одного виробничого циклу» [6].

Ключовою метою процесу управління власним капіталом у комерційній організації є залучення та підтримання достатнього обсягу власних фінансових ресурсів з метою розширення діяльності та захист від ризиків [5].

Процес управління капіталом підприємств можна реалізувати за алгоритмом (розробленим на підставі методики, представленої І.О. Бланком [2, 3]: аналіз стану, динаміки та використання оборотних коштів за попередній період у порівнянні з основними оціночними індикаторами результативності діяльності підприємств; вибір політики формування оборотного капіталу відповідно до загальної стратегії та політики розвитку існуючого суб'єкта; оптимізація обсягу обігових

коштів, тобто знаходження оптимальної частки окремих їх складових (запасів, дебіторської заборгованості, власних коштів); розрахунок та забезпечення необхідного рівня ліквідності оборотних активів; підтримання необхідного рівня прибутковості фінансових активів та підприємства в цілому; пошук та обґрунтування структури джерел формування (фінансування) оборотних активів у розрізі співвідношення власного та позикового капіталу; розробка цільових орієнтирів (ключових показників) ефективності керування оборотним капіталом; зіставлення фактичних значень із запланованими показниками за певний період (місяць, квартал, рік).

Враховуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що ефективним управлінням оборотним капіталом організації є таке управління, що дозволяє сформувати найбільш раціональну структуру оборотних коштів, відображає специфіку діяльності окремої комерційної організації; дозволяє знайти баланс між ризиком втрати платоспроможності та забезпеченням необхідного рівня рентабельності та сформувати необхідний обсяг джерел фінансування, які враховують термін їх залучення та витрати; забезпечує досягнення встановлених (розроблених) критеріїв ефективності управління.

Список використаних джерел:

1. Безкоровайна Л.В. Особливості обліку власного капіталу на підприємствах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 4. С. 950-954.
2. Бланк І.О. Основи фінансового менеджмента. – Київ: Ельга, 2018. – 511 с.
3. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: Учбовий курс. – Київ: Ельга, 2017. – 527 с.
4. Олександренко І.В. Управління власним капіталом підприємства. Економічний форум. 2016. № 3.С. 211-216
5. Рубаха М.В., Овчар О.А. Теоретичні аспекти політики управління власним капіталом підприємства. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 142-145.
6. Рудика В.І., Сукрушева Г.О., Гонтар Т.Ю. Теоретична сутність категорії «власний капітал підприємства». Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 436-439.

***Науковий керівник: О.М. Литвиненко, кандидат економічних наук,
доцент***

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ СТВОРЕННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Розвиток сучасного суспільства підпорядковано закономірному розширенню інформаційного простору за рахунок інтелектуальної праці. Інформаційний простір є основою соціально-економічного, політичного, культурного розвитку кожної окремої держави і чинником її безпеки. Для розкриття складових формування інформаційного простору оперують поняттями «інформаційне середовище» та «інформаційна сфера».

Інформаційне середовище – це сукупність інформаційних умов існування суб'єкта (наявність інформаційних ресурсів та їх якість, розвиненість інформаційної інфраструктури). Інформаційне середовище надає необхідні умови для розвитку суб'єкта інформаційного простору, проте, ступінь цього сприяння визначається внутрішніми характеристиками суб'єкта (інформаційний потенціал, що характеризується інформованістю, когнітивністю, рівнем інформаційних потреб).

За характером руху інформації інформаційне середовище поділяється на:

- ізольоване середовище, в якому вся інформація, що використовується суб'єктом, знаходиться на певній території;
- транзитне – середовище, в якому існує періодичний доступ до інформації ззовні за рахунок її транзиту (від лат. *transitus* – перехід, проходження) або дифузії (від латі. *diffusio* – поширення, розтікання);
- глобальне – це середовище в якому відбувається вільний рух інформації між різними територіальними громадами.

Зміст поняття «інформаційна сфера» трактується як:

- сфера економіки, що займається виробництвом, обробкою, зберіганням і розповсюдженням інформації та знань;
- сукупність інформації, інформаційної інфраструктури суб'єктів, що здійснюють збір, формування, розповсюдження та використання інформації, а також системи регулювання суспільних відносин, що виникають при цьому[1].

Саме проблему поєднання управління інформаційними ресурсами та керування виробництвом з використанням упорядкованих інформаційних ресурсів покликаний вирішити інформаційний менеджмент. У сучасному суспільстві слово «менеджмент», яке має англійське походження (*management* – управління, керування, організація), відоме майже кожній освіченій людині.

Інформаційний менеджмент охоплює всі аспекти та проблеми управління у сфері створення й використання інформаційних ресурсів.

Він виник як частина теорії менеджменту, але згодом набув цілком самостійного значення та перетворився на перспективний науковий напрям сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства, що все більш набуває специфічних ознак [2].

Концепція інформаційного менеджменту об'єднує наступні підходи:

- *економічний*, що розглядає питання залучення нової документованої інформації виходячи з міркувань корисності та мінімізації фінансових витрат;
- *аналітичний*, заснований на аналізі потреб користувачів в інформації і комунікаціях;
- *організаційний*, що розглядає традиційні та новітні інформаційні технології під час їх впливу на організаційні аспекти;
- *системний*, що розглядає використання інформації на основі цілісного, системно орієнтованого, всеосяжного процесу її обробки в організації, приділяє особливу увагу оптимізації комунікаційних каналів, інформації, матеріальних засобів, а також витрат та методів роботи [3].

Сфера інформаційного менеджменту – це сукупність необхідних для управління рішень на всіх етапах життєвого циклу підприємства, що включає дії та операції, пов'язані з інформацією у різних формах і станах, та з підприємством у цілому. При цьому вирішуються завдання визначення цінності й ефективності використання інформації і знань (щоб усі менеджери отримували тільки релевантну інформацію), а також цінності та інших ресурсів підприємства, що входять у контакт із інформацією: технологічних, кадрових, фінансових.

Проаналізувавши інформацію, що подана вище, можемо визначити завдання інформаційного менеджменту – це:

- формування інформаційної сфери підприємства (організації);
- розвиток інформаційної системи та забезпечення її обслуговування;
- планування в інформаційному середовищі;
- формування організаційної структури у світлі інформатизації;
- використання інформаційних систем;
- формування інноваційної політики та реалізація інноваційних програм;
- управління персоналом в інформаційній системі підприємства;
- управління капіталовкладеннями в інформаційну систему підприємства;
- формування і забезпечення комплексного захисту інформаційних ресурсів.

Отже, провідним ресурсом сучасної економіки стає інформаційний ресурс, здатний забезпечувати зв'язки між учасниками

ділових відносин. Саме інформаційний менеджмент стає основою формування сучасної індустріальної мережі.

Список використаних джерел

1. Бірюкова Т.Л. Ресурси та технології інформаційного менеджменту / Т.Л. Бірюкова, В.Г. Спрінсян. – Одеса : ОНПУ, 2012. – 252 с.
2. Захарова І.В. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. / І.В. Захарова, Л.Я. Філіпова. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 335 с.
3. Кудрявцева С.П. Міжнародна інформація: навч. посібн. / С.П.Кудрявцева, В.В. Колос . – К. : Видавничий дім «Слово», 2005. – 400 с.

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

В.В. Петренко

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЯКОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТОВ "ОРАКЛ ГРУП"

У сучасному світі якість визначає конкурентоспроможність організації. Правильно поставлена система управління якістю продукції, робіт (послуг) дозволяє організації задовольняти вимоги споживача і зберігати високу конкурентоспроможність при змінних зовнішніх і внутрішніх умов середовища.

Підтримка якості продукції при зміні умов ведення бізнесу залишається одним із головних завдань системи менеджменту якості (далі – СМЯ) для українських підприємств.

Впровадження інтегрованих систем менеджменту стає все більш актуальним для українських підприємств, які стикаються із серйозною конкуренцією з боку міжнародних та вітчизняних компаній, які підтвердили сертифікатами свої досягнення у галузі управління якістю, безпекою продукції, безпекою праці та екологічного менеджменту.

Стійкість розвитку підприємства безпосередньо залежить від економічної та зовнішньополітичної ситуації, а можливість забезпечувати якість, прогнозувати та швидко адаптуватися до зовнішніх умов визначає його життєздатність.

Для створення гнучкої системи управління якістю в ТОВ "ОРАКЛ ГРУП" впроваджуються сучасні технології менеджменту. Вони дозволяють знайти корінні причини виникнення проблем, актуальних для багатьох організацій: моральне та фізичне зношування

основних фондів; недосконала система управління виробничими запасами; низька якість комплектуючих та матеріалів, що надходять від постачальників; неефективне використання виробничих потужностей; орієнтованість на тактичні, а чи не на стратегічні цілі; відсутність позитивних результатів після реінжинірингу та ін.

З урахуванням досвіду впровадження функціонуючих СМЯ в ТОВ "ОРАКЛ ГРУП" виявлено причини, які можуть перешкодити процесу розробки та впровадження ефективної СМЯ: недостатня компетентність працівників у питаннях СМЯ; визначення цілей якості, тотожних цілям організації; розуміння працівниками своїх ролей у СМЯ; мотивація працівників; коректне планування процесу впровадження СМЯ тощо.

Для мінімізації ризиків формального впровадження СМЯ в ТОВ "ОРАКЛ ГРУП", крім основних заходів щодо розробки системних процедур, виділено напрямки, за якими необхідно вести активну роботу:

- вивчення позитивного досвіду впровадження СМЯ у сторонніх організаціях (проведення спільних внутрішніх аудитів СМЯ; участь у науково-практичних конференціях; участь у конференціях для обміну практичним досвідом);
- інтеграція СМЯ з діючими системами (співвідношення існуючої документованої інформації з вимогами міжнародних стандартів);
- навчання співробітників основ СМЯ (проведення навчання із залученням фахівців сторонніх навчальних центрів; розробка навчальної програми для внутрішньо корпоративного навчання);
- популяризація СМЯ (інтерв'ю та публікації на корпоративному інформаційному порталі та в засобах масової інформації; розробка веб-сторінки ТОВ "ОРАКЛ ГРУП", буклетів, методичного матеріалу; участь у науково-практичних конференціях);
- планування діяльності (розробка мережевого графіка, що передбачає три етапи впровадження СМЯ: підготовчий, робочий, сертифікаційний) тощо.

Застосування та адаптація принципів управління якістю, що відображають ідеологію міжнародних стандартів, дозволять ТОВ "ОРАКЛ ГРУП": модернізувати систему управління якістю продукції; мінімізувати ризики при досягненні поставленої мети; підвищити ефективність існуючих бізнес-процесів; оптимізувати витрати; розвивати корпоративну культуру та відповідальність кожного працівника; розширювати інноваційну діяльність ТОВ "ОРАКЛ ГРУП" тощо.

Таким чином, в ТОВ "ОРАКЛ ГРУП" створено умови для впровадження та успішного функціонування СМЯ, системи екологічного менеджменту та системи менеджменту в галузі професійної безпеки та охорони праці; ведуться роботи з розширення

меж СМЯ та поширення її на основну сферу діяльності. Виконуються роботи щодо впровадження системи енергоменеджменту відповідно до корпоративних вимог; опрацьовується питання інтеграції СМЯ та інші заходи.

*Науковий керівник: О.М. Литвиненко, кандидат економічних наук,
доцент*

К.Р. Пільгун

Університет імені Альфреда Нобеля. Дніпро, Україні.

АДМІНІСТРАТИВНІ МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Адміністративні методи та інструменти управління організацією є важливим елементом будь-якого ефективного управління. Однак, перед тим як перейти до детального аналізу цих методів та інструментів, слід зрозуміти, що саме розуміється під терміном "адміністративне управління".

Адміністративне управління є процесом планування, організації, координації та контролю діяльності організації з метою досягнення поставлених цілей. Цей процес здійснюється шляхом застосування різних методів та інструментів, які включають в себе управлінські функції, такі як планування, організація, керування та контроль.

Одним із основних методів адміністративного управління є планування. Планування є процесом формулювання цілей, стратегій та дій, необхідних для досягнення цілей організації. При цьому важливо враховувати фактори, що впливають на успішність організації, такі як економічна ситуація, технологічні новації, конкуренція на ринку та інші.

Ще одним важливим методом адміністративного управління є організація. Організація полягає у створенні структури організації, визначенні ролей та обов'язків співробітників, а також встановленні комунікаційних ланок. Важливим аспектом організації є забезпечення ефективної співпраці між співробітниками та підвищення ефективності процесів взаємодії між ними.

Об'єкт дослідження – Особливості розвитку сучасних технологій менеджменту в Україні.

Предмет – способи використання адміністративних методів та інструментів управління організацією.

Мета роботи: дослідити основні аспекти використання адміністративних методів та інструментів управління організацією.

Адміністративні методи та інструменти управління організацією є досить різноманітними. Однак, нижче наведено таблицю, що коротко описує деякі з них:

Таблиця 1.1

Аналіз основних адміністративних методів управління організацією

Метод/Інструмент	Опис
Планування	Визначення мети, стратегії та дій для досягнення поставлених цілей
Організація	Розподіл завдань та встановлення відповідальності між співробітниками
Керівництво	Керівництво діяльністю співробітників та забезпечення виконання поставлених цілей
Контроль	Систематична оцінка діяльності організації та прийняття заходів для досягнення кращих результатів
Мотивація	Створення стимулів для досягнення найкращих результатів та підвищення мотивації співробітників
Комунікація	Обмін інформацією між співробітниками та забезпечення ефективної взаємодії між ними
Інновації	Розвиток нових ідей та методів для поліпшення діяльності організації
Логістика	Оптимізація процесів постачання, зберігання та доставки продукції
Інформаційні технології	Використання сучасних програм та систем для автоматизації діяльності та підвищення ефективності роботи

Керування є також важливим методом адміністративного управління. Цей метод полягає в контролі діяльності організації, відстеженні виконання поставлених завдань та вжитті необхідних заходів щодо досягнення поставлених цілей. Керування також включає в себе розподіл ресурсів та планування витрат.

Контроль є останнім методом адміністративного управління. Цей метод передбачає оцінку результатів діяльності організації та вжиття необхідних заходів щодо покращення ефективності та досягнення поставлених цілей. Контроль допомагає виявляти помилки та неточності, які можуть виникати в процесі роботи, та вживати необхідних заходів для їх усунення.

Інструменти адміністративного управління включають в себе різноманітні методи та технології, які використовуються для покращення ефективності діяльності організації. Серед них можна

виділити інформаційні системи, процеси автоматизації, системи управління якістю, маркетингові дослідження та інші.

Отже, адміністративні методи та інструменти управління є невід'ємною частиною будь-якої організації. Використання цих методів та інструментів допомагає забезпечити ефективне управління та досягнення поставлених цілей. Важливо враховувати специфіку організації та її особливості під час вибору та використання різних методів та інструментів управління для досягнення оптимального результату. Крім того, необхідно враховувати вплив змін в зовнішньому середовищі на діяльність організації та вчасно вносити корективи в управління.

У світі постійно зростає конкуренція, тому ефективне використання адміністративних методів та інструментів управління є ключовим для досягнення успіху організації. Таким чином, керівники організацій повинні мати достатні знання та навички в цій сфері, щоб забезпечити ефективне управління та досягнення поставлених цілей.

Щоб покращити ефективність використання адміністративних методів та інструментів управління, організації можуть використовувати різні способи удосконалення своєї системи управління. Ось деякі з них:

1. Аналіз та оцінка ефективності: важливо регулярно аналізувати та оцінювати ефективність використання адміністративних методів та інструментів управління. Це дозволяє вчасно виявляти проблеми та вдосконалювати систему управління.

2. Впровадження інновацій: впровадження нових інноваційних методів та інструментів може покращити ефективність управління та допомогти організації пристосуватися до нових ринкових умов.

3. Підвищення кваліфікації персоналу: навчання та підвищення кваліфікації персоналу допоможе забезпечити ефективне використання адміністративних методів та інструментів управління, а також створить сприятливе середовище для інновацій та творчості.

4. Встановлення метрик та показників: встановлення метрик та показників дозволяє вимірювати ефективність використання адміністративних методів та інструментів управління та вчасно виявляти проблеми.

5. Співпраця з експертами: співпраця з експертами та консультантами може допомогти організації знайти нові підходи та інструменти управління, які покращать її ефективність та конкурентоспроможність на ринку.

Отже, застосування адміністративних методів та інструментів управління може забезпечити ефективну організацію роботи та досягнення стратегічних цілей. Однак, для досягнення максимальної ефективності, необхідно постійно вдосконалювати свою систему управління та використовувати нові методи та інструменти, які забезпечать конкурентоспроможність на ринку.

Отже, адміністративні методи та інструменти управління є важливими для ефективної організації роботи та досягнення стратегічних цілей. Вони забезпечують систематичний підхід до управління, допомагають забезпечити стійкий розвиток організації та збільшити її конкурентоспроможність.

Отже, використання адміністративних методів та інструментів управління є ключовим для досягнення успіху та стійкого розвитку організації, а постійне вдосконалення системи управління дозволить збільшити її ефективність та конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел

1. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник / Н. Я. Михаліцька, М. Р. Верескля, В. С. Михаліцький. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 320 с.
2. Балабанова Л. В. Сардак О. В. Управління персоналом. К.: Центр учб. л-ри, 2011. 468 с.
3. Бородіна О. А. Адміністративний менеджмент : [Навч. посіб.] / О. А. Бородіна, Я. О. Ходова; за заг. ред. О. А. Бородіна. – Маріуполь : ПДТУ, 2015. – 84 с.
4. Дунда С.П., Побережна М.П. Адміністративний менеджмент: Конспект лекцій для студ. напр. 6.030601 «Менеджмент» денної та заочн. форм навч. – К.: НУХТ, 2013. – 122 с.
5. Основи адміністративного менеджменту: навч. посіб. / В.Д. Бакуменко, Л.М. Усаченко, В.І. Тимцуник, О.В. Червякова. – К.: ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2013. – 148 с.

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

Ж.В. Піскова
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ДО ПИТАННЯ СТРУКТУРИЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ

При побудові бізнес-моделі організації як мікрологістичної системи бажано враховувати структуру логістичних витрат. Розглядаючи сукупність всіх необхідних товарно-матеріальних цінностей (матеріальних ресурсів) у вигляді матеріальних потоків, ми стикаємось з витратами на транспортування матеріальних ресурсів. Адже саме рух, динамічний стан матеріальних ресурсів перетворює їх у матеріальні потоки і постійно супроводжується транспортними витратами. Можна стверджувати, що у загальному складі логістичних витрат велику питому вагу займають саме транспортні витрати.

У працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених докладно розкривається сутність логістичних витрат, їх класифікація, що

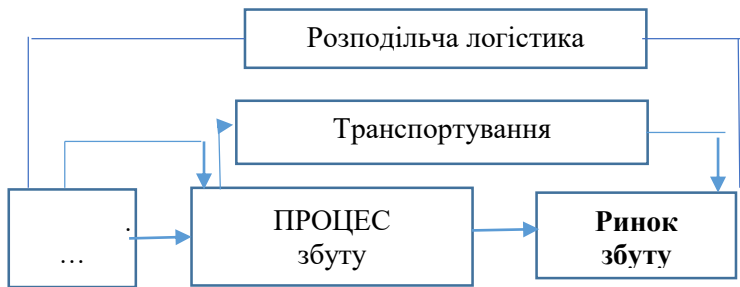
розглянуто у статті М.В. Рета [1], Т.А. Репіч, Д.М. Карась [2]. Також зазначаються різновиди логістики: логістика закупівель (procurement logistics); логістика запасів (spares logistics); виробнича логістика (logistics in production); розподільча логістика (distributional logistics); складська логістика (warehouse logistics); транспортна логістика (transport logistics) [1]. Проте окремі питання структуризації логістичних витрат за різновидами логістики залишаються недостатньо дослідженими. Беручи за основу вищенаведену інформацію, розглянемо транспортні витрати, які з'являються у кожному різновиді логістики бізнес-процесу організації.



На етапі забезпечення організації матеріальними ресурсами (закупівельна логістика) і формуванні матеріальних потоків, які потрібні у виробничому процесі, можуть виникати такі види транспортних витрат: затрати на заготівлю запасів, оплата тарифів (фрахту) за вантажно-розвантажувальні роботи і транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання, включаючи витрати зі страхування ризиків транспортування запасів.



На етапі використання матеріальних ресурсів у виробничому процесі (виробнича логістика) і перетворенні їх у готову продукцію, формуванні матеріальних потоків, які потрібні у процесі збуту, можуть виникати такі види транспортних витрат: затрати, пов'язані з вантажно-розвантажувальними роботами і транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх зберігання.



На етапі розподілу (збуту) матеріальних потоків готової продукції (розподільча логістика) можуть виникати такі види транспортних витрат: витрати на внутрішньозаводське переміщення, витрати на доставку покупцю, витрати на утримання водіїв, амортизація рухомого складу, витрати на утримання виробничо-технічної бази різних видів транспорту, витрати на страхування вантажу тощо.

Отже, усі види транспортних витрат матеріальних ресурсів, які можуть виникати в мікрологістичній системі організації можна групувати за різновидами логістики. Це дасть змогу топменеджменту організації ефективно управляти логістичними витратами і витратами підприємства загалом.

Список використаних джерел

1. Рета М.В. Логістичні витрати: визначення, класифікація та облік. Бізнес Інформ. 2012. № 8. С. 155–158.
2. Репіч Т.А., Карась Д.М. Шляхи мінімізації витрат на логістичну діяльність підприємства. Ефективна економіка. 2016. URL: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-konomika&s=ua&z=5319>

Д.В. Рудік

Вища Школа Бізнесу в Домброві Гурничий, Польща

СУТНІСТЬ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ефективність є відносною величиною, яку не можна виразити кількісно. Результативність є абсолютною величиною, яку можна виразити таким чином. Ці два поняття взаємопов'язані, оскільки будь-яка діяльність, будь-які дії рано чи пізно призведуть до результату. Роль управління в ринковій економіці зростає, хоча потреба у ефективному управлінні існувала завжди і буде існувати. Отримавши певну економічну свободу, яка дозволяє розпоряджатися грошима як ресурсом, несучи відповідальність за результати діяльності, виникає потреба управління. Для підприємства і підприємця виділяти кошти та ресурси для ефективного управління буде недостатньо, адже важливо

зрозуміти, наскільки управління дає перевагу в стратегічному плані для того, щоб існувати як конкурентоздатна організація. Завдяки ефективному управлінню, підприємство буде доводити свою значимість та корисність на ринку, з урахуванням того, що конкуренція досить суворая річ - управління допоможе підприємцям дбати про ефективне ведення своєї діяльності.

Ефективність управління як характеристика результативності діяльності управляючої системи відображається у різноманітних показниках об'єкта управління та суб'єкта управління, які мають як кількісні, так і якісні характеристики. Крім ефективності також дуже важливим є показник надійності системи управління, який визначається у процесі діяльності та гарантує досягнення поставленої мети.

Існують також керівні функції, виокремлюють 4 основні:

- Планування
- Мотивація
- Організація
- Контроль

Ці 4 функції можуть бути задіяні як щодо самої діяльності підприємства або організації, так і до ресурсів, які вони використовують.

Ефективність управління підприємством як дисципліна вимагає особливого підходу до ситуації та мобілізації всіх необхідних для цього ресурсів, включаючи людські ресурси. Ефективність управління - це показник, який відображає його внесок у результат діяльності організації. Ефективність можна порівняти з попереднім станом компанії, це означає, що якщо ми порівняємо те, що було і те, що стало, то з цього можна визначити, наскільки ефективним було управління. Звичайно, це більше відображає результативність, тобто ведучи діяльність, ми отримуємо результат, проте сам процес, шлях від та до, скільки та які ресурси були використані, як ефективно вони були використані - це і є ефективність.

Ефективне управління підприємством є багатоплановим процесом, який включає в себе цілі та завдання, ресурси та засоби. У деяких випадках процеси, які можуть впливати на ефективність управління, можуть виникати як в середині, так і за межами підприємства. Теорія управління допомагає в цьому питанні, оскільки існує безліч факторів, які можуть впливати на ефективність управління прямо або опосередковано.

Особлива увага в управлінні повинна приділятися інноваційному підходу. Переосмислення та нестандартне мислення можуть бути ключем до вирішення завдань та досягнення цілей. Для впровадження управлінських інновацій використовується метод діагностики, експерименти, збір інформації з допомогою опитувань та спостережень. Як вже зазначалося, перед тим, як здійснити будь-яку дію, необхідно поставити ціль і вже після цього діяти. Завдяки

менеджменту можна підвищити продуктивність праці людських ресурсів, а менеджер повинен використовувати свої знання та навички для досягнення цілей підприємства (включаючи економічні).

Одним з найважливіших питань, з якими доводиться стикатися управлінським органам, є вибір методів для вирішення поставлених завдань та забезпечення ефективної управлінської діяльності. На цьому етапі можна побачити, наскільки компетентна людина в управлінні та скільки користі він принесе. Ефективне управління явище, яке необхідне для досягнення позитивного результату, а людина або група людей, які роблять його таким, є незамінними. Раніше, ніж шукати та вибирати підхід чи метод для вирішення задач та досягнення цілі, необхідно спочатку поставити ціль та скласти план. Сам план-як інструкція, керуючись якою можна зібрати всі деталі в один механізм. Визначившись зі «стартом», можна говорити про вибір методів як інструменту.

Сутність ефективності управління полягає у досягненні максимальних результатів за мінімальних витрат. Ефективне управління підприємством забезпечує оптимальне використання ресурсів та управління ризиками, що дозволяє забезпечити прибуток та стійкість розвитку підприємства в довгостроковій перспективі.

Основні принципи ефективного управління підприємством включають:

- Цілеспрямованість.
Управління повинно бути спрямоване на досягнення конкретних цілей та результатів.
- Оптимальне використання ресурсів.
Управління повинно забезпечувати оптимальне використання ресурсів (людських, матеріальних, фінансових та ін.) з максимальною ефективністю.
- Проактивність.
Управління повинно оперативно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища та приймати відповідні заходи.
- Інноваційність.
Управління повинно постійно шукати нові підходи та рішення для покращення результативності діяльності підприємства.
- Орієнтація на результат.
Управління повинно визначати чіткі критерії результативності та відстежувати їх досягнення.
- Ризик-менеджмент.
Управління повинно ретельно аналізувати ризики та приймати необхідні заходи для їх зменшення або уникнення.

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

ПОБУДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМУНІКАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АНАЛІЗ КРАЩИХ ПРАКТИК ТА РЕКОМЕНДАЦІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

У добу новітніх технологій вже не так просто приховувати “темну сторону” компанії. Споживачі менше довіряють підприємствам, які не активні в Інтернет просторі. Але ті, хто все-таки використовують соціальні мережі, знаходяться під постійним наглядом потенційних клієнтів, що змушує бути етичними та уважно слідкувати за діями людей, відповідальних за ці процеси.

Тож як соціальні мережі впливають на репутацію підприємства? Нині люди часто обговорюють продукти та послуги саме у соціальних мережах. Це означає, що будь-який негативний відгук може швидко розповсюдитися та стати суспільною думкою про підприємство. У результаті цього може зменшитися довіра споживачів до компанії та, відповідно, її прибуток.

Однак соціальні мережі також можуть бути корисним інструментом для підтримки репутації компанії. Наприклад, можна використовувати соціальні мережі для створення позитивного іміджу: спілкуватися з клієнтами та відповідати на їх запитання, відгуки. Крім того, соціальні мережі можна успішно використовувати для реклами продуктів і послуг підприємства.

Ось кілька рекомендацій для підтримки репутації підприємства в соціальних мережах.

Регулярне створення контенту, який буде цікавий та корисний для цільової аудиторії. Це покаже компанію як сучасну команду, яка є на одному рівні зі споживачами.

Залучення впливових осіб та колаборації з ними. Споживачі довіряють їхнім рекомендаціям, тому залучення їх до просування продуктів та послуг може бути дуже ефективним. Але будьте обережні з вибором інфлюенсерів. Для початку потрібно дослідити їх репутацію і чи не суперечать вони філософії вашої компанії.

Використання інтерактивного контенту. Це можуть бути відео-тури підприємством, огляд новинок, а інтерактивний контент - тести, голосування, конкурси тощо. Споживачі будуть більше довіряти компанії, а інтерактивна взаємодія дасть відчуття впливовості.

Але всі ці рекомендації підходять до молодшої цільової аудиторії, яка знається на трендах і з Інтернетом на “ти”. А от що робити підприємству з більш старшими споживачами?

Старші люди можуть бути консервативнішими відносно нових технологій, але не зважаючи на це, вони також є активними користувачами соціальних мереж. Тож важливо обрати платформи, які

вони вже знають та використовують регулярно, такі як Facebook, YouTube. Також необхідно дослідити, який контент та який тип повідомлень для них зручніші. Наприклад, можливо, що в цій віковій групі більш популярні друковані листівки та брошури, ніж електронні листи.

Спростуйте. Використовуйте зрозумілу мову та простий дизайн, щоб зробити ваш контент доступнішим. Забезпечте зручний доступ до контактної інформації.

Створюйте відео контент, адже багато старших людей віддають перевагу йому, оскільки він може бути більш зручним, зрозумілим та цікавим. При цьому не забувайте про загальну доступність: для людей з вадами зору - озвучування, для людей з вадами слуху - субтитри.

Створюйте вміст, який відповідає інтересам та потребам вашої цільової аудиторії. Наприклад, вони можуть бути зацікавлені у спеціальних пропозиціях для старших людей, акціях і знижках.

У цілому, застосування соціальних мереж для підтримки репутації підприємства - це важливий елемент сучасної бізнес-стратегії. З правильним підходом та використанням усіх інструментів, соціальні мережі можуть допомогти підприємствам привернути нових клієнтів та збільшити лояльність поточних. Але також необхідно бути готовими до ризиків та негативного впливу соціальних мереж на репутацію підприємства та вчасно реагувати на них, щоб уникнути серйозних наслідків.

***Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент***

М.О. Сокол
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ВІД ЧОГО ЗАЛЕЖИТЬ ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ?

Людський фактор є однією з ключових складових ефективного управління організацією, оскільки успіх бізнесу залежить від ефективності діяльності персоналу. Роль керівника полягає у створенні сприятливого середовища для розвитку та самореалізації співробітників, формуванні корпоративної культури та мотивації персоналу до досягнення поставлених цілей. Крім того, ефективна комунікація між керівництвом та персоналом є необхідною умовою успішного управління організацією.

Мета написання тез на тему полягає в систематизації та узагальненні знань та досвіду з управління організацією, а також у висвітленні ключових чинників, які впливають на ефективність управління. Тези допоможуть чітко визначити та структурувати головні

проблеми, що виникають у процесі управління, та надати рекомендації для їх подолання. Такий підхід дозволить глибше розуміти принципи ефективного управління та використовувати їх для досягнення успіху в управлінні організацією.

Керівник є ключовою фігурою в ефективному управлінні організацією, оскільки від його знань, досвіду та керівництва залежить успішність бізнесу. Крім того, керівник повинен мати лідерські якості, знати, як мотивувати свою команду до досягнення поставлених цілей та вміти ефективно комунікувати зі своїми підлеглими. Комунікація між співробітниками та відділами є важливим фактором в ефективному управлінні організацією. Для цього необхідно забезпечити якісну взаємодію між всіма структурними підрозділами та членами команди. Важливо також вміти налагоджувати діалог зі стейкхолдерами, що дозволить організації успішно розвиватись та розширюватись.

Мотивація персоналу є ключовою умовою успішного управління організацією. Керівництво повинно створити сприятливі умови для працівників, щоб вони були мотивовані працювати на максимум своїх можливостей. Надання можливості для розвитку та зростання, організація корпоративних заходів та ініціатив дозволить зберегти високу мотивацію працівників та покращити ефективність управління організацією.

Ефективність управління організацією залежить від структури та організаційної культури. Організація повинна мати чітку структуру, щоб кожен співробітник знав свої обов'язки та відповідальність. Крім того, важливо встановити ефективну організаційну культуру, яка буде сприяти розвитку співробітників та досягненню спільних цілей.

Засоби контролю та відстеження результатів діяльності є важливим елементом системи управління. Організація повинна мати механізми для вимірювання результативності своєї діяльності та контролю за дотриманням встановлених стандартів та процедур. Аналіз ефективності та постійне вдосконалення системи управління є необхідним для досягнення успіху. Організація повинна постійно аналізувати свою діяльність та систему управління, шукати шляхи для їх вдосконалення та адаптації до змін в середовищі.

Система контролю та відстеження результатів є важливою складовою ефективного управління організацією. Вона дозволяє вчасно виявляти проблемні місця та неефективні процеси та приймати відповідні рішення щодо їх усунення. Ефективна система контролю має бути гнучкою та пристосованою до специфіки діяльності організації. Аналіз ефективності є необхідним етапом у системі управління. Він дозволяє оцінити результативність діяльності організації, ідентифікувати недоліки та можливості для поліпшення. Аналіз ефективності повинен бути проводитись регулярно, систематично та комплексно з урахуванням всіх аспектів діяльності організації.

Постійне вдосконалення системи управління є ключовим елементом ефективного управління організацією. Необхідно постійно аналізувати результати діяльності, вносити зміни та поліпшення в систему управління з метою забезпечення її ефективності та відповідності потребам організації.

Економічний аспект управління, включаючи фінансовий стан організації, ефективне використання ресурсів, керування ризиками та прибутковість діяльності.

Фінансовий стан організації є важливим чинником для ефективного управління, оскільки дозволяє забезпечити фінансову стабільність та розвиток компанії. Для досягнення цієї мети необхідно забезпечити ефективне фінансове планування, бюджетування та контроль за використанням коштів.

Ефективне використання ресурсів передбачає максимальне використання наявних матеріальних та нематеріальних активів організації. Для цього необхідно забезпечити оптимальний рівень запасів, раціонально розподіляти ресурси та ефективно використовувати технічні засоби.

Керування ризиками є важливим елементом управління, оскільки дозволяє зменшити вплив можливих ризиків та забезпечити стабільність діяльності. Для цього необхідно проводити аналіз ризиків та приймати заходи щодо їх зменшення, а також розробляти плани надзвичайних ситуацій. Прибутковість діяльності є показником ефективності управління організацією та дозволяє оцінити, наскільки успішною є діяльність компанії. Для забезпечення прибутковості необхідно забезпечити ефективне управління витратами, підвищувати якість продукції та послуг та шукати нові ринки збуту.

Ефективне використання ресурсів організації є одним з ключових факторів її успіху. Управління ресурсами організації повинно бути зосереджене на забезпеченні оптимального використання доступних ресурсів, таких як фінанси, матеріали, технічне обладнання та людські ресурси.

Керування ризиками є ще одним аспектом ефективного управління організацією. Це означає виявлення та оцінку ризиків, які можуть вплинути на діяльність організації, та прийняття заходів для зменшення або управління цими ризиками. Успішне керування ризиками може допомогти збільшити стійкість організації та забезпечити її стабільний розвиток. Прибутковість діяльності є основним показником успішності організації. Ефективне управління організацією повинно спрямовуватися на досягнення стійкої та стабільної прибутковості. Для цього необхідно забезпечувати високу якість продукції або послуг, залучати нових клієнтів, оптимізувати витрати та ефективно використовувати ресурси організації.

Основними компонентами ефективного управління організацією є людський фактор, система управління та економічний

аспект. Люди, які працюють у організації, включаючи керівника, є ключовими факторами успіху. Комунікація та мотивація персоналу є важливими елементами ефективного управління організацією, які можуть сприяти забезпеченню високої продуктивності та задоволеності працівників.

Система управління повинна бути структурованою, з визначеними ролями та відповідальністю, щоб забезпечити ефективну координацію та взаємодію між різними функціональними групами в організації. Важливо також мати систему контролю та відстеження результатів, щоб забезпечити стеження за продуктивністю та постійно вдосконалювати систему управління.

Економічний аспект управління пов'язаний з фінансовим станом організації, ефективним використанням ресурсів та керуванням ризиками. Керівництво повинно бути зосереджене на забезпеченні прибутковості діяльності, щоб забезпечити стабільний розвиток організації.

Отже, ефективне управління організацією полягає в тому, щоб балансувати людські, структурні та економічні фактори. Компанії, які розуміють і враховують ці компоненти, можуть досягати успіху та стабільного розвитку в довгостроковій перспективі.

А ефективність управління організацією залежить, зокрема від розуміння ролі людського фактора в успіху організації, розробки ефективної системи управління та забезпечення її постійного вдосконалення, а також від управління економічними аспектами організації, зокрема фінансовим станом, ефективним використанням ресурсів та керуванням ризиками. Не менш важливою є спроможність керівників до комунікації та мотивації персоналу, створення структури та організаційної культури, які сприяють розвитку компетенцій працівників та забезпечують високий рівень відповідальності та професіоналізму в організації. Таким чином, ефективність управління організацією залежить від комплексу чинників, які потребують постійного вдосконалення та адаптації до змін у середовищі.

Науковий керівник Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

М.О. Стадник
Вища Школа Бізнесу в Домброві Гурничий, Польща

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПРОЄКТУВАННЯ

Організаційне проектування - це комплексний підхід до розробки та поліпшення структури, процесів, культури та стратегії організації, з метою підвищення її ефективності та адаптивності до

мінливих умов зовнішнього середовища.

Організаційне проектування є ключовим елементом в управлінні організацією, який допомагає їй досягати своїх цілей та адаптуватися до змін довкілля. Цей процес включає в себе аналіз та оцінку поточної організаційної структури, виявлення проблем та вузьких місць, розробку та впровадження нових стратегій та практик, а також оцінку результатів та коригування процесу.

Організаційне проектування може бути застосовано у різних галузях, таких як бізнес, державне управління, охорона здоров'я, освіта та інші. При цьому важливо враховувати специфіку кожної організації та її цілей, щоб розробити індивідуальну стратегію та підхід до організаційного проектування.

Ключові аспекти, які мають бути враховані при організаційному проектуванні, включають:

- Аналіз бізнес-процесів та організаційної структури;
- Визначення потреб та очікувань клієнтів та партнерів;
- Вироблення стратегії та цілей організації;
- Розробку оптимальної організаційної структури;
- Оптимізацію процесів та процедур;
- Створення та розвиток корпоративної культури та цінностей;
- Управління змінами та адаптація до нових умов.

В цілому, організаційне проектування є важливим інструментом для сучасних організацій, що дозволяє їм ефективно адаптуватися до зовнішнього середовища, що швидко змінюється, і досягати поставлених цілей.

Одним із важливих аспектів організаційного проектування є облік технологічних змін та нових тенденцій у бізнесі. Сучасні організації повинні постійно вдосконалювати свої бізнес-моделі та інноваційні практики, щоб утримувати конкурентні переваги та ефективно використовувати нові технології.

Наступним аспектом організаційного проектування є управління змінами. При впровадженні нових стратегій та зміні організаційної структури може виникнути опір з боку персоналу та інших заінтересованих сторін. Тому важливо враховувати потреби та очікування всіх зацікавлених сторін та проводити необхідну комунікацію та навчання, щоб забезпечити розуміння та підтримку змін.

Крім того, що при організаційному проектуванні важливо враховувати різні фактори, що впливають на ефективність організації, такі як культура та клімат організації, мотивація персоналу, стиль управління. Таким чином, організаційне проектування є комплексним процесом, який потребує аналітичних, концептуальних та практичних навичок для досягнення бажаних результатів.

Щоб максимально використовувати ефективність

організаційного проектування необхідно враховувати деякі принципи.

1. Процес організаційного проектування має бути спрямований на досягнення цілей та стратегії організації. Кожен елемент організаційної структури, процесу чи системи має бути націлений підтримку цілей і стратегії компанії.

2. Організаційне проектування має бути засноване на аналізі даних та фактів. Це означає, що необхідно проводити аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища організації, щоб розуміти її сильні та слабкі сторони, конкурентне середовище та ринок. Тільки на основі аналізу можна визначити оптимальну структуру та процеси організації.

3. Організаційне проектування має враховувати потреби та очікування всіх заінтересованих сторін. Це означає, що необхідно проводити консультації з персоналом, партнерами та клієнтами, щоб розуміти їхні потреби та очікування та враховувати їх у процесі проектування.

4. Організаційне проектування має бути орієнтоване на досягнення оптимальної ефективності та гнучкості. Це означає, що організаційна структура та процеси повинні бути влаштовані таким чином, щоб вони були ефективними, гнучкими та адаптивними до умов, що змінюються.

5. Організаційне проектування має бути засноване на кращих практиках та інноваціях. Компанії повинні стежити за останніми тенденціями та інноваціями в галузі організаційного проектування та застосовувати їх у своїй роботі для досягнення максимальної ефективності.

У результаті організаційне проектування є ключовим чинником успіху будь-якої організації. Компанії, які зможуть розробити оптимальну структуру та процеси, адаптивні до умов, що змінюються, можуть досягти максимальної ефективності та виживання в довгостроковій перспективі.

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

Б.Р. Феденко
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМНИХ РІШЕНЬ

Вибір та впровадження ефективних програмних рішень для оптимізації управлінського процесу на підприємстві залежить від чіткого розуміння існуючих процесів та їх взаємодії.

Слід виділити особливості виробничого процесу та комунікації. Чітке розуміння етапів виробничого процесу та типів комунікацій дозволить визначити характерні риси та сформулювати ряд вимог до програмного забезпечення [1].

Ефективна робота підприємства залежить від чітко налагоджених процесів з комунікації між відділами підприємства, роботі з документами, створенні планів, управлінні та контролю їх виконання. З метою вирішення зазначених питань, для менеджменту існує велика кількість спеціалізованих програмних рішень, котрі дозволяють значно спростити, оптимізувати і автоматизувати виробничі процеси.

Серед існуючих програмних рішень, котрі будуть ефективними на підприємстві варто виділити: інтегроване програмне забезпечення для планування та управління виробництвом, програмне забезпечення для автоматизації процесів, програмне забезпечення для моніторингу та контролю виробництва, програмне забезпечення для зберігання та обміну даними, програмне забезпечення для внутрішньої, зовнішньої та клієнтської комунікації.

Створення списку варіантів програмних рішень повинно базуватися на наступних критеріях: функціональність, сумісність з існуючими програмними рішеннями (системами) на підприємстві, здатність до масштабування, надійність та безпека, підтримка, вартість та ROI, репутація розробника, досвід використання на інших підприємствах, поріг входу для співробітників. Перелік наведених критеріїв може змінюватися залежно від особливостей конкретного підприємства.

Шляхи для впровадження програмних рішень залежать від конкретної ситуації, особливостей та потреб підприємства. Етап впровадження повинен бути детально та чітко спланований, а також враховувати всі ймовірні складнощі та ризики. Слід зазначити, що підприємство повинно мати достатньо ресурсів (часу, коштів, персоналу), щоб здійснити успішне впровадження програмного рішення.

До загальних кроків для прийняття рішення щодо впровадження певного програмного продукту на підприємстві можна віднести наступне:

- аналіз вимог і вибір ефективного програмного рішення;
- підготовка до впровадження: встановлення та налаштування програмного рішення, тестування та налаштування;
- навчання персоналу;
- моніторинг та оцінка ефективності програмних рішень [2].

Виконання означених заходів з впровадження програмного рішення на підприємстві дозволить налагодити управлінські процеси та підвищити ефективність менеджменту. Отже, програмні рішення у сучасному виробництві ефективно оптимізують виробничі процеси та

комунікації на всіх рівнях, забезпечуючи конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел

1. Новаківський І.І. Вплив процесів інформатизації на організаційну структуру підприємств/ І.І. Новаківський/ Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів, 2005. – № 425. – С. 285–286.
2. Янчук Т. В. Алгоритм впровадження інформаційних технологій в сучасний бізнес / Т. В. Янчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Випуск 5. Частина 3. – С. 128–130.

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

СЕКЦІЯ 2. ЕФЕКТИВНИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

А.В. Бондаренко

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро

МІСЦЕ ТА РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

У сучасному світі маркетинг є ключовою функцією для більшості компаній, незалежно від їх розміру та галузі діяльності. Маркетингові стратегії допомагають менеджменту розуміти потреби та бажання своїх клієнтів, визначати свої конкурентні переваги та розвивати ефективну стратегію продажу товарів та послуг. Використання ефективних маркетингових стратегій може допомогти організації збільшити обсяги продажів, залучити нових клієнтів та зберегти існуючих, збільшити свою ринкову частку та покращити своє фінансове становище.

Крім того, маркетингові стратегії можуть допомогти організації покращити спілкування зі своїми клієнтами та відповідати на їхні потреби та бажання. Це може підвищити задоволеність клієнтів та зменшити кількість відмов від товару чи послуги, що позитивно вплине на репутацію організації.

З точки зору підвищення конкурентоспроможності підприємства, на нашу думку, можна виділити наступні різновиди стратегій: залежно від конкурентних переваг, конкурентного становища фірми та її конкурентів, конкурентоспроможності фірми та привабливості ринку (рис. 1).



Рис. 1. Основні види маркетингових стратегій [1, с.139].

Слід зазначити, що на практиці підприємство може одночасно реалізовувати кілька стратегій. Особливо це поширено у багатогалузевих компаніях.

Маркетингова стратегія визначає основні напрями виробничо-господарської діяльності та збуту на поточний та перспективний періоди, структурує та впорядковує діяльність, фокусує увагу на основних сегментах ринку, синхронізує виробничі та маркетингові плани, що формує поведінку керівників та працівників підприємств та структурних підрозділів організації, дозволяє ефективно розподіляти матеріально-технічні ресурси. Основні етапи розробки ефективної маркетингової стратегії, представлені на рис. 2.

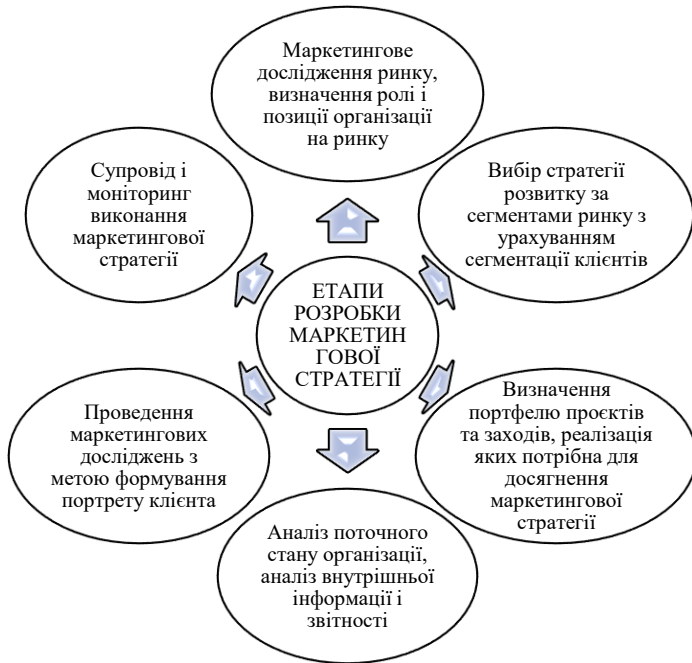


Рис. 2. Етапи розробки ефективної маркетингової стратегії в управлінні організацією [2, с.126].

Важливим є те, що застосування ефективної маркетингової стратегії дозволяє отримати наступні результати:

- зміцнення ринкових позицій;
- зростання частки ринку та збільшення рівня продажів;
- завоювання нових сегментів ринку, зростання кількості лояльних споживачів;
- вихід на нові ринки та розширення географічних меж продажу;
- успішне виведення на ринок нових товарів та послуг [3].

Отже, використання ефективних маркетингових стратегій є дуже важливим для успішного управління організацією на сьогодні, оскільки дозволяє досягати позитивних результатів у забезпеченні

конкурентоспроможності на ринку. Так, використання ефективних маркетингових стратегій дозволяє організаціям залучати нових клієнтів, зберігати існуючих та збільшувати обсяги продажів. Це можливо завдяки правильному визначенню потреб та бажань споживачів, створенню ефективної комунікації з клієнтами та використанню маркетингових інструментів, що дозволяють збільшити ефективність реклами та просування товарів та послуг.

Крім того, ефективні маркетингові стратегії дозволяють організаціям підтримувати конкурентну перевагу на ринку, визначати та використовувати свої сильні сторони, що допомагає їм досягати успіху та стабільності на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. *Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національний авіаційний університет*. 2020. № 2 (76). С. 137–145.

2. Войтович Н., Терещук О. Особливості маркетингової стратегії в умовах цифрової трансформації. *Соціальна економіка*. 2021. №62. С. 122–129. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2021-62-11>.

3. Morgan N. A., Whitley K. A., Feng H., Chari S. Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>.

**Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор**

В.В. Волочієнко
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “СВІТ СКЛА”

Зовнішнє середовище є джерелом, яке забезпечує організацію ресурсами, створюючи можливості для виживання. Аналіз даної галузі дозволяє оцінити середовище та виявити проблеми для своєчасного їх вирішення.

Найбільш поширені методи аналізу зовнішнього середовища:

– PEST – метою аналізу є виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, що впливають на діяльність компанії;

– «5x5» – п’ять факторів визначаються для кожних п’яти балів на основі інформації, зібраної про зовнішнє середовище та прогнозів майбутніх умов;

– матриця «імовірність посилення фактора – вплив фактора на підприємство» – для визначення найбільш впливових факторів;

– SWOT – визначає сильні та слабкі сторони, можливості та загрози [1, с. 50-55].

У своєму дослідженні я аналізувала ТОВ “Світ скла”.

Після проведення аналізу можна зробити висновок, що ТОВ “Світ скла” використовує свої сильні сторони для реалізації стратегії. Найближчим часом підприємство планує впровадити систему самообслуговування, систему з дистанційного навчання персоналу. Також компанія проведе сертифікацію відповідності міжнародним стандартам. Спостерігається ріст лояльності співробітників до бренда, відбувається мінімізація відтоку персоналу. По багатьом стратегічним позиціям компанія одержала якісну оцінку "Нейтральна".

Таким чином, з метою зниження ризиків компанії доцільно впровадити наступні заходи: на рівні регіональних управлінь розробити план компенсаційних заходів для виконання бюджету, який передбачає можливі недоотримання доходів. Стан контрактів цих проектів контролюється щотижня. Акцент робиться на збільшенні обсягів продажу послуг зв'язку для отримання доходу мешканців. Це дозволяє підприємству пропонувати більше планів інсталяції, застосовувати вищі ставки комісійних постачальників і місцевим філіям ініціювати рекламні ставки для стимулювання продажів.

За результатами аналізу можна сказати, що компанія розвивається у правильному напрямку і має хороші шанси стати лідером у майбутньому. Це можливо, і підприємство має непогані шанси зі своїм потенціалом і можливостями.

Якщо враховувати те, що ТОВ “Світ скла” конкурує з фірмами зв'язку не тільки у своєму регіоні, то цілком ймовірно, що підприємство може вийти за рамки регіону й заявити про себе, тому що всі передумови для цього є. Досягти цього можна через об'єднання підприємств, але вже не на рівні регіонів, а на рівні округів. Тому, слід відмітити, що підприємство з багаторічною історією має всі шанси стати лідером своєї галузі.

Але не слід ігнорувати те, що ТОВ “Світ скла” можуть чекати певні небезпеки, – це залежність від імпорتنих постачальників. Підприємство є залежним від закордонних постачальників і за рахунок цього не завжди може знижувати свої витрати. Тому країні потрібно розбудовувати інноваційні технології й постачати підприємства своєю сировиною й устаткуванням, щоб наші фірми могли конкурувати з нашими закордонними сусідами.

Як було вище сказано, головні проблеми компанії – залежність від імпорتنих постачальників та за час свого існування не вихід на міжнародні ринки. Щоб вирішити першу проблему, компанії потрібно шукати можливості збуту та виготовлення сировини, або розширювати коло постачальників на більш вигідних умовах співпраці.

Друга проблема може бути вирішена шляхом виходу на міжнародні ринки, зокрема на ринки ближніх країн, наприклад, Польща, Словачія, Румунія.

Список використаних джерел

1. Міщенко А.П. Стратегічне управління / В.О. Могилко, І.А. Дмитрієв, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, А.П. Міщенко. - К.: ХНАДУ, 2016.

Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор

С.В. Гетьман

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ БІЗНЕС-ЦІЛЕЙ

Без чіткого бачення бізнес – цілей та правильної комунікації, використання ресурсів компанії і навіть виконання повсякденних операцій можуть стати проблемою.

Для досягнення бізнес – цілей та розвитку бізнесу компанія потребує правильного стратегічного управління. Ефективне стратегічне планування передбачає короткострокове та довгострокове планування як передбачуваних, так і непередбачуваних обставин.

Участь у стратегічному управлінні допомагає краще зрозуміти конкурентів з точки зору їх сильних і слабких сторін та стратегій, а також підвищує обізнаність щодо нових тенденцій, зовнішніх загрозах і можливостях. Це допомагає розробити унікальну торгову пропозицію, що значно закріплює конкурентну перевагу компанії. У той же час, конкурентна перевага компанії напряму залежить від ключової компетенції компанії. Ключову компетенцію компанії можна визначити як набір навичок, які роблять компанію унікальною. Це коли компанія може надати унікальний продукт, послугу або перспективу, розвиваючи свої навички в одному напрямі передового досвіду та, одночасно, віддаючи на аутсорсинг чи відмовляючись від інших видів діяльності. Таку послугу чи продукт зазвичай важко імітувати конкурентам, що забезпечує значну конкурентну перевагу.

За словами Майка Портера, відомого бізнес – стратега, стійка конкурентна перевага є фундаментальною основою прибутковості вище середньої у довгостроковій перспективі. Компанія, яка не може зосередитися на одному факторі (напрямі), ризикує втратити свої ресурси. Він рекомендує стратегію, яка робить акцент на диференціації продукту або послуги шляхом створення унікальної торгової пропозиції або суттєвої економії за рахунок масштабу для досягнення низьких виробничих витрат [1].

У лідерстві за витратами компанія прагне стати виробником з низькими витратами у своїй галузі. Джерела переваг у витратах різноманітні та залежать від структури галузі. Вони можуть включати прагнення до економії на масштабах, власну технологію, преференційний доступ до сировини та інші фактори. Виробник з низькими витратами повинен знайти та використати всі джерела переваг у витратах. Якщо компанія може досягти та підтримувати загальне лідерство за витратами, тоді вона буде вищою за середню продуктивність у своїй галузі, за умови, що вона може встановлювати ціни на рівні або близькі до середніх у галузі.

У стратегії диференціації компанія прагне бути унікальною у своїй галузі за деякими параметрами, які особливо цінуються покупцями. Виробляючи один або кілька атрибутів, що користуються попитом у покупців, сприймаються як важливі та унікальні у галузі, фірма у результаті винагороджується за це високою ціною.

Загальна стратегія фокусування базується на виборі вузької конкурентної сфери в галузі. Фокусувальник обирає сегмент або групу сегментів у галузі та адаптує свою стратегію, щоб обслуговувати їх, виключаючи інші. Стратегія фокусування має два варіанти:

- при фокусуванні на витратах фірма шукає переваги у витратах у своєму цільовому сегменті;

- при фокусі на диференціації фірма прагне до диференціації у своєму цільовому сегменті.

Саме через використання унікальності при виборі способу просування товару компанія DELL у свій час досягла неймовірних обсягів продажу. Коли дев'ятнадцятирічний Майкл Делл заснував свою власну невелику комп'ютерну компанію, він знав, що не зможе боротися з великими компаніями за місце в магазинах. Але правила того часу диктували, що комп'ютери мають продаватися лише у магазинах. Всі компанії, зайняті в цьому бізнесі, були впевнені, що клієнти не довірятимуть компанії, що торгує такою високотехнологічною технікою поштою. Майкл Делл порушив це правило. Він порушив правила, що панували в індустрії, і зайнявся прямим продажем, пропонуючи більш низькі ціни в порівнянні з IBM та Compaq. І миттєво він побудував компанію вартістю мільярд доларів. Сьогодні ринкова капіталізація компанії Dell Technologies Inc. складає 29 млрд. долл.

Одним з прикладів фокусу на диференціації є наявність у компанії певних атрибутів, тобто характеристик чи відмінних рис. Якщо вивчити автомобільну категорію, то можна побачити, що найсильніші бренди мають найважливіші атрибути: BMW – водіння, Volvo – безпека, Mercedes – інженеринг, Jaguar – стиль, Toyota та Honda – надійність, Ferrari – швидкість. у той же час такі бренди як Chevrolet та Nissan є більш слабкими брендами, оскільки вони розфокусовані та не володіють атрибутом.

Прикладом грамотного та ефективного стратегічного менеджменту є компанія Booking.com, яка побудувала свій бренд на спрощенні процесу покупки та вирішенні найпоширеніших проблем споживачів [2]. Місія бренду Booking.com – «Полегшити знайомство зі світом для всіх». У цьому є сенс, оскільки Booking.com отримує дохід, пов'язуючи споживачів із підприємствами та стягуючи комісійні.

Щоб досягти успіху в цьому, Booking повинен дати споживачам стимул використовувати їх як посередників, тим самим роблячи процес планування та бронювання відпустки надзвичайно простим, пропонуючи в одному місці багато варіантів розміщення, польоти, трансфери, прокат автомобілів та інші заходи.

Взаємодія з брендом орієнтована на простоту та прямоту, а на веб-сайті є безліч інструментів, за допомогою яких споживачі можуть фільтрувати та знаходити потрібні послуги, і всі вони відображаються функціональним та чітким чином. Booking.com також використовує інші платформи соціальних мереж для маркетингу туризму, щоб охопити потенційних клієнтів – компанія активно присутня у Facebook, Instagram та Twitter, де регулярно публікуються оновлення та пропозиції на цих платформах.

Список використаних джерел

1. Портер М. «Конкурентна перевага». 1985, гл. 1, ст. 11-15.
2. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.booking.com/content/about.html>

***Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор***

І.В. Годованець
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

СУЧАСНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

На даний час досі не існує загальноприйнятих складових систем управління та підходів до нього, які б відповідали фінансово-господарському стану підприємств та були однозначно оцінені на предмет ефективності, тому ці питання залишаються переважно індивідуальними для суб'єктів різних сфер та напрямків діяльності із різними організаційними структурами.

Еволюція як систем і методів до управління підприємствами в тому вигляді, як ми розуміємо та бачимо зараз, зазнавала чимало змін: від чисельності працівників та ланок до методичних підходів взаємодії, в т.ч. засобами штучного інтелекту, між виконавцями та стейхолдерами, тобто зацікавленими особами та всіма учасниками процесів. Так, звісно,

лозунг «керівник завжди правий», вже трохи втрачає актуальність в гармонійних та злагоджених бізнес-структурах в той час як на арену вже виходять більш дієві алгоритми до керування структурними одиницями, і не лише оснований на людському факторі.

Управління як процес повинно бути націленим на збереження і цільове використання ресурсів, здійснення контролю за роботою виконавців щодо виконання програми, бізнес-плану та господарських операцій технологічного процесу підприємницької діяльності [2, с. 54].

Об'єкт управління на підприємстві - колектив підприємства в процесі виробничо-господарської діяльності, а суб'єктом є адміністративно-управлінський персонал, завдання якого - забезпечити ефективну діяльність підприємства. Суть управління полягає в зборі, переробці, зберіганні і видачі інформації у вигляді програм, планів, розпоряджень, нормативів, завдань [3, с. 91].

Основні складові ефективного управління підприємством містять:

- вдосконалення організаційної культури;
- підвищення кваліфікації персоналу всіх рівнів;
- формування матриці прогнозів та їх моделювання в залежності від внесення змін до організаційної структури управління підприємством;

Базові напрямки з організації управління підприємствами можна систематизувати в такі:

- визначення стратегічних цілей розвитку з урахуванням кон'юнктури ринку і можливості забезпечення ресурсами;
- встановлення завдань з реалізації цілей розвитку підприємства відповідно структурних внутрішніх ланок та ланцюгів взаємодії;
- укладання договорів, розробка виробничої програми;
- керування витратами й доходами бізнесу за центрами відповідальності;
- інформаційне забезпечення господарської діяльності;
- оперативне управління виробництвом (або торгівлею чи наданням послуг);

З причинно-наслідкового зв'язку між елементами підприємства на всіх рівнях виникає необхідність створення систем управління, які зазвичай поділяються на горизонтальні (мережеві) та вертикальні (ієрархічні), що не існують в чистому вигляді.

На практиці організаційна структура управління підприємством містить в собі одночасно елементи вертикальної та горизонтальної структур, проте загалом домінує перша. Найбільш поширені такі типи, як: лінійна, функціональна, матрична та лінійна структура управління [1, с. 78]. Останнім часом популярність набирають мережево-нейронні системи управління компаніями, які мають значні шанси до реалізації в майбутньому.

Таким чином, перспективами щодо підвищення ефективності та розвитку управління підприємствами є:

- зниження повноважень та дублювання керівників ланок (структурних підрозділів та відділів) щодо їх спрощення;
- введення універсального алгоритму доведення та контролю рішень керівництва в підрозділах відповідно до ступеню їх важливості для підрозділів;
- внесення єдиного формату обміну даними між підрозділами щодо економічної, виробничої та комерційної інформації;
- встановлення універсальних системи обігу документів та інформації з іншими суб'єктами господарювання як суміжних та несуміжних галузей.

Список використаних джерел

1. Лепейко Т.І., Шматько Т.М. Теоретико-методичні засади управління підприємством: забезпечення гнучкості: монографія. - Харків, 2012. - 221 с.
2. Менеджмент організацій: навч. посібник для студентів-магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» / Укл.: Л.С.Довгань, І.П. Малик, Г.А. Махонько, М.В. Шкробот. – Київ: КПІ ім. І.Сікорського, 2017. – 271 с.
3. Управління змінами : навч. посіб. для студентів спец. 7,8.03060101 "Менеджмент організацій і адміністрування" / [Лагутін Г. В. та ін.]; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. - Київ : КНУБА, 2015. - 75 с.

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

*Д.С. Гришко
Університет імені Альфреда Нобеля*

ПЛАНУВАННЯ І ДИСПЕТЧЕРУВАННЯ В ОПЕРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Оперативне управління виробництвом забезпечує ефективне функціонування всього виробничого процесу, який, в свою чергу, залежить від потужностей підприємства.

Операційно-виробнича система управління є складною організаційно-плановою системою, що включає три підсистеми: *функціональну, елементарну та організаційну* [1].

Функціональна підсистема описує обсяг функцій, які повинна виконувати система управління, базові функції – основні елементи, що її складають, а організаційні функції – побудова системи управління.

Функціонально-оперативне управління виробництвом будуватиметься наступним чином:

- на рівні підприємства воно включає рух організаційних об'єктів в межах року, кварталу, місяця;
- на рівні префектури (групи) – щомісячно, щотижня, щоденно і погодинно.

Поелементно, за рівнем, оперативне управління виробництвом змінюється за складом і кваліфікацією керівників; аналітичне забезпечення завдань планування виробництва; склад і кількість використовуваних технічних засобів; склад календарів і критеріїв планування; планово-розрахункові одиниці, що використовуються у виробництві; склад і зміст планових і облікових документів; характер і інтенсивність інформаційного потоку [1].

Організаційна система управління виробничими операціями відіграє важливу роль, її функціонування відбувається через відділ планування та складання розкладів на рівні підприємства, відділ планування та складання розкладів на рівні цеху. Системи управління виробничими операціями включають календарне планування обсягів і операцій, облік і календарне планування, для цього застосовують підходи кількісного планування.

Під час кількісного планування здійснюється кількісний (робочий) і матеріально-кількісний розподіл річного плану виробництва продукції підприємства між цехами і відділеннями (поквартально або помісячно). Методи математичного програмування широко використовуються для розв'язання задач просторового планування. Суттєву специфіку в залежності від виду виробництва має методика віднесення річних планових завдань до планових періодів.

Оперативно-календарне планування є логічним продовженням і розвитком пакетного планування. На цьому етапі об'єктами планування є окремі вироби, комплектуючі одиниці, деталі тощо. Він базується на певних стандартах і дає можливість поєднати календарні плани і координувати роботу взаємопов'язаних робочих місць, відділів, цехів і забезпечити найбільш ефективне використання ресурсів підприємства.

Узгодження виробничого плану є завершальним етапом операційно-виробничого планування. Завдання диспетчеризації полягає в тому, щоб систематично і безперервно контролювати виконання планів виробництва продукції, координувати всі взаємопов'язані виробничі процеси і не допускати відхилень від плану. Чим успішніше буде виконано графік, тим краще буде організований календарний план.

Тому, можна зробити висновки, що планування є невід'ємною частиною оперативного управління виробництва і включає:

- ведення поточного обліку та поточної інформації про фактичний хід робіт за встановленими виробничими графіками та добовими змінними завданнями;
- вжиття оперативних заходів щодо запобігання та усунення планових відхилень і перебоїв у виробничому процесі;

– виявлення та аналіз причини відхилень від планових завдань і виробничих календарних планів та усунення їх оперативними заходами;

– координацію поточної роботи взаємопов'язаних виробничих підрозділів для забезпечення ритмічної роботи за встановленими графіками;

– організовує та керує всією оперативною підготовкою, необхідною для виконання змінно-денних і календарних графіків виробництва [2].

Диспетчеризація – це централізоване управління виробничим процесом і його регулювання з метою забезпечення єдиного і повного виконання плану виробництва. Спосіб і зміст диспетчерського нагляду значною мірою залежить від типу виробництва [2]. Наприклад, на підприємствах одиничного дрібносерійного виробництва основними об'єктами диспетчерського контролю є терміни виконання найважливіших робіт за індивідуальними замовленнями і підготовка підприємства до виконання поточних завдань, плановий контроль здійснюється на підставі плану виконання замовлення.

Список використаних джерел

1. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент: навчальний посібник. Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.

2. Сотник І. Операційний менеджмент: навч. посібник. Суми: Видавництво СумДУ, 2014. 165с.

***Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор***

***В.С. Донець**
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇЇ СКЛАДОВИХ

Маркетингова діяльність організації є важливим компонентом її успіху на ринку. Вона спрямована на визначення основних цілей і способів їх досягнення. Як умови та передумови виробництва необхідно вивчення суспільних та індивідуальних потреб, а також запитів ринку. Концепція “виробництво починається зі споживання” знайшла своє втілення у маркетингу.

Маркетинг як концепція управління підприємством потребує аналізу управлінської діяльності. Для управління цим процесом необхідно чотири елементи: - віхи дні дані (інформація); мета діяльності; фактична діяльність та контроль результатів.

Управлінська діяльність поділяється на три рівні – стратегічній, тактичній та оперативній. На стратегічному рівні визначаються довгострокові (на 10-15 років) цілі підприємства. Визначаються ресурси, необхідні досягнення цих цілей (фінансові, матеріальні тощо). Вибирається стратегія досягнення цілей.

На тактичному рівні загальні цілі конкретизуються більш коротким терміном (до 5 років). На їх основі формулюються завдання та залучаються необхідні ресурси.

На оперативному рівні вирішуються поточні завдання, які представлені ринковою кон'юнктурою. Ці завдання не повинні суперечити довгостроковим стратегічним цілям підприємства. Цілі маркетингу як ринкової концепції управління підприємством є відображенням довгострокових і короткострокових цілей підприємства.

Аналіз платоспроможного ринкового попиту продукцію, потреб споживачів стає основою виявлення можливостей виробництва, шляхів його інтенсифікації та підвищення ефективності.

Мета маркетингу полягає у забезпеченні діяльності фірми, заснованої на вивченні та обліку ринкового попиту, потреб та вимог споживачів до продукції, та отримання максимального прибутку. Вивчення попиту, потреб та їх облік для правильної орієнтації виробництва є основним напрямом маркетингової діяльності у системі управління виробничими процесами.

Під вивченням попиту розуміється виявлення попиту на конкретні товари та послуги, а також його формування, прогнозування зміни його напрямів в умовах швидкої зміни продукції та скорочення термінів повного відновлення виробництва, зростання ролі наукомісткої продукції [1]. Сучасна система управління виробництвом ґрунтується на ринковій концепції. Це полягає в обліку ринкового попиту, вимог споживачів до кількісних та якісних характеристик продукції. Раціональне управління можливе лише тоді, коли причиною орієнтації виробництва та реалізації продукції вимоги ринку.

Маркетинг сприймається як інструмент регулювання виробництва та збуту, отже, і ринкових відносин. Тут споживач диктує свої умови на ринку, вимоги до властивостей товару, а виробник активно підлаштовується. Створюється замкнений і постійно діючий процес безперервної дії споживача продукції. Вплив попиту на ринок є процес зворотний зв'язок. Це риса маркетингу.

Під маркетингом розуміється система управління підприємством, яка спрямована на вивчення та облік попиту та вимог ринку для розумної орієнтації виробничої діяльності підприємств на випуск конкурентоспроможних видів продукції, що відповідають заданим техніко-економічним характеристикам, у заздалегідь обумовлених обсягах[2].

Отже, метою маркетингу підприємства є забезпечення його прибутковості у задані проміжки часу. Звідси орієнтація на

довгострокове прогнозування всієї маркетингової ситуації, від попиту до можливостей компанії у цьому ракурсі.

Список використаних джерел

1. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: освіта. керівництво. – Київ: ІНКОС, 2017. – С. 52.
2. Маркетинг: Підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін; за редакцією А. О. Старостіної. – Київ: Знання, 2015. – С. 121.

Науковий керівник: О.А. Євтушенко, кандидат економічних наук

В.І. Кірнос

Університет Імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розробка ефективної стратегії розвитку підприємства є одним із важливих чинників розвитку конкурентоспроможності та успіху на ринку. Стратегія підприємства (далі – СП) – це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства. Розвиток СП має суттєвий вплив на довгостроковий розвиток будь якого підприємства. Щоб спланувати СП потрібно: визначити місію підприємства; оцінити умови і чинники зовнішнього ринкового середовища; визначити цільовий, функціональний, організаційний та ресурсний потенціал підприємства щодо формування та реалізації стратегії (внутрішнє середовище); формування стратегічних планів та механізмів її реалізації; оцінювання результатів з одночасним моніторингом реалізації стратегічних програм; оцінювання нового позиціонування компанії на ринку товарів і послуг здобутого завдяки проведеної стратегії.

Формування місії має великий вплив на будь яку організацію. Місія як складова СП підприємства визначає основні орієнтири організації, що має важливе значення для конкурентоспроможності. Під час формування місії поєднується образ і кредо організації. Образ організації дає відповідь на питання: з якою метою створена організація, для чого вона існує. Кредо формулюється з метою уточнення уявлення конкретних суб'єктів про організацію[1, с. 47].

Оцінка зовнішнього ринкового середовища та визначення його чинників є невід'ємною частиною розробки ефективної стратегії розвитку підприємства. Вона надає повну картину зовнішнього середовища, в якому підприємство діє, та допомагає зрозуміти вплив різних факторів на його діяльність. Серед ключових факторів, які слід

враховувати при оцінці зовнішнього середовища підприємства, можна виділити економічні, політичні, соціальні, технологічні та екологічні.

Дослідження та аналіз внутрішнього середовища є ключовим етапом розробки ефективної стратегії підприємства. Внутрішнє середовище включає такі фактори, як культура організації, управління, ресурси, процеси, продукти та послуги, які є внутрішніми для підприємства. Оцінка допомагає визначити сильні та слабкі сторони підприємства, що будуть використані для розробки ефективної стратегії та підвищення його конкурентоспроможності.

Стратегічний план є детальним планом дій, який описує, як підприємство буде досягати своїх стратегічних цілей та завдань. Крім того, план дозволяє контролювати виконання стратегії та вносити корективи в план у разі будь-яких змін. Таким чином, стратегічний план є важливим інструментом для успішного виконання стратегії підприємства.

Метою оцінювання результатів з моніторингом є пристосування стратегії до змін динамічного ринкового середовища шляхом визначення цільових показників та ресурсних витрат. Цей етап може включати стратегічні та функціональні зміни у системі управління підприємством, щоб пристосуватись до змін у зовнішній кон'юктурі. Під час реалізації стратегії можуть виникнути нові складнощі та проблеми, які раніше не передбачалися, або існуючі проблеми можуть досягти критичної межі, тому їх вирішення стає життєвою необхідним для компанії.

Оцінювання допомагає визначити, наскільки успішно була реалізована стратегія та як вона впливає на позиціонування компанії на ринку. Це дає змогу виявити проблемні зони, які можуть потребувати корекції, а також визначити успішність заходів, які були вжиті для реалізації стратегії. Таким чином, оцінювання нового позиціонування допомагає підприємству побачити свої успіхи та слабкі місця, що є важливим для подальшого розвитку та вдосконалення стратегії.

Отже, можна сказати, що усі складові СП є важливими. Неможливо виключити жоден з факторів, бо тоді шанси на успіх стратегії будуть дорівнювати майже нулю.

Список використаних джерел

Бутко М.П., Дітковська М.Ю., Задорожна С.М та інші. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. – Київ, 2016 – 376 с.

***Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент***

СТІЙКИЙ РОЗВИТОК ТА КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОМПАНІЙ

Тема "стійкий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність компаній" стала особливо актуальною в останні десятиліття. Це пов'язано з рядом факторів, серед яких зростаюча екологічна загроза, посилення громадського тиску на бізнес.

Стійкий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність (далі - КСВ) компаній є актуальними темами, оскільки вони відображають ключові виклики та тенденції у сучасному управлінні. У світлі глобальних екологічних та соціальних проблем, компанії по всьому світу намагаються застосовувати стратегії стійкого розвитку та соціальної відповідальності для створення довгострокової вартості та благополуччя.

Метою даного дослідження є вивчення взаємозв'язку між стійким розвитком та КСВ компаній, визначення ключових факторів та практик, що сприяють успішній інтеграції цих підходів у корпоративну стратегію та повсякденну діяльність, а також аналіз впливу такої інтеграції на економічні, соціальні та екологічні показники діяльності компаній.

Термін «стійкий розвиток» отримав широке поширення після публікації звіту, підготовленого в 1987 р. Міжнародною комісією з навколишнього середовища та розвитку ООН (комісія Брундтланд), в якому була надана одна з найбільш часто цитованих його трактувань - це «розвиток, який задовольняє потреби сьогодення, але не ставить під загрозу здатність майбутнє» [1].

Бувший віце-президент США та автор "Неприємної правди" Аль Гор, підкреслює важливість стійкого розвитку для майбутньої планети: "Стійкість - це не тільки екологічне питання, це питання виживання людства" [2]

У свою чергу, КСВ - це концепція, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну та екологічну політику в бізнес-операції та їх взаємини з усіма пов'язаними з компанією організаціями та людьми. Разом ці дві концепції стали невід'ємною частиною сучасного управління.

Взаємозв'язок між стійким розвитком та КСВ полягає в наступному: стійкий розвиток спрямований на задоволення потреб наступного покоління, не жертвуючи поточними потребами, а КСВ забезпечує відповідальність компаній перед усіма зацікавленими сторонами, включаючи акціонерів, співробітників, клієнтів та довкілля.

Організації по всьому світу визнають необхідність інтегрувати принципи стійкості та соціальної відповідальності в свої стратегії та

практики управління, щоб залишатися конкурентоспроможними, забезпечувати довгостроковий ріст та сприяти благополуччю суспільства.

Можна виділити деякі фактори, які сприяють успішній інтеграції стійкого розвитку та КСВ в корпоративну стратегію та повсякденну діяльність, включають:

1. Лідерство та прив'язаність топ-менеджменту до принципів стійкого розвитку та КСВ.
2. Розробка корпоративної стратегії та політик, які інтегрують економічні, соціальні та екологічні цілі.
3. Впровадження системи управління та моніторингу, що відстежує показники стійкого розвитку та КСВ.
4. Прозорість та звітність перед акціонерами та громадськістю про досягнення цілей стійкого розвитку та КСВ.
5. Взаємодія зі зацікавленими сторонами, включаючи зворотний зв'язок та включення їх пропозицій в корпоративні практики.

Застосування стійкого розвитку та КСВ також може відкривати нові можливості для компаній, такі як:

1. Розвиток нових продуктів та послуг, які враховують екологічні та соціальні вимоги.
2. Впровадження інновацій та технологій, які знижують екологічний слід компанії та підвищують ефективність процесів.
3. Розширення ринків, вхід на нові сегменти, пов'язані зі стійким розвитком та екологічними вимогами.
4. Створення партнерств зі зацікавленими сторонами, включаючи уряд, неурядові організації, освітні заклади та місцеві спільноти, для спільного вирішення проблем стійкого розвитку та соціальної відповідальності.

Незважаючи на багато переваг, інтеграція стійкого розвитку та КСВ в корпоративну стратегію та повсякденну діяльність компаній може мати й низку негативних аспектів або викликати труднощі:

1. Високі початкові витрати: Впровадження нових практик, технологій та стандартів може потребувати значних капіталовкладень, що може бути особливо складним для малих та середніх підприємств.
2. Складність оцінки результатів: Вимірювання та оцінка впливу сталих практик та КСО на показники діяльності компаній може бути складним процесом, оскільки не завжди існують чіткі критерії та інструменти для оцінки.
3. Ризик "зеленого шахрайства": Деякі компанії можуть зловживати концепціями сталості та КСО, використовуючи їх для створення іміджу "екологічної" компанії, в той час як насправді мало роблять для зниження свого екологічного та соціального впливу.
4. Брак узгодженості: Відсутність суворих міжнародних стандартів та регуляцій може призвести до того, що компанії можуть

вибирати різні підходи до сталого розвитку та КСО, що ускладнює порівняння та оцінку їх дій.

5. Збільшення складності управління: Реалізація сталих практик та КСО може потребувати перегляду та адаптації корпоративних структур та процесів, що в свою чергу може ускладнити управління компанією та збільшити навантаження на співробітників.

6. Можливе зниження фокусу на основний бізнес: у деяких випадках надмірний акцент на сталих розвитку та КСО може відволікти увагу від основних бізнес-процесів та стратегічних пріоритетів компанії, що може призвести до зниження ефективності та прибутковості.

Важливо враховувати ці негативні аспекти та складнощі при інтеграції сталого розвитку та КСО.

Для успішного подолання цих викликів компанії повинні забезпечити прив'язаність керівництва до КСО, сформувати корпоративну культуру, яка підтримує соціальну та екологічну відповідальність, та постійно вдосконалювати свої практики, методи та процеси в галузі КСО.

Незважаючи на недоліки, існує багато прикладів успішних рішень компаній, які інтегрували сталий розвиток та КСО у свою діяльність.

Наприклад, такий технологічний гігант, як компанія Google, активно застосовує стратегію сталого розвитку та КСО у своїй діяльності.

Основні аспекти цієї стратегії включають зниження викидів вуглецю, підвищення енергоефективності та використання відновлюваної енергії.

1. Відновлювана енергія: У 2017 році Google досягла стовідсоткового використання відновлюваної енергії для своїх операцій, що означає, що компанія закуповує стільки ж відновлюваної енергії, скільки споживає. Google є найбільшим корпоративним покупцем відновлюваної енергії в світі, інвестуючи в проекти з виробництва енергії з сонця та вітру.

2. Безвуглецева компанія до 2030 року: Google ставить перед собою амбіційну мету стати безвуглецевою компанією до 2030 року. Це означає, що компанія планує повністю виключити викиди парникових газів зі своєї діяльності, а також забезпечити використання чистої енергії 24/7 для всіх своїх операцій.

3. Інвестиції в чисті технології: Google активно інвестує в розвиток та використання чистих технологій. Наприклад, компанія інвестувала понад 4 мільярди доларів в проекти відновлюваної енергії та створила фонд у розмірі 250 мільйонів доларів для підтримки таких проєктів.

4. Соціальна відповідальність: Google піклується про свій соціальний вплив та підтримує різноманітні соціальні ініціативи.

Компанія інвестувала понад 1 мільярд доларів у продукти, програми та некомерційні організації, спрямовані на поліпшення доступу до освіти, на створення рівних можливостей для всіх та на підтримку малого та середнього бізнесу.

5. Управління відходами та ресурсами: Google активно працює над зменшенням обсягу відходів та підвищенням ефективності використання ресурсів. Компанія застосовує принципи "нуль відходів" на своїх кампусах та в дата-центрах, що означає максимальне використання та переробку відходів. Крім того, Google використовує воду з-під землі для охолодження своїх серверів, що дозволяє заощадити сотні мільйонів галонів прісної води щороку.

6. Підтримка сталих освітніх ініціатив: Google також сфокусовує свої зусилля на розвитку сталих освітніх програм, таких як Google Earth Education, які допомагають студентам та вчителям краще розуміти та захищати навколишнє середовище [4].

Взагалі, Google проявляє свою прив'язаність до сталий розвиток і КСО через активні інвестиції в відновлювальну енергію, чисті технології та соціальні ініціативи, а також постійне удосконалення своїх процесів та операцій для зменшення викидів парникових газів, управління відходами та збереження ресурсів. Ці заходи дозволяють компанії значно покращити свою економічну, соціальну та екологічну продуктивність.

Отже, сталий розвиток і КСО є важливими аспектами сучасного бізнесу, здатними принести значні переваги компаніям, суспільству та навколишньому середовищу. Інтеграція цих принципів в корпоративну стратегію та повсякденну діяльність може покращити економічні, соціальні та екологічні показники, як показано на прикладах Google.

Однак впровадження КСО може стикнутися зі значними труднощами та викликами, включаючи обмежені ресурси, недостатній досвід та знання, складність вимірювання результатів, внутрішній опір, відсутність стандартів та регуляцій, ризик "зеленого шахрайства", конкурентний тиск, збільшення складності управління, репутаційні ризики та труднощі забезпечення прозорості. Для успішного подолання цих труднощів та викликів компаніям необхідно забезпечити прив'язаність керівництва до КСО, сформувати корпоративну культуру, що підтримує соціальну та екологічну відповідальність, та постійно вдосконалювати свої практики, методи та процеси. Дослідження взаємозв'язків між стійким розвитком та КСО компаній має важливе значення для визначення ключових факторів та практик, які сприяють успішній інтеграції цих підходів, та аналізу впливу такої інтеграції на різні аспекти діяльності компаній.

Список використаних джерел

1. Daly, H. *Steady-State Economics*. 2nd edition. Washington, DC. Island Press. 1991

2. (Gore, Al. An Inconvenient Truth: The Planetary Emergency of Global Warming and What We Can Do About It. Rodale Books, 2006).

3. Accelerating climate action at Google and beyond [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sustainability.google/>

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

М.Д. Луговий

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

СКЛАДОВІ, ФАКТОРИ ТА УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Складні умови діяльності організацій, що склались в Україні за останні роки, вимагають від управлінців розробки такого механізму управління організацією, який би дозволив забезпечити стійкість та адаптивність у кризових умовах зовнішнього середовища. Тому метою даної роботи є визначення складових, факторів та умов функціонування механізму управління організацією.

Під механізмом управління розуміють систему взаємопов'язаних елементів, які забезпечують здійснення управління. Важливо вивчити теоретичні та практичні аспекти формування та розвитку механізму управління організацією, щоб забезпечити його ефективну роботу. Механізм управління організацією складається з різноманітних елементів. Важливо проаналізувати та класифікувати складові механізму управління організацією, щоб зрозуміти, як вони взаємодіють та впливають на його роботу в цілому.

Основними складовими механізму управління організацією можна вважати стратегічне управління, організаційну культуру, систему мотивації та стимулювання працівників, систему контролю.

Стратегічне управління визначає напрямки розвитку організації та визначає основні цілі та завдання, які повинна вирішувати організація. Ефективне стратегічне управління допомагає досягти успіху та стабільності в роботі організації. Організаційна культура визначає цінності та підходи, які діють в організації, та впливає на поведінку працівників. Важливо розвивати та підтримувати ефективну організаційну культуру для забезпечення успішної роботи механізму управління організацією. Ефективна система мотивації може стимулювати працівників до досягнення кращих результатів та до підвищення продуктивності роботи. Важливо розробити та реалізувати систему мотивації, яка буде відповідати потребам організації та працівників. Система контролю допомагає визначити, наскільки ефективно працює механізм управління, та дозволяє вчасно виявляти та

усувати проблеми. Важливо мати ефективну систему контролю, яка буде дозволяти відслідковувати результати роботи та вчасно коригувати стратегію, якщо необхідно.

Всі складові механізму управління повинні працювати в єдиному цілому, щоб забезпечити ефективне функціонування організації. Наприклад, система мотивації повинна допомагати досягати стратегічних цілей організації, а система контролю повинна вчасно виявляти та усувати проблеми, щоб не порушувати роботу механізму управління в цілому.

Існує ряд факторів, які впливають на ефективність механізму управління організацією. Серед них можна виділити фактори, пов'язані з кадровою політикою, стратегічним плануванням, фінансовим управлінням, організаційною культурою, маркетинговою політикою тощо. Вивчення та аналіз цих факторів допомагає зрозуміти, як можна підвищити ефективність.

Інноваційність є важливою запорукою формування ефективного механізму управління організацією. Розвиток технологій та зміна ринкових умов вимагають постійної адаптації та вдосконалення механізму управління організацією. Важливо розробляти та впроваджувати нові інноваційні рішення на основі диджиталізації, які дозволять підвищити ефективність управління та конкурентоспроможність організації.

Таким чином, виділення основних складових, факторів та умов функціонування механізму управління організацією та їх взаємозв'язок дозволять розглянути проблему підвищення ефективності механізму управління організацією та визначити шляхи їх вирішення, які можуть бути корисними при подальшому дослідженні цієї теми.

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

Д.А. Макаренко

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПЛАНУВАННЯ ЦЕНТРУ ПІДГОТОВКИ ХОКЕЇСТІВ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Спортивні змагання є основною ланкою в системі підготовки спортсменів. Вони спрямовані на максимальну реалізацію духовних і фізичних можливостей людини, групи людей (команди).

Спортивний результат як продукт змагальної діяльності, який має самостійну цінність для спортсмена, тренера, глядачів, спортивної організації, країни, обумовлюється великою кількістю факторів. У

їхньому числі індивідуальні особливості особистості спортсмена, ефективність системи підготовки, матеріально-технічні умови підготовки і змагань, кліматичні, географічні та соціальні умови, в яких проводяться змагання.

Хокей з шайбою - це спортивна командна гра на льоду, метою якої є закинути шайбу у ворота суперника більше разів, ніж це зробить команда суперника у встановлений час. Шайбу передають від гравця до гравця крижаним кортом спеціальними хокейними ключками. Перемагає команда, що закинула більшу кількість шайб у ворота суперника.

Проте, нашу увагу займає насамперед підготовка гравця до командної гри. На перше місце виходить спортивне тренування, а саме, детально організований педагогічний процес виховання, навчання та підвищення рівня фізичної і функціональної підготовленості спортсменів в умовах правильного гігієнічного режиму, на основі педагогічного та лікарського контролю, а також самоконтролю.

Спортивна підготовка здійснюється за окремими розділами, які мають самостійні ознаки, а саме сторони підготовки: фізичну, технічну, тактичну, теоретичну, морально-вольову та інтегральну.

- Фізична підготовка спрямована на виховання фізичних здібностей (силових, швидкісно-силових, швидкісних, витривалості), необхідних для спортивної діяльності. Фізична підготовка розподіляється на загальну та спеціальну. Завданнями *загальної фізичної підготовки* є різноманітний розвиток фізичних якостей, які не обумовлюються специфічними здібностями, що проявляються в обраному виді спорту. *Спеціальна фізична підготовка* вирішує завдання виховання специфічних здібностей, завдяки яким спортсмен досягає успіху в обраному виді спорту. У процесі фізичної підготовки спортсмени підвищують рівень функціональної підготовленості та спеціальної тренуваності.

- Технічна підготовка спрямована на оволодіння спортсменом спеціальних дій, які виконуються в змаганні, а також за допомогою яких спортсмен бере участь в тренувальному процесі. Технічна підготовка здійснюється поетапно, спочатку спортсмени оволодівають необхідними технічними навиками в обраному виді спорту, потім вони вдосконалюються та доводяться до автоматизму в тренувальних заняттях і, нарешті, реалізуються в процесі змагань.

- Тактична підготовка має сприяти спортсмену в реалізації спортивної майстерності під час змагань. У процесі тактичної підготовки відбувається формування у спортсмена вміння вести спортивну боротьбу з урахуванням своєї підготовленості, можливостей суперника, зовнішніх умов тощо.

- Теоретична підготовка необхідна спортсмену, щоб озброїтись знаннями з теорії та методики спортивного тренування,

змісту і закономірностей підготовки спортсменів, еволюції розвитку виду спорту тощо.

- Досягнення високого спортивного результату неможливе без належної психологічної підготовки, в процесі якої виховуються та вдосконалюються морально-вольові якості, вміння налаштуватися на спортивну боротьбу. Належна психологічна підготовка дозволяє сформувати в спортсмена спеціальні психологічні функції, пов'язані з особливостями змагальної діяльності в обраному виді спорту.

Проте, в нашій країні комплексного центру підготовки хокеїстів не має, що є відображенням низьких показників результатів на різних рівнях спортивних змагань, а саме, рівень I В дивізіоні на чемпіонаті світу.

З урахуванням основних напрямків підготовки спортсмена до командної гри у хокей все це потребує особливостей побудови спортивного центру. Спортивний центр необхідно планувати з урахуванням фізичної підготовки, а саме, тренажерний зал. Отже, загальними вимогами до тренажерного залу є наявність комплексу тренажерів для всіх груп м'язів, можливості одночасно роботи над вправами багатьма спортсменам. В вільний час тренажерний зал можливо здавати в рамках абонементу для бажаючих. Окрему увагу потрібно приділити кардіо-тренажерам, а саме, АМТ, доріжки для ходьби та бігу, велотренажери та інші.

Зона для технічної підготовки має спеціальні тренажери для роботи з ключкою, броскова зона, тренажери для рук, тренажери для ніг з імітацією льоду. Це потребує виділення зон для кожної з зазначених станцій підготовки. Такі зони мають характеристики за метражем, гігієнічних потреб, освітлення та супроводу комп'ютерної технічної характеристики.

Окрема зона у вигляді залу, де проходить теоретична підготовка, розбір та відео огляд гри, психологічна адаптація спортсменів. Також необхідна підготовка спортсменів для можливого інтерв'ю та спілкування з журналістами.

Для збільшення спортивних досягнень нам необхідний відтворення комплексного спортивного центру, що є перспективним та актуальним для хокеїстів нашої країни.

***Науковий керівник: Литвиненко О.М. кандидат економічних наук,
доцент***

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЗД-ПАНЕЛІ»

ТОВ "ЗД-Панелі" є українським виробником панелей для оздоблення стін і стель. Компанія пропонує широкий асортимент продукції, включаючи панелі з деревини, МДФ, ПВХ та інших матеріалів. Успішність та конкурентоздатність компанії полягає у високій якості продукції та великому асортименті дизайнів, які задовольняють потреби різних клієнтів. Крім того, ТОВ "ЗД-Панелі" забезпечує швидку доставку продукції та професійне обслуговування клієнтів. Компанія активно розвивається на ринку та планує розширювати свою виробничу потужність для задоволення зростаючого попиту на свої продукти.

Сьогодні майже всі вітчизняні підприємства зіткнулися з певними труднощами та проблемами у своїй діяльності, що не минуло й ТОВ "ЗД-Панелі". Одна з них полягає у недостатньому контролі за складом товарів, що призводить до надлишкового запасу деяких товарів та недостатнього запасу інших, що спричиняє затримки у доставці та зниження прибутковості компанії. Ще одна проблема полягала в недостатньому контролі за дебіторською заборгованістю, що призводить до затримки оплати та зниження ліквідності підприємства.

З початку війни на підприємстві відбулися певні зрушення, а саме – підвищилися ціни на деякі товари та послуги, зросла конкуренція на ринку, зменшилася кількість замовлень від окремих клієнтів, але збільшилася кількість замовлень від корпоративних клієнтів.

У 2022 році показники з продажу зменшилися. Це пов'язано зі змінами на ринку та зменшенням попиту на деякі товари та послуги компанії, а також з помилками в управлінні.

Для вирішення означених проблем ТОВ "ЗД-Панелі" доцільно звернути увагу на такі особливості:

1. Обсяги продажів: слід відстежувати обсяги продажів за роки, а також аналізувати динаміку продажів відносно попередніх періодів. Якщо в 2022 році показники з продажів зменшилися, то потрібно ретельно дослідити причини цього зменшення та спланувати заходи для покращення ситуації.

2. Фінансовий стан: слід звернути увагу на фінансовий стан підприємства, оцінити його рентабельність та ефективність використання ресурсів.

3. Заборгованість: необхідно постійно відслідковувати заборгованість за оплату товарів та послуг, це може суттєво вплинути на фінансову стійкість підприємства.

4. Конкуреноспроможність: слід дослідити конкурентне середовище та визначити особливості ринку, на якому працює підприємство.

Для пошуку шляхів удосконалення системи раннього попередження та реагування ТОВ "ЗД-Панелі", доцільним буде запропонувати наступні заходи:

– провести аналіз, виявити причини виникнення проблем з продажу продукції та розробити стратегії для їх уникнення у майбутньому;

– розглянути можливість використання нових технологій, та інновацій, таких як «штучний інтелект» або «інтернет речей», що підвищить конкурентоспроможність підприємства;

– провести навчання для персоналу щодо ефективної роботи з системою раннього попередження та реагування на проблеми;

– активізувати взаємодію з клієнтами для вивчення їх потреб, що допоможе підприємству зрозуміти, які проблеми виникають та як їх вирішувати, щоб підвищити продажі та задоволеність клієнтів.

Отже, для досягнення ТОВ "ЗД-Панелі" високого динамічного розвитку та з високої якості продукції, необхідно вдосконалити свою маркетингову стратегію та оперативно реагувати на зміни в економічній ситуації.

Список використаних джерел

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/materiali-konferentsij/trots_0051.pdf

Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор

Ю.С. Семенова

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ ТОВ «АТЬ-МАРКЕТ»

"Інновації" - це ідеї та пропозиції, які формують основу для поліпшення якості життя людства, такі як створення нових продуктів, значне поліпшення споживчих характеристик існуючих продуктів, а також створення нових процесів і послуг. Інновації є найважливішою цінністю і головною запорукою конкурентоспроможності, а управління інноваціями - невід'ємною частиною загального управління підприємством. Кожна ваша ідея - це сходинка на сходах у майбутнє.[1]

Найбільш поширені методи

Найменування методу	Автор досліджень	Основні результати використання методу
Закон спадної продуктивності має сенс лише в статичних моделях економічного розвитку, і його використання також називають нерівноважним законом, на відміну від статичного або рівноважного закону.	Й. Шумпетер	Підхід до визначення поняття "інноваційний розвиток" Авторське визначення - це процес інвестування в економіку, який забезпечує зміну поколінь в техніці та технологіях.
Аналіз основних досліджень конкурентоспроможності.	Р. Фатхудінов	Кінцевий результат впровадження інновації з метою зміни об'єкта управління та досягнення економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту.
Проблема інноваційного розвитку в країнах з різним рівнем економічного розвитку.	Б. Санто	Впровадження нових продуктів і технологій на основі досліджень і розробок.
Формування моделі інноваційного процесу.	Б. Твісс	Процес, за допомогою якого винахід або ідея набуває економічної цінності.
Формування моделі інноваційного процесу.	Ф. Ніксон	Комплекс технічних, виробничих і комерційних заходів, спрямованих на виведення на ринок нових і вдосконалених промислових процесів та обладнання.

Підхід, який розглядає "інновації" з точки зору інтересів бізнесу, може інтегрувати всі теорії аналізу. Термін "інноваційний розвиток" має багато визначень, що пов'язано не лише зі складністю природи інновацій, але й зі специфікою предмета чи об'єкта дослідження: автори 20-го століття описували інновації як результат постійного руху та змін у ринковій економіці, а також через задоволення потреб, швидке комерційних інтересів, писали вони. Оскільки інновації та розвиток тісно пов'язані з показниками економічних інтересів компанії, то економічний зміст є основою інновацій та розвитку.[5]

ТОВ "АТЬ-МАРКЕТ" - компанія, яка росте і розвивається з кожним днем. Компанія впроваджує нові технологічні рішення, а саме:

- Технологія «Blower Door» на ранніх стадіях приймання об'єктів нового будівництва та реконструкції дозволяє управляти герметичністю будівель та усувати виявлені проблеми. Як наслідок, витрати на опалення (і охолодження) будівлі можуть бути зменшені.

- Гібридні системи освітлення з функцією затемнення - економлять енергію, частково зменшуючи яскравість освітлення торгового залу вночі.

- Сенсорні екрани на POS-системах - полегшують роботу касира, а також дозволяють відмовитися від ваг у торговому залі для зручності покупця.[3]

Інноваційна діяльність на підприємствах - це комплексний процес створення, використання і поширення інновацій з метою отримання конкурентних переваг і підвищення прибутковості виробництва. Інноваційна діяльність набуває особливого значення в умовах нинішньої економічної кризи, оскільки стимулює процеси конкуренції та реструктуризації компаній і галузей, актуалізує пошук ефективних технологічних рішень, які суттєво знижують трудові, матеріальні та фінансові витрати, а також спонукає підприємців до відтермінування раніше прийнятих сміливих рішень з різних причин. Причина в наступному.[6]

Ефективність інноваційної діяльності компанії значною мірою залежить від інноваційної системи, що формується через розробку та виробництво наукомісткої продукції та надання послуг, що підтримують інноваційний процес (підготовка кадрів, освіта, фінанси, правова допомога, інформація тощо).

Таким чином, виділяються такі підсистеми: формування інноваційної політики та стратегії; акцент на забезпеченні необхідними ресурсами суб'єктів інноваційної діяльності; безпосередня участь (в інноваційному процесі) у процесі створення, трансформації та комерціалізації нових знань; умови: між системами створення, трансформації та комерціалізації нових знань посилення інтеграційних процесів, зокрема аналіз міжнародних потоків знань, організація імпорту та експорту технологій, патентів, ліцензій та технологічного партнерства між компаніями.[4]

R&D менеджер - нова концепція для фахівців з розвитку та інновацій: R&D менеджер здебільшого молодий, добре оплачуваний і відіграє важливу роль в компанії. Нова професія R&D менеджера набуває популярності в Україні. Чим займаються ці фахівці та які їхні кар'єрні перспективи? Це люди, які формують стратегію технологічного розвитку компанії та шукають перспективні напрямки розвитку.

У деяких галузях посаду R&D-менеджера іноді називають "менеджер з інноваційного розвитку", "менеджер зі стратегії та розвитку бізнесу", "менеджер з маркетингових інновацій", "продукт-менеджер" тощо. Зазвичай вони вирішують нестандартні завдання та задають нові напрямки розвитку галузі. Усе це робиться одночасно в найкоротші терміни; більшість R&D-менеджерів належать до вищого керівництва з помірними доходами. Більшість керівників R&D - випускники технічних університетів, які пройшли шлях від рядових фахівців у компанії до вищих керівних посад.[2]

Список використаних джерел

1. Суркіс М.М. Інноваційна діяльність, Енциклопедія, Київ: Старт, 2016, [110 с.
2. Мудрий П.П., Смирненко М.Р. Інновації, Повне видання, Київ: Старт, 2016, 110 с.
3. АТБ: офіційний сайт компанії/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.atbmarket.com/about>
4. Отліванська Н.В. Модель формування системи контролінгу персоналу. «Стратегії інноваційного розвитку економіки»: кол. монографія. - Х.: НТУ «ХПІ», 2013. – С.154-162.
5. Корж М.В. Обґрунтування об'єктивної необхідності взаємодії маркетингової та виробничої систем на сучасному підприємстві/ М.В. Корж, О.К. Добикіна // Економічний форум. - Луцьк, 2013. №2. – С. 147—154.
6. Алешина І.В. Маркетинг для менеджерів / І. В. Алешина Учеб. пособие.-М.: ФАИР-ПРЕС, 2003. – 440 с.

Науковий керівник: Міро І.М., викладач

А.М. Твердохліб

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Планування маркетингової діяльності АТ КБ «ПриватБанк» є важливою складовою успішної роботи. Для розробки ефективного маркетингового плану необхідно вказати велику кількість факторів, таких як: цільова аудиторія, бюджет та ресурси, конкуренти, ринкові тенденції тощо. Маркетингове дослідження повинно бути проведене для визначення потреб та попиту на фінансові послуги, які надає «ПриватБанк».

Для початку можна провести аналіз потреб та поведінки клієнтів «ПриватБанку», розділити на різні сегменти, після чого сформувавши чіткі цілі та план дій для кожного сегменту, щоб максимально спрямувати роботу на досягнення бізнес-цілей банку. Для аналізу потрібно використати різні канали комунікації та пропозиції.

Важливо врахувати всі впливи зовнішніх факторів, таких як, наприклад: соціальні тенденції, економічну ситуацію, законодавство на стратегію маркетингової діяльності банку. Необхідно вивчити та здійснити аналіз маркетингового середовища підприємства (SWOT-аналіз), визначити конкурентні переваги та розробити стратегію позиціонування на ринку. Важливо взаємодіяти із співробітниками та

клієнтами банку, щоб сформувати розуміння їх потреб та впровадити відповідні зміни у маркетинговій стратегії.

Маркетингова стратегія повинна бути інтегрованою та забезпечувати взаємодію між усіма відділами та підрозділами банку.

Ефективне управління репутацією та брендом банку допомагає збільшити його вплив на ринку та залучити нових клієнтів.

Окрім цього, потрібно звернути увагу на конкурентну ситуацію на ринку, здійснив аналіз діяльності та стратегії конкурентів. На основі отриманої інформації можна буде визначити переваги та самі недоліки «ПриватБанк» у порівнянні з іншими банками та розробити стратегію на збільшення конкурентних переваг. Також слід визначити маркетинговий бюджет та розподілити його між різними видами маркетингових заходів: промо-акціями, інтернет-маркетингом, рекламою, PR-заходами та інше.

Важливою складовою успіху є визначення ключових показників ефективності (КПІ) та системи моніторингу, аналіз результатів маркетингових заходів. Враховуючи ці фактори, можна розробити ефективний маркетинговий план для АТ КБ «ПриватБанк», який допоможе збільшити попит на його продукти та послуги, покращити імідж банку та збільшити прибуток. Систематичний аналіз маркетингових даних та трендів на ринку дозволить банку залишитися конкурентоспроможним та підтримувати високий рівень відданості клієнтів.

Основним результатом планування маркетингової стратегії АТ КБ «ПриватБанк» повинно стати досягнення бізнес-цілей та забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел

1. <https://static.privatbank.ua>
2. <http://eir.zp.edu.ua>
3. <https://magistr.ua>

*Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент*

А.Д. Тручина
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ІНДЕКСАЦІЇ ОСНОВНИХ ФОНДІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Індексація основних фондів (далі - ІОФ) - це процес визначення змін вартості основних фондів (машин, обладнання, будівель тощо) на основі змін цін на споживчі товари та послуги.

Основна мета ІОФ - врахування впливу інфляції на вартість основних фондів. ІОФ використовується для багатьох цілей, включаючи наступні:

1. Розрахунок депреціації. ІОФ дозволяє обчислити реальну вартість основних фондів та відповідно розрахувати відповідну депреціацію.

2. Планування інвестицій. ІОФ допомагає враховувати вплив інфляції на вартість основних фондів при плануванні інвестицій в нові активи.

3. Фінансовий аналіз. ІОФ дозволяє аналізувати зміни вартості основних фондів та вплив інфляції на фінансові показники компанії.

4. Оцінка ризиків. ІОФ допомагає оцінювати ризики змін вартості основних фондів та вплив інфляції на фінансові результати компанії.

5. Фіскальна політика. Уряди використовують ІОФ для розрахунку фіскальних показників та планування бюджету.

Отже, ІОФ є важливим інструментом для багатьох галузей, де використовуються основні фонди, таких як бізнес, фінанси та урядові організації.

Для розрахунку ІОФ використовуються різні індекси, які відображають зміну рівня цін на споживчі товари та послуги. Один з найбільш поширених індексів - це Індекс споживчих цін (ІСЦ). Він вимірює зміну рівня цін на споживчі товари та послуги в країні.

Для розрахунку ІОФ необхідно знати базовий рік, коли встановлюється початковий рівень вартості основних фондів. Зміна вартості основних фондів розраховується як відношення поточної вартості до вартості в базовому році.

Якщо зміна рівня цін на споживчі товари та послуги більша, ніж зміна вартості основних фондів, то ІОФ буде більше одиниці. Якщо зміна рівня цін менша, ніж зміна вартості основних фондів, то ІОФ буде менше одиниці.

Отже, ІОФ є важливим інструментом для розрахунку депреціації та врахування впливу інфляції на вартість основних фондів. Він використовується для планування інвестицій, фінансового аналізу, оцінки ризиків та фіскальної політики. Для розрахунку ІОФ використовуються різні індекси, зокрема Індекс споживчих цін, який відображає зміну рівня цін на споживчі товари та послуги в країні.

Список використаних джерел

1. "Індексація основних фондів." [Електронний ресурс]. - Accounting-ua.com, accounting-ua.com/uk/encyclopedia/i/indeksaciya_osnovnih_fondiv.html.

2. "What is the Indexation of Fixed Assets?" [Електронний ресурс]. - Wisegeek.com, wisegeek.com/what-is-the-indexation-of-fixed-assets.htm.

3. "Indexation." [Електронний ресурс]. - Investopedia.com, investopedia.com/terms/i/indexation.asp.

Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук, доцент

*Д.С. Фронін
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Одним з найбільш цінних стратегічних ресурсів країни є молодь. На неї покладається фундаментальна історична роль рушійної сили, економічного зростання суспільства в майбутньому. Відповідно до Закону України "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді" із змінами: "Молоддю вважаються громадяни віком від 14 до 35 років" [1]. Молодіжна політика відображає позицію держави до цієї групи населення, її погляд в майбутнє та адекватність політичного курсу. Вона є засобом створення необхідних для молоді людини соціального становлення й розвитку умов і гарантій.

Молодіжна політика ефективна, коли процес виховання молоді, формування її світогляду об'єктивно сприймається та реалізується, з урахуванням наявності специфічних, зумовлених віком проблем. Досягнувши повноліття молода людина опиняється перед фактом самостійного вибору важливих напрямів свого життя і життя країни: рішення щодо освіти, сфери трудової діяльності, питань політичного вибору країни, а у декого, вирішення проблеми шлюбного вибору й дітонародження, а то і захисту країни у воєнний час. Вчорашній школяр не підготовлений самостійно вирішувати непрості для себе і нації питання, що загрожує хибністю випадкового вибору. Держава має здійснювати превентивну, збалансовану виважену політику щодо соціалізації, формування свідомого вибору молодого покоління. Дієвим є розробка і реалізація комплексу заходів, спрямованих на підтримку і захист прав та інтересів молоді, стимулювання їх участі в суспільному житті, формування та розвиток їх особистості, підготовка до викликів сьогодення та майбутнього. Важливим є впровадження програм та проектів спрямованих на розвиток і підтримку молодіжного підприємництва.

Молодіжна політика в зарубіжних країнах значною мірою заснована на наданні гарантій молоді, створенні певних умов для їх розвитку та самореалізації, реалізується через національні та регіональні молодіжні програми, які стосуються зайнятості молоді та запобігання безробіття, освіта та професійне навчання, проблеми навколишнього середовища, реабілітація, охорона здоров'я та профілактика захворювань, створення здорового способу життя тощо.

Такі програми часто є превентивними і призначені для запобігання неправильним крокам та діям молодих людей [2]. Молодіжна політика в контексті європейської інтеграції України є важливою складовою на шляху до зміцнення демократії, створення стабільності та розвитку.

Реалізація заходів молодіжної політики в ряді випадків перешкоджають несподівані чинники, що примушують вносити корективи. Україна як і більшість країн світу декілька років тому зіткнулась з проблемою пандемії COVID-19. А з лютого 2022 року в Україні додалась масштабна війна, яка торкнулася усіх сфер життя, особливо молоді. Наслідком стали вимушена освіта онлайн, скорочення масових заходів, внутрішнє переселення та еміграція за кордон, мобілізація молоді і призов на захист країни. Все це практично унеможливило цілеспрямовану виховну роботу молоді, реалізацію заходів молодіжної політики. Важливо не втратити час і вже зараз розробляти державні програми, що сприятимуть поверненню молоді і залученню її до участі у відновленні країни після війни.

Список використаних джерел

1. Закон України "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні" із змінами від 23.03.2004.

2. Особливості й основні функції державної молодіжної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lektsii.net/3-52143.html>

Науковий керівник: О.А. Євтушенко, кандидат економічних наук

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ. РОЗВИТОК ОСОБИСТІСНИХ І КОЛЕКТИВНИХ ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ

Д.М. Багацька

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ВАЖЛИВІСТЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

Все частіше ми живемо і працюємо у спільнотах, що складаються з людей та організацій із різних верств суспільства. Ці відмінності можуть бути мовними, релігійними, звичаями, традиціями чи цінностями.

Міжкультурна комунікація — це засіб, за допомогою якого відбувається обмін інформацією, думками, ідеями та почуттями між людьми та організаціями, які різняться за деякими чи всіма цими ознаками, вона як одна з найважливіших форм соціальної комунікації та взаємодії представників різних культур.

Три важливі елементи, які підкреслюють цінність і важливість міжкультурної комунікації в бізнесі:

по-перше, продуктивність. Спілкування між культурами ефективно підвищує продуктивність і ефективність у компанії. Безсумнівно, кожній компанії необхідно багато працювати, щоб покращити та підвищити ефективність культури спілкування всередині компанії, що, безсумнівно, вплине на загальну продуктивність цієї компанії;

по-друге, синергія між колегами. Важливо створити культурну синергію між людьми з різних культур у бізнесі. Спілкування, безумовно, є одним із найважливіших факторів, які впливають на створення належного клімату співпраці між співробітниками в компанії;

по-третє, - глобальна експансія. Глобалізація дозволила людям з різних культур працювати разом. Спілкування служить каталізатором і дуже ефективним інструментом, щоб уникнути проблем, що виникають через неправильне тлумачення, коли професіонали з різних культур і суспільств працюють разом у бізнесі, який з кожним днем розширюється по всьому світу.

Міжкультурна комунікація – це особливий ключ до успіху у бізнесі. У зв'язку з тим, що діловий світ стає ще глобальнішим, ніж будь-коли, бути активним слухачем і вдумливим оратором є ключем до ефективного спілкування. Хоча мовні та культурні бар'єри можуть здатися важкими для подолання, пошук потрібних ресурсів допоможе поліпшити міжкультурне спілкування на робочому місці. В умовах посилення міжнародних економічних відносин майбутнім фахівцям

вкрай важливо набути досвід міжкультурної комунікації, це забезпечує їм конкурентоспроможність на світовому ринку праці.

Маючи ці навички, можна будувати відносини, які є ключем до процвітання у сучасному діловому світі.

Список використаних джерел

1. <https://preply.com/en/blog/b2b-intercultural-communication-in-business/>
2. https://stud.com.ua/90288/kulturologiya/ponyattya_mizhkulturnoyi_komunikatsiyi
3. Амбарова, П.А. Міжкультурні комунікації: історія, теорія, методологія / П. А. Амбарова.
4. https://pidru4niki.com/2015080265804/menedzhment/neverbalni_zasobi_spilkuvannya

*Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент*

М.О. Волошін

Університет імені Альфреда Нобеля, м.Дніпро, Україна

ПІДХОДИ ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Однією зі складових підприємства, як інтегрованої виробничо-економічної системи, є управління людськими ресурсами, поряд з управлінням бізнесом. У літературі можна знайти й інші варіанти, що становлять систему підприємства, але елемент людських ресурсів завжди виділявся як основна частина системи управління.

Нині широко використовуються такі поняття, як управління працею, управління трудовими ресурсами, управління персоналом, управління людськими ресурсами, управління людськими факторами, кадрова політика та управління людськими ресурсами, які так чи інакше пов'язані з управлінням трудовою діяльністю людини та її поведінкою на робочому місці[1].

Метою управління людськими ресурсами є встановлення організаційних, економічних, соціальних, психологічних і правових відносин між суб'єктом і об'єктом управління, включно з працівниками, роботодавцями та іншими власниками організації. В основі цих відносин лежать принципи, методи і форми впливу на інтереси, поведінку і діяльність працівників з метою їх максимального використання. Людина у системі управління є провідною ланкою в усіх процесах, що забезпечують ефективну діяльність компанії. Тому, важливим питанням для менеджерів підприємства є підбір фахових і кваліфікованих працівників [2].

Отже, враховуючи важливість питання щодо якісного підбору виробничого персоналу підприємства, можемо означити наступні цілі для здійснення ефективного управління людськими ресурсами, а саме:

- підвищення конкурентоспроможності підприємства у ринковому середовищі;
- підвищення ефективності виробництва і праці, тобто досягнення максимального прибутку;
- забезпечення високої соціальної ефективності функціонування колективу.

Для успішного досягнення поставлених цілей необхідно вирішити такі завдання:

- забезпечити задоволення потреб підприємства у робочій силі в необхідній кількості та кваліфікації;
- досягнення розумного балансу між організаційно-технічною структурою виробничого потенціалу і структурою трудового потенціалу;
- повне й ефективне використання потенціалу робочої сили та виробничого потенціалу в цілому;
- створення умов для продуктивної праці, високого ступеня організованості, мотивації, самодисципліни та забезпечення здорового мікроклімату в колективі;
- забезпечення задоволення бажань, потреб та інтересів працівників щодо змісту їхньої праці, безпечних умов праці, форм зайнятості та можливостей професійного просування і зростання;
- координація виробничих і соціальних завдань (баланс інтересів підприємства і працівників, економічна і соціальна ефективність);
- досягнення ефективності управління людськими ресурсами та економії витрат на робочу силу.

Ефективність управління персоналом і повна реалізація поставлених цілей та завдань значною мірою залежать від принципів і методів управління персоналом [3].

Список використаних джерел

1. Базаров Т. Организационная культура и лояльность. Управление корпоративной культурой. 2013. № 1. С. 32–43.
2. Балановська Т.І., Гоголя О.П., Троян А.В. Словник-довідник з управління персоналом. Київ: ЦП «Компринт», 2017. 516 с.
3. Бруковська О. HR-брендінг. Робота з репутацією роботодавця. Корпоративна Іміджеологія. 2008. № 01 (02). С. 45-47.

***Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор***

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

При сучасних темпах науково-технічного прогресу організації повинні встигати за всіма змінами, що відбуваються, постійно вдосконалюючи свою діяльність і розвиток. Організація, що прагне зберегти свою конкурентну перевагу та зайняти лідируючі позиції на ринку, потребує працівників, які володіють сучасними знаннями і технологіями та здатні ефективно застосовувати їх на практиці. Будь-яка організація або підприємство має свій штат, що складається з професіоналів своєї справи. Персонал – це всі працівники, які працюють на підприємстві.

Розвиток персоналу – це комплекс заходів, спрямованих на підвищення професійної та управлінської компетентності працівників, що у подальшому сприяє підвищенню продуктивності праці та рентабельності бізнесу, зниженню виробничо-економічних втрат, пов'язаних із впливом людського фактору.

Професійний розвиток персоналу організації – це цілеспрямований і систематичний вплив на працівників за допомогою професійного навчання протягом їхньої трудової діяльності в організації з метою підвищення трудового потенціалу працівників або наданих послуг, підвищення конкурентоспроможності персоналу на ринку праці, забезпечення виконання працівниками нових складніших завдань [1].

Кожен працівник повинен чітко виконувати свої обов'язки, тоді як на малих підприємствах працівники повинні бути взаємозамінними, виходячи з економічної доцільності. Також слід зазначити, що управління розвитком персоналу має здійснювати людина, яка має далекоглядність і вміння стратегічно мислити, прогнозуючи ефективність співробітника. При цьому кращих працівників необхідно заохочувати не тільки матеріальними благами.

Метою розвитку персоналу є підвищення трудового потенціалу працівників для вирішення як особистих проблем, так і завдань функціонування та розвитку організації.

Важливість управління професійним розвитком персоналу, зокрема аграрного підприємства зумовлене наступним: ефективно налагоджена система сприяє ефективному використанню трудового потенціалу особистості; підвищує конкурентоспроможність персоналу; сприяє зростанню результативності діяльності персоналу зокрема та підприємства в цілому; сприяє ініціюванню та впровадженню інновацій різного роду в діяльність та сферу управління підприємства [2, с. 236].

Мотивацією до безперервного навчання може бути наявність зв'язку між результатом виробничої діяльності кожного працівника та наданням йому можливості навчатися: цінність працівника визначається обсягом коштів, які спрямовуються на вдосконалення його кваліфікація. Якщо у працівників немає інтересу, то навіть після проходження курсів, тренінгів вони не застосовуватимуть отримані знання.

Основним мотивом розвитку співробітника в організації є його бажання підвищити свій добробут, отримати нову посаду, розширити контакти або свою значущість. Розвиток персоналу складається з: навчання; професійної перепідготовки; підвищення кваліфікації; зміни в обов'язках конкретних співробітників або відділів; побудова системи кар'єрного зростання.

Підготовка персоналу є основним способом отримання професійної освіти. Це цілеспрямовано організований, систематично і планомірно здійснюваний процес оволодіння знаннями, уміннями, навичками та способами спілкування під керівництвом досвідчених педагогів, наставників, спеціалістів, керівників тощо [1].

Розвиток персоналу в організації може відбуватися різними шляхами. При їх виборі необхідно враховувати плюси і мінуси, очікуваний результат. Наприклад, якщо групові тренінги підходять рядовим працівникам, то керівникам вищої та середньої ланки потрібне індивідуальне наставництво. Неабиякий ефект також має запрошення професійних лекторів і бізнес-тренерів, які можуть навчити співробітників діловим навичкам і успіху в професійній сфері.

Таким чином, розвиток персоналу є тим інструментом, який в сучасних умовах дозволяє вдосконалити роботу співробітників і значно підвищити якість діяльності компанії. Стратегія розвитку персоналу організації має велике значення для будь-якого підприємства, адже без хорошої та професійної команди неможливий розвиток компанії.

Список використаних джерел

1. Гаврилюк І.В. Розвиток персоналу як фактор конкурентоспроможності працівників та організації. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua> (дата звернення 11.04.2023).
2. Сазонова Т.О. Система управління розвитком персоналу як важливий елемент менеджменту персоналу сучасного аграрного підприємства. Наукові розробки, передові технології, інновації 2017.С. 235-244.

Науковий керівник Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор

СУТНІСТЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Все починається з мотивації. Завдяки ній, ми можемо впровадити усе те, у що ми віримо, приносити потрібні результати і досягати встановлених цілей. Мотивація є важливою складовою успіху в будь-якій сфері життя, включаючи освіту, кар'єру, спорт та особисте життя. Задоволення потреб та бажання досягнення мети є двома головними факторами, які стимулюють людину до дії. Тому актуальність теми мотивації є незаперечною.

Персонал повинен відчувати підтримку і розуміти, що його думки є важливими для рішення бізнес-проблем. Керівництво повинно заохочувати персонал працювати і заробляти більше, а також показувати достатню відповідальність за результати своєї праці.

Загалом, мотивація персоналу є ключовим елементом, який допомагає підтримувати успішну ринкову економіку. Це дозволяє втримувати високі рівні продуктивності і ефективності у праці, заохочуючи персонал досягати своєї мети.

Мотивація персоналу - це процес, який може допомогти працівникам досягти кращих результатів та досягнути кращих професійних результатів. Існує багато різних способів мотивації персоналу, з яких найпопулярніші включають: платну модель; присвоєння обов'язків; програми заохочення; відпочинку; розвитку персоналу; соціальну сумісність.

Переваги мотивації персоналу включають успіх та продуктивність працівників, популяризацію та покращення робочих відносин, а також підвищення рівня моралі та задоволення персоналу. Також мотивація персоналу може допомогти створити приємний та задовільне працевлаштування для працівників.

Однак, мотивація персоналу може мати певні недоліки. Наприклад, персонал може відчувати занадто багато тиску для досягнення поставлених цілей. Також при неправильному використанні мотивації персоналу може виникнути багато негативних наслідків, таких як зниження моралі, задоволення працівників та демотивація. Також переваги мотивації персоналу можуть бути дорогими та витратними.

Недоліки мотивації можуть включати високі витрати на реалізацію, завантаження персоналу, неефективність прийнятих заходів та незадоволення персоналу. Важливо для компанії дотримуватися балансу між перевагами та недоліками мотивації персоналу, щоб заощадити на прийнятих заходах. Також необхідно проводити постійні оцінки ефективності мотивації персоналу, щоб переконатися, що прийняті заходи дають бажані результати.

Мотивація персоналу - це процес стимулювання працівників до досягнення високої продуктивності та залучення їх до досягнення

спільних цілей компанії. Сутність мотивації полягає в тому, що вона допомагає залучити працівників до процесу роботи, підвищити їх ефективність та задоволеність від часу, проведеного на роботі.

У сучасному світі мотивація персоналу є важливою складовою успішної діяльності будь-якої компанії. Україна не є винятком, і в цьому плані мотивація персоналу в Україні не відрізняється від світових стандартів. Головними мотиваційними факторами, які використовуються в Україні та світі, є зарплата, можливості кар'єрного росту, премії та бонуси, навчання та розвиток, комунікація та взаємодія з керівництвом та колегами, забезпечення комфортних умов праці.

У світі все більше компаній зосереджують свою увагу на мотивації працівників шляхом створення відповідальної та дружньої робочої атмосфери, що сприяє більшій мотивації працівників та дозволяє їм бути більш продуктивними. Для цього використовуються такі методи, як гнучкий графік роботи, забезпечення розвитку та підтримки здоров'я працівників, підвищення свідомості щодо екології та сталого розвитку.

Також у світі все більше компаній використовують мотиваційні практики, які забезпечують більшу відповідальність працівників та активну участь у процесі прийняття рішень. Це може включати створення командних проєктів, навчання лідерства та менеджменту, а також забезпечення можливостей для саморозвитку та самовдосконалення.

Україна також звертає увагу на важливість мотивації персоналу, особливо у зв'язку зі зміною економічної ситуації та підвищенням конкуренції на ринку праці. Зокрема, українські компанії розвивають свої програми мотивації, наприклад, застосовують систему бонусів та премій, стимулюють розвиток та навчання працівників, використовують соціальні пільги та інші механізми, що допомагають зберегти талановитих і досвідчених співробітників.

Отже, сутність мотивації персоналу в Україні та світі полягає в забезпеченні ефективної праці та досягненні спільних цілей компанії через залучення та стимулювання працівників.

Науковий керівник: О.А. Євтушенко, кандидат економічних наук

К.С. Малихіна

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасної ринкової економіки діяльність будь-якого підприємства включає в себе постійний систематичний аналіз і оцінку ефективності використання ресурсів, в тому числі ефективність функціонування системи управління персоналом.

Одним з найважливіших факторів функціонування і розвитку підприємства на сучасному етапі розвитку є ефективне управління персоналом. Ефективність діяльності будь-якої компанії залежить від того, як керівництво може організувати і керувати кадрами, від її кадрового потенціалу, здатності менеджменту забезпечувати функціонування і розвиток системи управління. Персонал компанії або «людський ресурс» в сучасних умовах виступає як стратегічний резерв для функціонування даної компанії.

Управління персоналом або персонал-менеджмент (human resources management, HRM, HR) – область знань і практичної діяльності, що спрямована на забезпечення роботи організації персоналом, який буде здатний виконувати покладені на нього трудові функції, і оптимальне його використання. Управління персоналом підприємства є невід’ємною частиною якісних систем управління.

Діяльність з управління персоналом представляє собою цілеспрямований вплив на людську складову організації, орієнтований на приведення можливостей персоналу у відповідність з цілями, стратегією, умовами розвитку організації. Управляти підприємством означає оптимально розподіляти цілі і завдання між структурними підрозділами (службами, змінами, бригадами і т.д.) і кожним окремим працівником підприємства.

Всі ці методи управління персоналом підприємства органічно пов’язані між собою і відіграють важливу роль у створенні ефективної системи управління персоналу. Ефективність застосування тих чи інших методів управління персоналом залежить від їх мотиваційної спрямованості, системності та наявності механізму їх реалізації, і передбачає управлінську роботу керівництва підприємством з пошуку та впровадження інноваційних сучасних методів управління персоналом в загальний комплекс методів управління персоналом.

Компанія «Гермес-Трейдінг» – це потужна інтегрована аграрна корпорація, ефективна робота якої базується на застосуванні новітніх технологій виробництва та зберігання продукції. Завдяки уваженому впевненому менеджменту та відповідальному ставленню до процесу виробництва, яке відображається у високих показниках якості, врожайності та продуктивності, компанія «Гермес-Трейдінг» – входить у ТОП-15 найбільш потужних вітчизняних зернотрейдерів України, тісно співпрацюючи з сільгоспвиробниками більшості регіонів України.

При проведенні аналізу управління персоналом в ТОВ «Гермес-Трейдінг» можна зробити висновок, що в цілому управління і самим підприємством, і персоналом має позитивні сторони: великий досвід роботи на ринку, популярність, хороша репутація. Колектив на підприємстві стабільний, виконує поставлені перед ним завдання. У той же час в ході дослідження були виявлені слабкі сторони. На підприємстві не розроблена місія, цінності, що знижує ефективність роботи персоналу. Працівники недостатньо добре знають іноземні

мови. Дослідження виявило недостатньо ефективну систему адаптації персоналу, високий рівень стресів і конфліктів.

Основну роль у розвитку ефективної системи управління персоналом підприємства відіграє навчання персоналу, тому що воно є джерелом підвищення рівня професійної компетентності працівника, способом прискорення адаптації співробітників до роботи на підприємстві й методом забезпечення більш глибокого розуміння ними стратегічної мети і організаційної культури підприємства. Все це безпосередньо впливає на підвищення їх індивідуального рівня конкурентоспроможності. Саме тому ТОВ «Гермес-Трейдінг» повинно сприяти розвитку найманих працівників.

Можна виділити основні заходи, що будуть сприяти підвищенню ефективності управління персоналом ТОВ «Гермес-Трейдінг», зниженню плинності кадрів, підвищенню згуртованості колективу і зацікавленості співробітників у саморозвитку (табл. 1).

Таблиця 1

План заходів з підвищення ефективності управління персоналом

Компоненти напряму	Напрямок розвитку
Дистанційне навчання Кейс-метод Тренінги Баскет-метод Secondment (своєрідне «відрядження»)	Навчання персоналу за допомогою інноваційних методів
Індивідуальна робота з керівником ТОВ «Гермес-Трейдінг»	Адаптація персоналу

Для формування ефективної системи управління персоналом в системі сучасного менеджменту в ТОВ «Гермес-Трейдінг» з початку 2023 року було впроваджено застосування інноваційних методів навчання персоналу та його адаптації. На 20.02.2023 року було визначено оцінку ефективності управління підприємством.

Проаналізувавши по отриманим даним результатів формування управлінської команди ТОВ «Гермес-Трейдінг», на думку керівництва, ефективність досить висока. Зробивши висновок, керівництву необхідно і надалі впроваджувати нові більш ефективні напрямки мотивації персоналу та удосконалення корпоративного управління, реалізація яких підвищить рівень ефективності управління підприємством до оптимального.

Науковий керівник: Литвиненко О.М. кандидат економічних наук, доцент

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ

Останнім часом у діловому світі по-справжньому усвідомлено важливість технологічних аспектів управління – як основної сполучної ланки між цілями, принципами менеджерів та економічним механізмом. Без технологічного забезпечення, яке має бути кардинально змінено внаслідок впровадження комп'ютеризації, ефективні рішення не можуть бути суттєво впроваджені у наше життя. Стрімка модернізація інформаційних технологій сприяє радикальній зміні комунікацій та обміну даними між співробітниками підприємства.

Метою даного дослідження є аналіз можливих шляхів підвищення ефективності комунікацій.

На міжособистісні комунікації впливають різні чинники – зворотний зв'язок, компетентність, статус, сумісність, соціокультурне середовище, права відправника, очікування, довіра.

У сучасних дослідженнях виділяють дві групи комунікаційних проблем на підприємстві:

1) структурні комунікаційні проблеми, пов'язані з бар'єрами, які виникають під час передачі даних;

2) проблеми міжособистісних комунікацій, пов'язані з поведінковими аспектами компанії [1, с.147].

Якщо проблеми міжособистісних комунікацій криються в індивідуальних особливостях людей і контексті передачі повідомлень, то основним напрямком організаційних комунікацій є формування ефективної системи передачі повідомлень. В організаціях зі складною багаторівневою структурою зазвичай виникають труднощі з передачею інформації. Чим більше рівнів у структурі компанії, тим більша ймовірність виникнення в ній істотних протиріч.

Наступні методи пропонуються як шляхи покращення спілкування: управлінське регулювання, удосконалення системи зворотного зв'язку, удосконалення системи збору інформації, створення каналів інформаційних повідомлень, впровадження сучасних інформаційних технологій.

Для покращення внутрішніх комунікацій пропонуються наступні рекомендації:

- необхідно заохочувати обмін, внесок і діалог між співробітниками;
- давати зворотний зв'язок співробітникам;
- лідери повинні подавати приклад;
- публічне озвучення цілей і завдань усім співробітникам, а не лише керівництву;

– використання онлайн-систем замість зустрічей допоможе покращити співпрацю через соціальні технології, збільшити продуктивність взаємодії;

– налагодження регулярних комунікаційних процесів;

– провести опитування співробітників, щоб отримати відповіді на найбільш актуальні питання;

– вміти слухати, сприймати та розуміти інформацію.

У сучасних умовах компанія, яка бажає утриматися на ринку, повинна приділяти велику увагу комунікаційним процесам, що відбуваються всередині та поза ним, розвиток та вдосконалення цього навичку зробить її діяльність ефективною та конкурентоспроможною. Обмін інформацією є важливим фактором діяльності організації, тому якщо комунікаційні зв'язки порушені (їх немає або не працюють), це

негативно позначиться на ньому – не буде злагодженої взаємодії відділів і співробітників, що призведе до конфліктів, а також буде відсутній зворотній зв'язок з клієнтами, що також знизить якість послуг, що надаються. Впровадження інформаційних технологій у процес управління комунікаціями дозволить швидко та ефективно вирішувати низку управлінських завдань.

Таким чином, у сучасних умовах дуже важливою є реорганізація техніко-технологічної бази управління, що забезпечує процеси інформатизації.

Основні напрями роботи з інформатизації управління лежать у сфері соціальної, організаційної та кадрової перебудови управлінської діяльності.

Список використаних джерел

1. Копитова І. В. Комунікації як основа механізму управління. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5. С. 146-151.

*Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук,
професор*

Є.М. Пірковець

Університет ім. Альфреда Нобеля.

ПИТАННЯ АДАПТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Однією з складових частин адаптивного управління підприємством є розробка та впровадження програм адаптації персоналу. Важко переоцінити значення налагодженості роботи команди на ефективність роботи підприємства або бізнеса в цілому. Управління персоналом є однією з ключових функцій менеджменту, яка забезпечує ефективність і результативність підприємства. Адаптивне

управління персоналом є концепцією, що враховує змінність умов діяльності підприємства та змінюється відповідно до змін у середовищі.

Особливості адаптивного управління персоналом полягають у здійсненні гнучкого підходу до управління персоналом. На відміну від традиційного управління, де керівники приймають рішення на основі статистичних даних та попереднього досвіду, адаптивне управління передбачає активну участь персоналу в прийнятті рішень та швидке реагування на зміни.

Однією з переваг адаптивного управління персоналом є збільшення продуктивності та підвищення ефективності підприємства. Активна участь персоналу в процесі управління дозволяє досягти кращих результатів та швидко реагувати на проблеми, що виникають в процесі діяльності.

Згідно з дослідженнями вітчизняних вчених [3] адаптивне управління персоналом включає впровадження більш ефективних систем мотивації персоналу, встановлення партнерських відносин з можливістю впливати на прийняття рішень, розвиток корпоративної культури та надання можливості подальшого навчання та саморозвитку персоналу.

Найважливішим в цьому сенсі питанням є адаптація самого працівника в компанії [2]. Задача адаптивного менеджменту створити не просто необхідні умови для праці в компанії, а й доброзичливу атмосферу, корпоративну етику, можливість підвищення кваліфікації, стимулювання саморозвитку та вмотивованість персоналу. Це сприяє не лише покращенню показників ефективності, але й зменшує витрати на пошук та навчання нового персоналу.

Нами проводилося опитування менеджерів різних компаній малого та середнього бізнесу щодо мотивації в роботі.

Майже 90% опитуваних на першому місці визначили гроші. Більше половини опитуваних на другому місці розташували «плюшки», бонуси та інші додаткові пропозиції від роботодавця. Така сама кількість опитуваних розмістили на третьому місці корпоративні цінності та можливість кар'єрного зросту. Можливість подальшого навчання, так само як і віддаленість роботи від дому в першій трійці мотиваторів вказали менше 15%. Вважаємо, що ця тема потребує подальшого дослідження.

На думку деяких дослідників [4] адаптивне управління має орієнтуватися не на вирішення наявних проблем, а на ефективне використання наявних ресурсів і існуючих переваг.

З цією концепцією пов'язаний такий важливий моментом для адаптивного управління персоналом, який активно просувається в світі, є культура інклюзивності на підприємстві, мається на увазі залучення різних людей у всі економічні та соціальні процеси. Для бізнесу це означає формування команди із різних людей з унікальними характеристиками і можливостями так, щоб вони почувалися почутими

і важливими. Інклюзивність – це не модна тенденція, спрямована на соціальний контекст. В першу чергу йдеться про переваги для роботи самої компанії. Так, за даними McKinsey [1] гендерно різноманітні команди мають на 25% більше шансів мати ефективність та успішність вище середнього рівня.

В цьому контексті також важливо звернути увагу на той факт, що після закінчення війни до звичайного життя повернуться багато ветеранів, які будуть вимушені адаптуватися до сучасних умов праці. Багато роботодавців у всьому світі вважає, що ветерани не є стійкими та надійними через ПТС. Але за даними Міністерства у справах ветеранів США, лише 20% ветеранів відчувають вплив військового стресу в повсякденному житті. Нажаль, це реалії сьогодення. І бізнес має готуватися до того, щоб прийняти цих людей і допомогти адаптуватися до нормального життя.

Список використаних джерел

1. Bailey Reiners. 50 diversity in the workplace statistics to know <https://builtin.com/diversity-inclusion/diversity-in-the-workplace-statistics?fbclid=IwAR25H3dt7nLL4Urn8dOrgDTXpDum2bmiEGk0mFavg9FaVwVYJVbQr-2yk>

2. Овсяннікова В.В. Проблеми психологічної адаптації персоналу організацій / В. В. Овсяннікова // Проблеми сучасної психології. - 2013. - № 2. - С. 85-91.

3. Стец І.І. Адаптивне управління підприємством. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. №18.- С. 300-305.

4. Циганова О.С. Адаптивне управління підприємством: біономічний аспект / О. С. Циганова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2017. - Вип. 15(2). - С. 152-157.

Науковий керівник Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

А.С. Пододній
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Як відомо, мотивація є основною з рушійною силою прогресу. Люди, які працюють на підприємстві, яке приділяє чималу увагу системі мотивації, працюють значно краще та продуктивніше, що дозволяє підприємству значно збільшити рівень свого прибутку.

Мотивація може бути матеріальною та нематеріальною. Матеріальна мотивація включає в себе різні форми винагород, такі як

гроші, бонуси, премії, цінні подарунки тощо. Нематеріальна мотивація включає в себе усну похвалу керівництва, грамоти, подяки, можливість приймати участь у цікавих проєктах та інше.

Поняття «мотивація» виходить з поняття «стимул» та «стимулювання» та вперше з'являється на початку 19 століття.

Інтерес – це усвідомлена потреба людини, яка характеризує ставлення людини до значущих для неї предметів, явищ та благ. Інтереси людини можуть бути пов'язані з роботою, спортом, мистецтвом, наукою тощо [1, с. 14].

Мотив - це внутрішній стимул, який спонукає людину до певної дії або поведінки, що допомагає задовольнити її потреби. Мотив є усвідомленим внутрішнім спонуканням людини [1, с. 16].

Модель мотивації через потреби можна відобразити наступним чином:

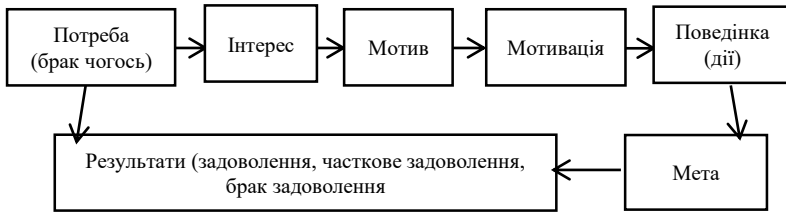


Рис. 1. Модель мотивації через потреби [1, с. 16].

Стимул - це зовнішній фактор, який викликає реакцію в організмі людини та спонукає її до дій. Завдяки стимулу суб'єкт управління, яким може бути директор підприємства впливає на об'єкт управління в лиці працівника чи колектив людей [1, с. 19].

Стимулювання - це процес використання стимулів з метою впливу на поведінку людини [1, с. 20].

Потреба- це категорія, яка породжує інтерес у людини до цільової діяльності задля одержання певних благ, які дали б змогу їх задовольнити [1, с. 14].

Виділяють такі основні ознаки, за якими можна класифікувати методи мотивації та стимулювання персоналу:

За формою винагород:

- Фінансова мотивація (збільшення зарплати, бонуси, премії);
- Нематеріальна мотивація (підвищення статусу, визнання, подяка, додаткові вихідні) [2, с. 411].

За характером мотивації:

- Індивідуальна мотивація (мотивація кожного працівника окремо);

- Колективна мотивація (мотивація групи працівників) [2, с. 411].

За цілями мотивації:

- Мотивація зростання (розвиток компетенцій, навичок, професійний розвиток);
- Мотивація досягнення цілей (досягнення певних результатів, виконання завдань);
- Мотивація затримки (затримка виконання негативних наслідків, покарання) [2, с. 411].

За часом застосування:

- Довгострокова мотивація (спрямована на досягнення довгострокових цілей);
- Короткострокова мотивація (спрямована на вирішення невідкладних проблем) [2, с. 411].

За методами використання:

- Традиційні методи (збільшення зарплати, премії, доплати);
- Нетрадиційні методи (розвиток лідерства, автономія, розвиток навичок) [2, с. 411].

З вищесказаного можемо дійти висновку, що підприємствам варто приділяти увагу саме нематеріальній мотивації. Нематеріальна мотивація може бути дешевшою, ніж матеріальна. Наприклад, компанія може визнати досягнення працівника за допомогою простої подяки або відзнаки, що не вимагає великих фінансових витрат.

Також, надання можливостей для саморозвитку та зростання може бути ефективнішим, ніж збільшення зарплати. Люди частіше мотивуються внутрішніми факторами, такими як досягнення успіху, розвиток та задоволення від роботи, нематеріальна мотивація може допомогти зберегти та привабити талановитих працівників. Люди більше схильні залишатися на роботі, де їх цінують, де вони мають можливості для розвитку та де їхній внесок оцінюється. Надання можливостей для навчання та саморозвитку, а також визнання працівників, може допомогти залучати та зберігати таланти.

Список використаних джерел

1. Мотивація персоналу : підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К. : КНЕУ, 2011. — 397с., с. 3.
2. Економіка і підприємництво, менеджмент / [С.М. Рогач, Т.А. Гуцул, В.А. Ткачук та ін.]. – К.: ЦП «Компринт», 2015. – 714 с.

Науковий керівник: І.М. Міро, викладач

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА УПРАВЛІННЯ

Складність та турбулентність сучасних умов функціонування економічних суб'єктів, розширення масштабів діяльності організації збільшення швидкості отримання інформації та нових знань зумовлюють необхідність розробки нових методів та інструментів управлінської діяльності, які забезпечать економічне зростання, збільшення виробництва та конкурентоспроможність підприємств як на внутрішньому, так і на світовому ринках.

Найважливішим ресурсом, здатним створити гнучку, адаптивну та ефективну соціально-економічну систему, є організаційна культура управління організації [1, с. 64-75].

Дефініція «культура» походить від латинського "cultura", тобто. обробка, виховання, освіта, розвиток. Згідно з філософським словником культура – це сукупність матеріальних та духовних цінностей, створених людством, які характеризують історично досягнутий рівень у розвитку суспільства.

Поняття «корпоративна культура» з'явилося пізніше – у ХІХ столітті, і запроваджено німецьким фельдмаршалом Мольтке (Helmuth Karl Bernhard von Moltke), який використовував його, характеризуючи відносини в офіцерському середовищі [2, с. 37-44].

У сучасних умовах багато праць вітчизняних та зарубіжних наукових діячів спрямовані на дослідження проблем формування організаційної культури, але найбільший інтерес викликає розгляд організаційної культури з позиції розробки механізмів використання організаційної культури як інструменту стратегічного управління організації.

Дефініції «організаційна культура» та її детальна обробка розпочалася наприкінці 70-х років ХХ століття. У сучасних умовах до розуміння суті та характеристики поняття «організаційна культура» існують різні підходи. Наприклад, О. Тихомирова [3, с. 155] виділяє три наукові підходи: 1-й базується на трактуванні дефініції через визначення показників діяльності організації та її членів; 2-й – на визначенні елементів організаційної культури;

3-й – на визначеннях, що трактують організаційну культуру як цілісну категорію. С. Роббінс [4, с. 67] пропонує розглянути організаційну культуру на основі десяти характеристик, які найбільше цінуються в організації:

- особиста ініціатива;
- готовність працівника йти на ризик;
- спрямованість дій;

- їх узгодження;
- забезпечення вільної взаємодії, допомога та підтримка підлеглих з боку управлінських служб;
- перелік правил та інструкцій, що використовуються для контролю та спостереження за поведінкою співробітників;
- міра ототожнення кожного співробітника з організацією; система винагород;
- готовність співробітника відкрито
- висловити свою думку;
- міра взаємодії у самій організації, коли він взаємодія виражено у формальній ієрархії і підпорядкованості.

На практиці, на думку більшості зарубіжних дослідників, під терміном організаційна культура можна розуміти культуру будь-якого типу організації, включаючи школи, некомерційні організації, вузи, органи влади та управління та, безумовно, бізнес-структури. При цьому щодо підприємств та організацій сфери бізнесу такі поняття, як організаційна культура та корпоративна культура, використовуються рівнозначно [5, с. 45].

Таким чином, найпоширенішими є такі трактування організаційна культура: засвоєні та використовувані членами організації цінності та норми, які визначають поведінку; атмосфера або соціальний клімат в організації; домінуюча в організації система цінностей та стилів поведінки.

Список використаних джерел

1. Аніщенко В.О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. №3(93). С. 64-75.
2. Браун Е. Методологічні засади дослідження корпоративної культури у соціально-філософському знанні. *Гуманітарний часопис*. 2011. № 1. С. 37-44.
3. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. Одеса: Инфра, 2011. 152 с.
4. Роббинс С.П. Менеджмент. Одеса: Вильямс, 2002. 880 с.
5. Беккер, Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / Г.С. Беккер: пер. с англ./ Сост., науч. ред., Р.И. Капелюшников; предисл. М.И. Левин. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 672 с.

Науковий керівник: І.М. Міро

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

У ситуації кризи, коли неможливо розраховувати на швидкі позитивні зміни на ринку, допомогу держави чи банків, ресурси для виживання та подолання кризи доводиться шукати всередині підприємства. Проблемами формування та розвитку організаційної структури підприємства займалися наступні вчені: М. Мескон, Ф. Хедоурі, Р. Блейк, С. Роббінс, Е. Долан, Дж. Стюарт, О. Харчишина, М. Магура, М. Курбатова, О. Білецька та інші. Проте, умови змін умов господарювання ряду вітчизняних підприємств призводять до зміни особливостей їх організаційної культури, що актуалізує подальші дослідження в зазначеному напрямі.

Метою роботи є визначення теоретичних та практичних аспектів формування організаційної культури підприємства в умовах кризи.

В процесі формування організаційної культури в умовах кризи підвищується роль керівника, який може функціонувати у розрізі трьох моделей:

1. Зразковий лідер. Його поведінка відрізняється авторитетом, впливом, а події чітко визначені антикризовою політикою компанії. Цю роль може виконувати як власник, так і найманий керівник.

2. Непохитний лідер. Власник діє, певен, можливо проводить мозкові атаки, стратегічні сесії.

3. Соціальний лідер. Керівник проводить конференції, наради зі своїми співробітниками, скорочує дистанцію з колективом.

У ситуації кризи необхідно приділяти особливу увагу навчання співробітників. Знання співробітників мають бути актуальними та спрямовані на ефективну роботу. Будь-яке навчання це фінансові витрати, тому до форми навчання потрібно підійти серйозно та знайти малобюджетний варіант навчання: наставництво; майстер-класи досвідчених співробітників; інструктаж; відрядження; щоденні планерки; стратегічні розмови; обмін досвідом; самоосвіта; Інтернет-конференції; електронне навчання; створення корпоративної бібліотеки. Крім того, мотивація персоналу необхідна, тим паче в умовах кризи. Оскільки організація не може використовувати матеріальні методи мотивації, вдаються до нематеріальних, а саме: колективні заходи, змагання всередині організації, наголос на дух компанії, спільний інтерес подолати кризу, показувати цінність кожного працівника.

Для скорочення витрат на формування організаційної культури необхідно вдаватися до скорочення штату. Але й таку неприємну процедуру можна зробити безболісно як для співробітника так і для організації. Тут може бути використана модель персоналу «20: 70: 10». Це означає, що 20% співробітників – це ключові фахівці, 70% – лінійний персонал, а 10% - співробітники, які не приносять відчутної користі компанії. Стратегія компанії щодо управління персоналом будуватиметься виходячи з цієї моделі. У сфері соціальної відповідальності посилити турботу про психологічне здоров'я. Колектив перебуває у стан стресу та розрядка атмосфери буде доречною. Варто виявляти увагу до важливих подій кожного співробітника (весілля, день народження), влаштовувати різні активні заходи, лотереї, фотоконкурси.

Висновки:

1. Необхідними елементами організаційної культури у період кризи стають: створення традицій та ритуалів, що сприяють підвищенню ефективності командної роботи, розвитку комунікаційних мереж; розробка внутрішньофірмового стилю та корпоративної символіки, що вигідно відрізняють підприємство від аналогічних на ринку; підвищення задоволеності умов праці; формування ціннісної структури, в якій особисті цінності співробітників та цінності організації є взаємодоповнювальними.

2. Ефективне управління підприємницької діяльності передбачає опору зовнішній тип мотивації, у своїй має передбачати виникнення, дослідити та аналізувати певну внутрішню мотивацію.

***Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук,
професор***

А.О. Сладік
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ЛІДЕРСТВО ТА КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЮ

Безперечним є той факт, що підґрунтям забезпечення ефективності будь-якого підприємства є персонал та раціональність його використання, потенціал працівників та стан управління в цілому. Водночас, перелічені чинники забезпечення ефективності діяльності підприємства багато в чому залежать від особистих якостей керівника, запорукою успіху якого виступає саме наявність такого фактору як лідерство.

Так, серед таких характеристик зазвичай виокремлюють довіру до керівника з боку персоналу, спроможність системного бачення певної ситуації, здатність адаптуватись до умов мінливого середовища і як наслідок, гнучкість в прийнятті управлінських рішень,

комунікативні здібності. Отже, однією з важливіших характеристик керівника як лідера виступають комунікативні здібності. Саме тому взаємозв'язок лідерства та комунікацій можна вважати щільним.

Крім того важливим в контексті даного дослідження є виокремлення таких видів лідерства як конструктивне, деконструктивне та нейтральне. Підґрунтям виокремлення таких типів виступає ефективність та якість комунікацій. Таке зауваження базується на тому, що саме від відповідності комунікацій належному рівню залежить спроможність керівника виступати в якості лідера та завдяки цього досягати цілей організації.

Важливим виступає також врахування комунікацій в класифікації підвидів лідерства за його стилями. Така класифікація передбачає виокремлення наступних підвидів (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація підвидів лідерства за його стилями

Стиль лідерства	Ключові компетентності	Особливості комунікації
Лідер-організатор	Вміння планувати, здатність розподіляти процес на окремі раціональні етапи, найбільш ефективні в невеликих групах, оптимістичні, здатні обирати оптимальне рішення серед можливих	Високий рівень комунікацій з оточуючими, оспричиняє довіру з боку підлеглих
Лідер-творець	Активний, енергійний, цілеспрямовані, здатні мотивувати	Шляхом зваженої комунікативної політики здатні долати перешкоди, згуртовувати колектив навколо себе
Лідер-борець	Вольові, з міцним характером, моментально приймають важливі рішення, імпульсивний, недалновидний	Агресивний тип комунікацій, завзяте відстоювання власних та колективних рішень
Лідери-дипломати	Здатність не розповсюджувати власні плани, зосередженість на основній меті	М'який тип комунікацій, спрямований на будову довірчих відносин, високий рівень комунікативної політики при проведенні переговорів
Лідери-розрадники	Вміють підтримати, порадити, завжди готові прийти на допомогу, ввічливі, готові до співчуття, добрі	Зважений тип комунікацій, спрямований на будову дружньої атмосфери в колективі

Джерело: запропоновано особисто

Процес управління комунікаційною політикою бізнес-організації загалом можна представити у вигляді п'яти основних послідовних етапів:

- 1) дослідження комунікаційної політики організації;
- 2) виявлення конкурентних переваг та окреслення основних чинників успіху у веденні конкурентної боротьби;

3) побудова конкурентної стратегії та визначення у відповідному контексті тактичних заходів;

4) імплементація стратегічних положень у господарську діяльність підприємства;

5) оцінювання результатів впровадження конкурентної стратегії та її корегування у результаті отриманні невідповідності.

Варто підкреслити цілісність концепції управління комунікаційною політикою бізнес-організації, при якій взаємовідносини між суб'єктами вивчаються у контексті системи, кожна складова якої визначає ефективність усього ланцюга. Впровадження даного підходу сприятиме функціонуванню підприємств у якості системи. Зважаючи на невизначеність та турбулентність процесів конкурентного середовища, бізнес-організаціям важко своєчасно реагувати на ринкові зміни не лише стосовно пошуку власного кола споживачів, але й щодо взаємовідносин з конкурентами, досягнення конкурентних переваг та визначення власної ринкової позиції. Як наслідок, виникає потреба у освоєнні керівництвом організації нових моделей управління, поглибленні обізнаності у питаннях комунікаційної політики, виробленні власних прийомів конкурентної боротьби.

У висновку можна зазначити, що лідерством необхідно керувати (наскільки це можливо), тобто виокремлювати лідерів, розвивати конструктивних та усунути деструктивних лідерів з подальшим процесом формування інституту лідерства в організації. Роль лідера в управлінні організацією сьогодні величезна.

Комунікація — це обмін інформацією, на основі якого керівник отримує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень, і доводить прийняті рішення до співробітників організації. Якщо комунікація погана, рішення можуть бути неправильними, люди можуть неправильно зрозуміти, чого від них хоче керівництво, або можуть постраждати міжособистісні стосунки. Ефективна комунікація часто визначає якість рішень і те, як вони насправді будуть реалізовані [1].

Наукова новизна результатів даного дослідження полягає в уточненні відповідності типу комунікацій стилям лідерства шляхом обґрунтування щільного зв'язку між ними.

Список використаних джерел

1. <https://ua-referat.com/uploaded/liderstvo-ta-komunikaciyi-v-upravlinni-organizaciyeyu/index1.html>

Науковий керівник: І.М. Міро, викладач

РОЛЬ КЕРІВНИЦТВА В ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Професійний розвиток персоналу є важливою складовою успіху сучасного підприємства, яке повинно постійно адаптуватися до змін у ринкових умовах, технологіях, вимогах клієнтів та конкурентів. Професійний розвиток персоналу сприяє підвищенню його кваліфікації, мотивації, лояльності, інноваційності та продуктивності. Однак професійний розвиток персоналу не може бути ефективним без активної ролі керівництва підприємства, яке визначає стратегію, цілі, напрями, форми, методи та ресурси для його забезпечення.

Роль керівництва в професійному розвитку персоналу можна розглядати на трьох рівнях: стратегічному, тактичному та оперативному.

На стратегічному рівні керівництво визначає місію, візію, цінності та стратегічні пріоритети підприємства, а також аналізує потреби ринку праці, конкурентоспроможності та потенціалу персоналу. На основі цього керівництво формулює загальну політику професійного розвитку персоналу, встановлює її цілі, принципи, критерії та індикатори оцінки ефективності. Керівництво також забезпечує належне фінансування, організаційне забезпечення та контроль за реалізацією політики професійного розвитку персоналу.

На тактичному рівні керівництво розробляє конкретні програми та заходи професійного розвитку персоналу, які враховують специфіку діяльності певних функціональних підрозділів та посадових осіб. Керівництво також здійснює відбір навчальних провайдерів (зовнішніх чи внутрішніх), методик навчання (формальних чи неформальних), форм навчання (очних чи дистанційних), тривалості навчання тощо. Керівництво також забезпечує координацію та комунікацію між усіма зацікавленими сторонами. Керівництво відіграє важливу роль у професійному розвитку персоналу, оскільки воно визначає стратегію та напрями розвитку компанії. Керівництво повинно забезпечувати персоналу можливості для навчання та підвищення кваліфікації, а також створювати сприятливу атмосферу для саморозвитку. Ефективне керівництво повинно розуміти, що професійний розвиток персоналу є інвестицією у майбутнє компанії, тому потрібно виділяти достатні ресурси на цей процес. Керівництво повинно створювати плани професійного розвитку для кожного працівника, враховуючи його потенціал та інтереси, а також потреби компанії. Керівництво повинно створювати можливості для перевірки та оцінки результатів професійного розвитку персоналу, щоб забезпечити ефективність цього процесу. Керівництво повинно

взаємодіяти з персоналом, надавати зворотний зв'язок та підтримку у процесі професійного розвитку. Керівництво повинно визнавати та винагороджувати успіхи та досягнення персоналу в процесі професійного розвитку, що стимулює їх до подальшого саморозвитку та досягнення високих результатів. Керівництво повинно бути відкритим до інновацій та нових ідей персоналу, оскільки це може привести до нових можливостей для професійного розвитку та успіху компанії в цілому. Керівництво повинно забезпечувати доступ до новітніх технологій та інструментів, які допоможуть персоналу розвиватися та покращувати свої навички. Керівництво повинно вести моніторинг ринку праці та професійних трендів, щоб прогнозувати майбутні потреби компанії та розробляти відповідні стратегії для професійного розвитку персоналу. Керівництво повинно стимулювати обмін знаннями та досвідом між працівниками, що сприятиме взаємному розвитку та підвищенню якості роботи компанії. Керівництво повинно ставити перед персоналом високі цілі та виклики, що спонукатимуть їх до саморозвитку та досягнення успіху. Керівництво повинно забезпечувати максимальну прозорість у процесі професійного розвитку персоналу, щоб працівники знали, які можливості є в компанії та як їх можна використати. Керівництво повинно підтримувати різноманітність у процесі професійного розвитку, щоб забезпечити, що всі працівники мають можливість розвиватися та досягати успіху відповідно до своїх потреб та інтересів. Керівництво повинно визнавати та враховувати індивідуальні потреби та особливості кожного працівника при розробці стратегії професійного розвитку, що допоможе максимально ефективно використовувати потенціал персоналу. Керівництво повинно забезпечувати належну підтримку та наставництво для новачків, які тільки починають свою кар'єру в компанії, щоб допомогти їм адаптуватися та розвиватися швидше. Керівництво повинно сприяти формуванню культури навчання та постійного самовдосконалення в компанії, що буде сприяти розвитку кадрів та підвищенню продуктивності. Керівництво повинно забезпечувати систематичні оцінки професійного розвитку персоналу та відповідні корективи у стратегії розвитку, щоб забезпечити досягнення поставлених цілей та максимальну ефективність процесу. Керівництво повинно забезпечувати належну мотивацію для професійного розвитку персоналу, наприклад, заохоченням до участі у навчальних програмах, наданням можливості брати участь у проектах, що дають можливість розвиватися та набувати досвіду. Керівництво повинно створювати умови для професійного зростання працівників та надавати їм можливість займати вищі посади в компанії, якщо вони мають відповідні знання та навички.

Отже, роль керівництва в професійному розвитку персоналу полягає в тому, щоб забезпечувати максимальну підтримку та

стимулювати розвиток працівників, що сприятиме розвитку компанії в цілому та забезпечить її конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел

1. А.М. Ткаченко, К.А. Марченко (2014). Професійний розвиток персоналу - нагальне завдання сьогодення. <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/88681/30-Tkachenko.pdf> [Accessed 8 Apr. 2023].
2. Pidru4niki. Сутність розвитку персоналу і його роль у забезпеченні конкурентоспроможності працівників та організації. https://pidru4niki.com/82008/menedzhment/sutnist_rozvitku_personalu_rol_zabezpechenni_konkurentospromozhnosti_pratsivnikov_organizatsiyi [Accessed 8 Apr. 2023].
3. Товканець С.А. Професійний розвиток персоналу як чинник конкурентоздатності підприємства в ринкових умовах. <https://goo.su/4w2bNw>

Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук, доцент

СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

D.O. Liubotska

Alfred Nobel University of Dnipro, Ukraine

WHAT IS THE MOST SUITABLE FORM OF DOING BUSINESS IN UKRAINE IN 2023, LLC OR SOLE PROPRIETORSHIP?

The difference between a limited liability company (LLC) and a sole proprietorship (an entrepreneur) is that in an LLC the owners are liable only within the limits of their contributions to the share capital, for example, if the owners have invested in the authorized capital UAH 100,000, then each of them will be responsible only for their investment, and in sole proprietorship, the entrepreneurs themselves carry out business activity and are responsible for all their property.

When setting up a business, there are four legal elements of running it: taxes, property, contracts, as well as responsibility for the consequences. The Ukrainian tax system is structured in such a way that payment of taxes will depend on two factors: firstly, form of business – whether it is an LLC or a sole proprietorship, and secondly, what kind of tax system was chosen when registering or when doing business. A limited liability company has dual taxation system, while a sole proprietorship does not. Each business has its own assets and its own property, for some it is warehouses and goods, and for others it is intellectual property, for instance, music, books and brands – all of these can be registered, patented, trademarked and, thus can acquire ownership of these assets. Sole proprietors by the law cannot be the owner of either property or intellectual property as they are not the subjects of property rights – they obtain the tax status as private individuals and only private individuals can register assets. In case when a lease agreement has been signed or property has been purchased, you become the owner as a private individual, not as a sole proprietor. In war times, you can register a sole proprietorship thanks to the application called «Diiа». LLCs and sole proprietorships are required to submit reports on an ongoing basis. However, the accounting of a limited liability company is much more complicated, because you also need to maintain balance sheet and keep other financial statements. What these two forms have in common is that they submit general tax reports on income, employees, and their property assets. LLC provides an opportunity for partnership in business. On the other hand, if you run a business as a sole proprietor and the need to attract a partner appears, you cannot do it from a legal point of view. At the legislative level, the responsibility of business owners is clearly delineated. For example, an

entrepreneur owed a certain amount of money for taxes, that is why he/she decided to close business. But even after having done it, he/she is still responsible for these taxes with all his/her property, thus, the debts will not disappear until he/she pays them. In an LLC, the situation is different, the liability is limited. For instance, if the company has a debt of UAH 100,000, but its property is UAH 10,000, then, these UAH 10,000 must be given and the bankruptcy procedure must be started. It is also necessary to consider the size of the authorized capital, for example 50,000 UAH, therefore, the company's property is not enough to repay the debt, so its founders will be liable only within this amount of money, so that the LLC can bear responsibility. Anyway, the debt in the amount of UAH 40,000 remains, and this is precisely the risk of cooperation with such type of a company. So, when the authorized capital is small, there are not enough assets, the company will fail to pay debts to its counterparties. The danger of setting up a LLC is that, for example, if there are several founders and they appoint a director, he/she can abuse the official position in the company and embezzle funds. The limited liability company cannot use the private property of the owner. As for the disadvantages of a sole proprietorship, profit limits should be mentioned, it is also difficult to sell a business, and you also need to register in your city of residence. One more disadvantage is that it is impossible to choose your company name, it will be named by your surname, name and patronymic name, but you can choose the name of your trademark.

There are many advantages and disadvantages of each form of business. Usually, each specific business requires its specific form. However, if the business is not stable at the initial stages, it is better to register a sole proprietorship, and if the business involves partners and large investments, and a person is more or less confident in the success of the business, then it is definitely necessary to register a limited liability company.

References

1. <https://profop.com.ua/>
2. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text>
3. <https://advislgl.if.ua/pravoviy-status-fizichnoyi-osobi-pidpriyemtsya/>
4. <http://advis.lengin.com/pravovyj-status-fizychnoyi-osoby-pidpryyemczya/>
5. <https://horoshop.ua/ua/blog/fop/>

***Scientific supervisor: Zh.V. Piskova, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor***

***Language supervisor: P. S. Volobuieva, Senior Lecturer of Foreign
Languages Department***

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Умови воєнного стану можуть стати перешкодою для ефективного виконання завдань з європейської та світової інтеграції молодіжної політики України, але, з іншого боку, саме в такі періоди важливо підтримувати та розвивати молодіжну політику з урахуванням особливостей соціального та економічного стану країни.

Економічні аспекти пов'язані з підтримкою молоді та їхнім залученням до економічного життя країни [1]. Наприклад, можуть бути запроваджені додаткові програми підтримки підприємництва серед молоді, створення робочих місць для молоді військової служби, а також забезпечення доступу молоді до освіти та підвищення їхньої кваліфікації.

Умови воєнного стану можуть суттєво вплинути на реалізацію молодіжної політики та її інтеграцію в європейський та світовий контекст. Основні соціальні аспекти європейської та світової інтеграції молодіжної політики України в умовах воєнного стану можуть бути наступними:

1. Збереження та захист прав молоді: Умови воєнного стану можуть призвести до порушення прав молоді, таких як право на освіту, зайнятість, здоров'я та безпеку. В умовах воєнного стану молоді люди можуть бути позбавлені доступу до освіти та праці через тимчасове закриття шкіл та вищих навчальних закладів, а також зниження кількості робочих місць. Інтеграція молодіжної політики України з європейськими та світовими стандартами може допомогти вирішити ці проблеми шляхом підвищення рівня доступності освіти та збільшення кількості робочих місць. Важливо забезпечити збереження та захист прав молоді в умовах конфлікту.

2. Підтримка психологічного здоров'я молоді: Воєнний стан може створювати психологічний тиск на молодь, зокрема через загрозу втрати життя та майна, переселення, віддаленість від сім'ї та друзів. Важливо забезпечити підтримку психологічного здоров'я молоді та здійснити необхідні заходи для запобігання психологічним травмам.

3. Розвиток молодіжної політики в умовах конфлікту: Умови воєнного стану можуть вимагати змін у молодіжній політиці та її інтеграції в європейський та світовий контекст. Наприклад, може знадобитися більше уваги на питання безпеки молоді, захисту прав та підтримки психологічного здоров'я. Важливо здійснити аналіз впливу конфлікту на молодіжну політику та розробити відповідну стратегію розвитку молодіжної політики в умовах воєнного стану.

Відбулися зміни в молодіжній політиці в Україні під час воєнного стану. Були вжиті заходи для забезпечення соціального захисту та розвитку молодіжного руху в умовах війни. Особлива увага приділяється питанням допомоги військовослужбовцям, посиленню патріотичного виховання молоді та створенню умов для активної участі молоді у громадському житті країни. національна молодіжна політика стала більш активною, орієнтованою на захист прав молоді та підтримку молодих людей, які зазнали агресії з боку росії [2].

Одним з прикладів можна вказати на збільшення коштів, які виділяються на молодіжні програми, зокрема на програму "Молодь за мир", що має на меті розвиток громадської активності та підтримку молодіжних ініціатив в регіонах з підвищеним ризиком [2].

Крім того, була створена робоча група з молодіжної політики при Міністерстві молоді та спорту, яка займається аналізом та розробкою програм та проектів для підтримки молоді в умовах воєнного стану [2].

Важливим напрямком роботи є формування позитивної іміджу України серед молоді, зокрема через залучення їх до соціальних проектів, які сприяють зміцненню міжетнічних зв'язків та довіри між національностями [2].

Отже, можна зробити висновок, що воєнний стан в Україні став викликом для розвитку молодіжної політики та сприяв її активізації, що зокрема проявилось у збільшенні фінансування молодіжних програм.

Список використаних джерел

1. Молодіжна політика. *Міністерство молоді та спорту України. Офіційний вебпортал*. URL: <https://mms.gov.ua/molodizhna-politika> (дата звернення: 01.05.2023).
2. Собко О. Марина Попатенко, заступниця міністра молоді та спорту. Молодь зацікавлена у відбудові України, тому маємо створити такі умови, щоб вона поверталася. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3675842-marina-popatenko-zastupnica-ministra-molodi-ta-sportu.html> (дата звернення: 01.05.2023).

С.В. Каменєва

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Місцеве самоврядування є важливою складовою демократії та правової держави в Україні. З метою забезпечення розвитку місцевого самоврядування у країні прийнято ряд нормативно-правових актів, які регулюють взаємодію місцевих органів влади з громадськістю та забезпечують реалізацію прав та інтересів громадян на місцевому рівні.

Одним із основних законодавчих актів, який регулює місцеве самоврядування в Україні, є Конституція України. Згідно з Конституцією, місцеві ради є органами місцевого самоврядування та здійснюють владу у межах своїх повноважень, визначених законами. Крім того, Конституція передбачає право громадян на участь у формуванні та діяльності місцевих органів влади [6].

Основним законом, який регулює місцеве самоврядування в Україні, є Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [5]. Згідно з цим законом, місцеве самоврядування є формою організації влади на місцевому рівні та здійснюється через органи місцевого самоврядування. Закон визначає правовий статус місцевих рад та місцевих громад, а також встановлює процедури формування та діяльності місцевих рад та їх органів.

Крім Закону «Про місцеве самоврядування в Україні», в Україні існує ряд інших законів, які регулюють окремі аспекти місцевого самоврядування. Наприклад, Закон України «Про місцеві вибори» [4] визначає процедуру проведення місцевих виборів, включаючи формування виборчих округів та визначення порядку голосування. Бюджетний кодекс України [1] визначає порядок фінансування місцевих громад та механізми забезпечення фінансової стабільності місцевих бюджетів.

Під час реалізації місцевого самоврядування важливу роль відіграють громадські організації. Закон України «Про громадські об'єднання» [2] визначає правовий статус та процедури реєстрації громадських організацій, а також встановлює їх права та обов'язки в процесі взаємодії з місцевими органами влади.

У сучасних умовах важливим елементом розвитку місцевого самоврядування є використання інноваційних технологій та електронного урядування. Закон України «Про електронні довірчі послуги» [3] забезпечує можливість використання електронних сервісів та підписів у процесі здійснення місцевого самоврядування. Також в Україні введено інформаційну систему місцевого самоврядування «E-demogasu» [8], яка забезпечує можливість взаємодії між місцевими органами влади та громадськістю з використанням інтернет-технологій.

Для забезпечення ефективного розвитку місцевого самоврядування важливою є також система навчання та підвищення кваліфікації місцевих державних службовців та керівників місцевих органів влади. В Україні діє Національна академія державного управління при Президентові України [7], яка забезпечує підготовку кадрів у галузі державного управління та місцевого самоврядування.

Загалом, нормативно-правові засади розвитку місцевого самоврядування в Україні забезпечують необхідні умови для розвитку демократичного та ефективного місцевого самоврядування, яке має на меті забезпечення реалізації прав та інтересів громадян на місцевому рівні. Проте, для досягнення максимального ефекту важливо постійно

вдосконалювати законодавство та практику роботи місцевих органів влади, враховуючи виклики та потреби сучасності.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 01.04.2023 року № 2456-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>
2. Закон України «Про громадські об'єднання» від 31.03.2023 року № 4572-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>
3. Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 01.01.2023 № 2155-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
4. Закон України «Про місцеві вибори» від 10.07.2022 року № 595-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-19#Text>
5. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 року № 280/97 ВР / Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1997. № 24. С.170.
6. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
7. Про центр дистанційного навчання. Офіційний сайт Національної академії державного управління при Президентові України. URL: <https://ipaacs.knu.ua/dlc/>
8. E-democracy. E-Ukraine - портал цифрового перетворення України. URL: <https://eukraine.org.ua/ua/e-democracy>

Науковий керівник Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор

***Д.О. Козюк**
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна*

ОПТИМІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОБ'ЄДНАНІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

Дослідження та оптимізація процесів бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту в об'єднаній територіальній громаді, аналіз поточного стану, розробка рекомендацій та впровадження заходів для підвищення ефективності фінансового управління та забезпечення сталого розвитку на підприємствах громади – важливе та актуальне питання.

Дана тема має на меті провести дослідження щодо можливості оптимізувати процеси бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту в об'єднаній територіальній громаді. Для досягнення цієї мети проведено аналіз поточного стану фінансово-економічної

діяльності підприємств громади з огляду на використання сучасних бухгалтерських методів та технологій.

На основі отриманих результатів розроблені рекомендації щодо впровадження оптимальних підходів до бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту, зокрема в розрахунках з постачальниками, оптимізації податкових зобов'язань та оптимізації фінансових потоків.

Також запропоновані конкретні заходи щодо впровадження рекомендацій з метою підвищення ефективності фінансового управління на підприємствах громади та забезпечення сталого розвитку, а саме:

- використання сучасних бухгалтерських методів та технологій;
- вдосконалення системи контролю за фінансово-економічною діяльністю;
- впровадження автоматизованих систем обліку та звітності, що сприятиме підвищенню ефективності фінансового управління на підприємствах громади.

Одним із основних напрямів оптимізації бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту буде вдосконалення процесів розрахунків з постачальниками. Зокрема, розроблені наступні рекомендації:

- використання електронних платіжних систем;
- автоматизація процесу внесення та обробки даних про розрахунки з постачальниками;
- встановлення ефективних систем контролю за розрахунками.

Також важливим аспектом оптимізації буде раціоналізація податкових зобов'язань підприємств громади, мінімізація та зниження податкових ризиків, пошук можливостей для застосування податкових пільг та знижок, а також впровадження ефективних механізмів контролю за дотриманням податкового законодавства.

Список використаних джерел

1. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні"
2. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні"

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

Л.О. Коробка
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Міжнародний менеджмент є основним видом управління в закордонних компаніях зі спільною співпрацею головної компанії, розвитком та досягненням спільної мети на світових ринках.

Інтернаціоналізація компанії проводить роботи з працівниками або клієнтами іншої країни, які мають іншу культуру. Треба подбати про адаптацію працівників.

Головним питанням для менеджера управління міжкультурними командами є знання іноземної мови. Керівник компанії повинен враховувати цей факт. Дійсно, перекладаючи власними словами, це може означати щось інше, іноді негативне, для співрозмовника. Може статися непорозуміння, а ось мистецтво міжкультурного управління ґрунтується саме на англійській розмовній мові. Ця мова є зрозумілою за кордоном усюди. Факт вміння говорити та розуміти цю мову є важливим критерієм для компаній. Але на цьому проблеми не закінчилися.

1. Емоційне вигорання. Це така річ, що може статися у будь-кого, наприклад, працівника чи керівника, немає різниці. Головне, це одразу помітити та надати допомогу, з точки зору, психологічних факторів.

2. Відсутність спілкування. Ще дуже є популярна проблема, з якою стикаються менеджери під час нагляду за командами, — це забезпечення ефективної комунікації. Оскільки кожен член команди має різну особистість, тоді існує ймовірність непорозуміння. Треба часто мати контакт зі співробітниками, можна розглянути можливість впровадження платформи обміну повідомленнями для робочого місця, яка дозволить усім швидко спілкуватися. Особливо це стало популярно та дуже потрібно, коли почалася дистанційна робота. В Україні існує міжнародний менеджмент, тому це точно потрібно впровадити, щоб співробітники мали змогу працювати зі своїми колегами на такій платформі. Вони зможуть тримати контакт один з одним.

3. Не якісна командна робота. Співробітники іноді втрачають зосередженість на співпраці, коли витрачають багато часу на виконання окремих завдань. Щоб відновити командну роботу, менеджери повинні переглянути мету проекту. Менеджери, які знаходять час, щоб відзначити зусилля своєї команди та прояснити мету своєї роботи, зазвичай помічають гарний результат та підвищення рівня мотивації.

4. Важкі співробітники. Бувають такі неприємні ситуації, коли керівники бачать, що працівники можуть викликати напругу на робочому місці. Знання того, як правильно розв'язувати будь-які проблеми, перш ніж вони стануть серйозними проблемами, є однією з поширених проблем, з якими стикаються менеджери. Цю ситуацію можливо вирішити для конкретної проблеми, взяти відгук від членів команди, та дізнатися про будь-які проблеми, які вони можуть мати під час виконання роботи або спілкування з членами команди.

5. Слабка культура на робочому місці. Коли команди відчують, що вони не пов'язані з рештою робочого місця, вони можуть відчувати зниження мотивації. Команди, які відчують себе частиною більшої групи, відчують більше впевненості та довіри.

Один зі способів сприяти міцній робочій культурі — це планувати виїзди на обід і винагороджувати працівників, які перевищують очікування.

Отже, особливість міжнародного менеджменту виявляється в умовах комплексного підходу до організації та діяльності міжнародної компанії, управління та створення програмно-цілевих структур, за допомогою яких виконуються поставлені перед компанією задачі. Ще важливо, це контроль та допомога співпрацівникам, а саме у розмовній мові, вмінні користуватися платформами для спілкування, винагороди та інших зазначених пунктах. Тому, в процесі реалізації зазначених вище пропозицій в підсумку і забезпечує ефективну діяльність міжнародної компанії в сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. <https://www.linkedin.com/pulse/intercultural-management-challenge-manager-kani-konat%C3%A9/>
2. <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13664/>
3. <https://ukrbukva.net/2683-Zadachi-i-problemy-mezhdunarodnogo-menedzhmenta.html>
4. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/management-challenges>

*Науковий керівник: Ж.В. Піскова , кандидат економічних наук,
доцент*

О.С. Полякова
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

МЕТОДИ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ

Ефективність функціонування підприємства на ринку безпосередньо пов'язана зі ступенем задоволеності клієнтів. З метою більш ретельного вивчення та повного задоволення потреб реальних і потенційних клієнтів, а також зниження ризику, що виникає у зв'язку з неоднозначною поведінкою споживачів, застосовується метод сегментації ринку.

Сегментування ринку є ефективним інструментом менеджменту і маркетингу, що дозволяє компаніям зосередитись на потребах та вимогах конкретних груп споживачів, забезпечуючи більш точний та ефективний менеджмент і комунікацію на продаж продуктів та надання послуг.

Сегментування ринку – це процес поділу ринку на групи споживачів зі схожими потребами та вимогами. Цей процес дозволяє компаніям розуміти, які групи споживачів існують на ринку, їх потреби та попит на продукти або послуги, що робить їх унікальними.

У результаті сегментування ринку компанії можуть зосередитися на конкретних групах споживачів та розробити для них спеціалізовані маркетингові стратегії. Це дозволяє досягти більш ефективних результатів у продажу продуктів та послуг, оскільки комунікація зі споживачами буде більш персоналізованою та зорієнтованою на їхні потреби [1].

Застосування сегментування ринку також допомагає компаніям уникати зайвих витрат на маркетингові кампанії, які не спрямовані на цільову аудиторію. Замість того, щоб спробувати захопити весь ринок, компанії можуть зосередитися на конкретних сегментах та спрямовувати свої зусилля на них.

Ринкова сегментація робиться для виявлення привабливості сегментів, вибору стратегії для різних сегментів та визначення можливостей їх обслуговування.

Оптимальними змінними процесу сегментування є ті, які найбільш чітко поділяють ринок як серед споживачів, так і серед виробників.

Для ефективного проведення аналізу сегментів менеджерам компанії необхідно під час проведення сегментації ринку використовувати один з методів: апіорі та кореляційної сегментації.

Метод апіорі застосовують, коли заздалегідь відомі ознаки сегментування, кількість сегментів, їх характеристики, карта інтересів. Цей метод менеджери часто використовують в тих випадках, коли сегментування не є частиною поточного дослідження, а служить допоміжним інструментом під час вирішення інших маркетингових завдань. Іноді цей метод застосовують за невеликої кількості сегментів ринку [2].

Метод кореляційної сегментації менеджери застосовують у разі невизначеності ознак сегментації і сутності самих сегментів, для виявлення яких проводять опитування. Залежно від висловленого ставлення до певної групи змінних респондентів відносять до відповідного сегменту. Цей метод застосовують під час сегментації споживчих ринків, сегментна структура яких не визначена щодо наданої послуги. [2]

Отже, сегментування ринку є важливим інструментом менеджменту і маркетингу, що дозволяє компаніям зосередитися на конкретних групах споживачів та забезпечити більш ефективну комунікацію та продаж продуктів та послуг.

Список використаних джерел:

1. Основи маркетингу: Пер. з англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. - 2-е изд. - К.; М.; СПб.: Видавн. дом "Вільямс", 2019.
2. Кохана Т. В. Стратегічний підхід до сегментації ринку / Т.В. Кохана // Аграрна економіка. – 2019. – Т. 6. – № 3–4. – С. 64–69. –

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

С.Р. Проскура
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна

СУТНІСТЬ КРОС-КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І ЙОГО РОЛЬ У ВЕДЕННІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Кожна країна унікальна, вона має свої специфічні ознаки, риси і національні особливості управлінської діяльності.

Крос-культурний менеджмент є комплексом методів і процедур, які, по-перше, спрямовані на мінімізацію від'ємного впливу міжкультурних відмінностей на вирішення управлінських завдань і, по-друге, сприяють формуванню міжкультурної компетентності, під якою розуміють здатність реалізовувати «культурно-цілісні рішення» проблеми у міжнародному бізнесі. Методи крос-культурного менеджменту можуть бути реалізовані як на макрорівні (перетин національних і регіональних культур), і на мікрорівні, під яким розуміють перетин професійних, організаційних, вікових та інших культур [1].

У контексті управління бізнесом крос-культурний менеджмент описує поведінку представників різних культур, які працюють в одній організації, і дозволяє порівнювати поведінку співробітників у компаніях, розташованих у двох чи більше країнах [2].

Крос-культурний менеджмент вирішує свої завдання на макро- та мікроекономічному рівнях.

Зовнішнім рівнем застосування закономірностей та технологій крос-культурного менеджменту є:

- участь у міжнародному поділі праці (регіональна, національна специфіка);
- взаємодія бізнес-культур при міжнародних контактах (переговори, зовнішньоекономічна діяльність підприємства);
- створення мереж філій та представництв в інокультурному середовищі (міжнародні, міжрегіональні, мережеві компанії);
- злиття та поглинання.

На внутрішньому рівні застосування закономірностей та механізмів крос-культурного менеджменту необхідно при:

- впровадженні на підприємстві нових технологій та систем господарювання;
- реформування та реструктуризації підприємства;

– управлінні полікультурними та поліетнічними колективами, також для підвищення міжкультурного потенціалу співробітників, яке, за сучасних умов, є необхідною умовою ефективного функціонування організації.

Вивчення крос-культурного менеджменту на підприємстві необхідне, тому що це дозволяє передбачати та запобігати можливим конфліктам, прогнозувати поведінку іноземних партнерів, уникати помилок в управлінні та спілкуванні з персоналом [3].

Виконання крос-культурним менеджментом своїх основних завдань дозволяє компанії виявляти, накопичувати та синтезувати культурно зумовлені знання, досягаючи синергетичних ефектів, коли інтелектуальний потенціал колективу є більшим, ніж сума потенціалів його окремих членів.

Крос-культурний менеджмент на підприємстві відіграє важливу роль, зокрема, у підвищенні економічного зростання підприємства та підтримці ефективного розвитку підприємства (технічного, організаційного, продуктового та ін.). Підвищення економічного зростання підприємства та ефективність його розвитку при виході на міжнародні ринки неможливі без реалізації функцій управління, які вирішують комплекс завдань стратегічного управління та включають систему крос-культурного менеджменту, що надає компанії певні переваги у ході формування стратегії розвитку.

Отже, можна дійти висновку, що основною характеристикою є ефективна взаємодія на перетині різних типів культур – як національних відмінностей, і інших елементів культурного різноманіття (релігійні, професійні, вікові та інші відмінності). Ці відмінності, закріплені на ментальному рівні, визначають особливості сприйняття представниками різних культур подій, явищ, процесів, що відбуваються з їх участю, формують стереотипи поведінки і можуть стати причинами непорозуміння та конфліктів на цьому ґрунті.

Список використаних джерел

1. Зенченко Н. П. Управління крос-культурними колективами в організації: дис. ... канд. екон. наук / Зенченко Н. П., 2017. - 154 с.
2. Мясоєдов С. П. Крос-культурний менеджмент / С. П. Мясоєдов, Л. Г. Борисова. - :Юрайт, 2015. - 314 с.
3. Левяков О. М. Крос-культурні комунікації [Електронний ресурс] / О. М. Левяков // Бізнес-школа SRC - Режим доступу: <http://www.src-master.ru/article26620.html>

***Науковий керівник: Піскова Ж.В., кандидат економічних наук,
доцент***

Володимир В. Ткач^{1,2},
Марта В. Кушнір¹,
Жозе Інасіу Феррау Мартінш²,
Жарем Р. Гарсія³,
Недждет Каракоюн⁴,
Галина М. Поченчук¹,
Петро І. Ягодинець¹

¹Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, Україна

²Факультет інженерії університету Порту, Португалія

³Штатний університет м. Понта-Гросса, Парана, Бразилія

⁴Університет «Юзунджу Йил», Ван, Туреччина

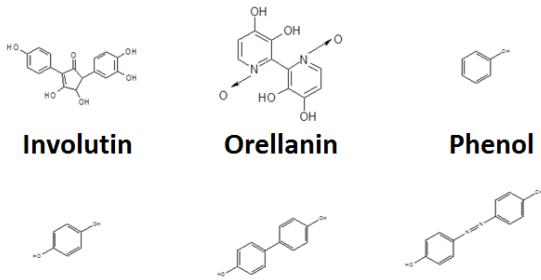
**ХІМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНА ТА ЕКОНОМІЧНА
ХАРАКТЕРИСТИКА ВИКОРИСТАННЯ
ОТРУЙНИХ ГРИБІВ
ЯК СИРОВИНИ ДЛЯ ОТРИМАННЯ
ЕКОБЕЗПЕЧНИХ ПОЛІМЕРІВ З ШИРОКИМ СПЕКТРОМ
ЗАСТОСУВАННЯ У ЦИРКУЛЯРНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Під терміном «циркулярна економіка» або «економіка замкнутого циклу» розуміється економічна модель, що полягає у відновлювальному виробництві. На відміну від традиційної – «лінійної економіки» для циркулярної відходи виробництва сприймаються як вторинна сировина для того самого або іншого процесу, що оптимізує виробничі ланцюги, технологічні схеми, нормує антропогенне навантаження на довкілля, тим самим здешевлюючи виробництво. Вважається, що циркулярна економіка є частиною Четвертої промислової революції і її проявами є розробка альтернативної енергетики, біотехнологій і так звана «зелена хімія», яка полягає у заміні хіміко-технологічних процесів на економічно вигідніші та екологічно дружніші.

У зеленій хімії реалізація принципів циркулярної економіки полягає у:

- Заміні синтетичних матеріалів на матеріали з відновлюваної сировини;
- Рекуперації відходів традиційних та «зелених» хімічних процесів з метою зменшення впливу на довкілля;
- Використанні матеріалів з відновлюваної сировини для альтернативних джерел енергії (головно, сонячної енергетики).

У даній роботі з хіміко-технологічної, екологічної та економічної точки зору розглядається використання отруйних речовин грибів *P. Involutus*, *C. Orellani* і *A Xanthodermus* (Рис. 1)



1,4-hydroquinone 4-4'dihydroxybiphenyl 4-4' dihydroxyazobenzene

Рис. 1. Фенольні токсини, що потенційно використовуються як мономери

В якості мономерів провідних полімерів з широким спектром використання, в тому числі:

- Перетворення енергії;
- Утворення суперконденсаторів та молекулярних машин;
- Вилучення йонів важких металів із стічних вод;
- Переробка відходів харчової та фармацевтичної промисловості;
- Утилізація наркотичних речовин.

Аналіз усіх згаданих процесів дозволяє зробити висновок про те, що він відповідає принципам «зеленої хімії» зокрема та циркулярної економіки загалом.

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ У ОСВІТНЬОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Mohammad Jammal

The British University in Dubai, the UAE

THE INFLUENCE OF STRATEGIC AGILITY ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE UAE

Nobody can deny that the completely educational system in the UAE, especially in the higher educational one has witnessed a noticeable reforms and changes since the beginning of the 21st century. This is due to the urgent necessity of creating a flexibly and agile educational system which copes with the demands of the 21st century education. Many graduates believed that attaining a postgraduate degree becomes a necessity, which could help them to increase the opportunity for getting a better job and improves the quality of the lifestyle and the job career. Therefore, I aim to investigate the impact of the agility in management at the higher educational sector in the UAE, during the time of crisis. (H. and Mustadi, 2019).

Problem statement:

➤ The implementation of strategic agility improves the ability to react to any unexpected changes while implementing the agility in the management improves the speed of responding to the variable changes which could occur.

➤ The need for implementing the agility in management at the higher educational workplace would increase new demands such as the need for speed at the workplace and the engagement of the artificial intelligence Programs through creating mobile apps and using developed technological systems which copes with the demands of the 21st century education.

Purpose of study

➤ The higher educational sector is considered one of the most important pillars of the educational system at any developed society. The partnership between higher education industry and the UAE government had paved the way to improve the transformation of the society and improving the Educational level in the UAE.

➤ The researcher purpose in this research study is to investigate the ability of the agile managers to improve the level of education at the higher educational institutions and create a strong and agile educational system which could transform the UAE society towards a better performance through updating the information technology and the infrastructure for the educational activities and the research studies. (MOE,2020)

Strategic agility is seen as a crucial necessity for organizations to achieve superior organizational performance. However, it is uncommon to

find a research framework that explains the relationship of strategic agility with its antecedents and organizational performance, especially in the private higher education sector in the UAE. As such, it is important to examine the antecedents of strategic agility so that the right resources and capabilities can be developed and deployed to impact organizational performance positively. This study validated the relationships found in the framework. One hundred and fifty-five private higher education institutions (HEIs) in UAE participated in the online survey which yielded a 41.33 per cent response rate. Data analysed revealed strategic agility is indeed central in the conceptualized relationships. Moreover, technologies, organizational capabilities, and people are proven to be strong antecedents of strategic agility. This study emphasizes that private HEIs essentially need strategic agility to realize superior organizational performance for future business sustainability.

References

1. Wahyuningsih, S. and Mustadi, A. (2019) “The implementation of Gerakan Literasi Sekolah (GLS) program in Elementary School,” *KnE Social Sciences* Available at: <https://doi.org/10.18502/kss.v3i17.4684>.
2. Website, M.O.E. (no date) *Home, Ministry of Education*. Available at: <https://www.moe.gov.ae/En/Pages/Home.aspx> (Accessed: April 11, 2023).

Iryna M. Miro

Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine

THE NEW ROLE OF EDUCATION IN POST-PANDEMIC AND WAR CONDITIONS

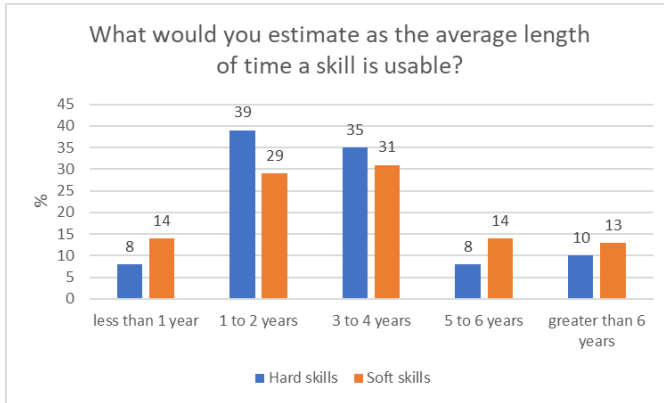
Employers and employees find themselves in a world outlined by change. The COVID-19 epidemic is the driver behind numerous changes, from the rapid-fire rise of adaptable and remote work to unexpected shifts in consumer actions. As organizations acclimatize to a post-pandemic world, numerous stumble on the skills gap — a significant difference between the skills demanded to achieve their aims and their labor force’s capabilities. If we talk not only about global trends, but first of all about Ukraine, then in addition to post-covid, we live in a war conditions now and we need to think about how to raise the economy after.

According to the SHRM survey 65% of employers now find important the short-term educational programs and ready to pay for them up to \$5,250, compare to 37% in 2020 and 2021 [1].

Employers are also redefining how they verify job skills, which could influence higher education. After all, three- fourths of repliers would interview applicants with certificates, and other qualifications rather than

with a bachelor’s degree. This finding sounds the alarm for universities to adapt to remodeling hiring practices by evolving new courses. When they do, universities can offer new ways for lifelong learners to gain skills as life, work, and the world evolve. Most of these employers also collaborate with universities and other organizations to modernize their training classes [2].

The validation period of soft skills and hard skills due to the survey you can find in the picture 1.



Picture 1. The lifetime of soft and hard skills [2].

So, according to experts, the lifetime of soft skills, such as critical thinking or teamwork, is mostly up to 4 years, and hard skills are mostly up to 2 years [2]. This issue is crucial for universities, employers, and, of course, graduates. This shows that the university education program cannot solve the problem of the qualification gap without farther periodic upgrading of the graduate's qualifications.

Employers who took part in the research note that they most actively cooperate with universities to upgrade the qualifications of their workers, 59% of companies choose cooperation with universities [2].

The statistics from the University of Toronto shows that there are 32,000 students enrolled in short-term courses at the university, while the University of Toronto has about 62,000 bachelor's and master's degree students [3]. So, the ratio of the number of students of short-term courses to the number of students of standard programs at the university is 1 to 2. All this gives reason and motivation for Ukrainian universities to develop the programs of lifelong learning.

So, among the variety of university programs should be not only bachelor's and master's programs, but also short- term professional development programs, there should be enough of them to solve the arising problems.

References

1. SHRM. Employee benefits survey: Executive summary. <https://www.shrm.org/hr-today/trends-andforecasting/research-and-surveys/pages/2022-employee-benefits-survey.aspx>
2. Capranos, D., Magda, A. J. (2023). Closing the skills gap 2023: Employer perspectives on educating the postpandemic workforce. Maitland, FL: Wiley Inc.
3. Report of the provost's advisory group on lifelong learning opportunities (2021)/ University of Toronto https://www.provost.utoronto.ca/wp-content/uploads/sites/155/2021/06/Lifelong-Learning-Report_FINAL.pdf

Scientific advisor: Hanna Y. Mytrofanova, Doctor of Economics, Full Professor

Hanna Mytrofanova

Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine

WAYS TO INCREASE THE FUTURE MANAGER'S MOTIVATION IN THE LEARNING PROCESS

Interest in the learning process is an important motive of the applicant's learning activities in the process of professional training. HEIs should constantly monitor the level of motivation.

For example, Alfred Nobel University has a good practice of monitoring the satisfaction of *higher education applicants* with the content, organization and quality of the educational process and the quality of educational programs, which has been conducted since 2018.

77.8% of applicants-managers – survey participants are completely satisfied with their studies at the chosen educational program, 18.2% - partially satisfied, 2.6% are not satisfied.

Higher education applicants who indicated that they were not satisfied with their studies at the educational program were able to indicate the reason for their demotivation.

The main motives for choosing the educational program "Management" can be seen in the Table 1. Among the proposed reasons for studying at the chosen educational program, the first three places were taken by: Alfred Nobel University has a good reputation (28.6% of respondents); the educational program in which I study meets my expectations (15.6%); University graduates have good employment prospects (11.7%).

Table 1

Reasons for studying in the educational program of future managers at Alfred Nobel University

Reasons for studying at the educational program and at the University	Survey results	Spot
Alfred Nobel University has a good reputation	22 (28,6%)	1
The educational program in which I study meets my expectations	12 (15,6%)	2
University graduates have good employment prospects	9 (11,7%)	3
This is an opportunity to get a higher level of qualification	8 (10,4%)	4
The University offers various international programs	7 (9,1%)	5
University graduates build a successful career	7 (9,1%)	5
It was recommended	7 (9,1%)	5
The university has a convenient location	4 (5,2%)	6
The educational program I study in has international accreditation	3 (3,9%)	7
I have already studied at this University	3 (3,9%)	7

To the question "Does the list of disciplines (structure of the educational program) meet your expectations? (there are all disciplines, the study of which, in your opinion, is necessary for future professional activity; there is no duplication of disciplines; there is no violation of the logic of teaching disciplines, etc.)" 90.9% of applicants answered that they correspond and mostly correspond.

96.1% of applicants evaluated the effectiveness of teaching and learning methods at a high level and are satisfied with teaching.

83.1% of respondents believe that the educational program stimulates them to self-education.

90.9% are satisfied with the quality of educational services of the university.

51.9% of higher education applicants, survey participants, participated in master classes, workshops, trainings, seminars conducted by invited practitioners, guest lecturers; 22.1% have only heard of such measures.

Academic disciplines that, according to applicants for future managers, were most useful for them: SMM; Psychology; Fundamentals of Management, Self-presentation; Theory and Design of Organizations; Self-Management, Management Psychology, Psychology of Professional Career;

Recruiting, Time Management, Business Economics, English and French; Finance, Money and Credit.

The monitoring results show that the Department of Innovation Management and Financial Analytics systematically approaches the motivation of the professional development of future managers and provides high-quality education in the specialty "Management".

To increase the motivation of the future manager in the learning process, it is proposed:

- to create a telegram channel to support applicants with elements of online psychodiagnostics for informational and analytical support of the professional development of prospective managers and to provide support in overcoming difficulties in professional development and crisis situations,

- to update the educational programs of bachelor's and master's degree, taking into account the level of the results of the survey on the competencies of the future manager and the level of formation of key competencies among the applicants.

- to monitor methodological support and pedagogical approaches used in the teaching of disciplines for bachelor's and master's programs, in order to ensure appropriate educational motivation and provide recommendations to teachers on improving teaching and learning methods to increase it.

- to develop measures to adapt first-year students to the conditions and requirements of studying in institutions of higher education, as well as for socialization in a new environment.

- to expand the range of extracurricular activities aimed at forming soft skills necessary for the future manager.

- to propose new measures to involve employers and specialists in the field of management in the educational process for a closer connection of the educational program with the future profession and a greater understanding of the need for the formation of certain professional skills in students and to increase the motivation of learning;

- implement acmeological measures to optimize professional development to correct the socio-professional and psychological profile of the individual.

Thus, the proposed measures will form the basis for building a system of motivation for the professional development of the future manager, who, in our opinion, will be able to perform complex tasks in a changing, unpredictable environment and ensure the sustainability, predictability and adaptability of organizations, which will increase his chances in the professional field, promote his professional growth and determine a successful business career.

АКТУАЛЬНІ ТRENДИ У ОСВІТНЬОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Актуальні тренди покращають освітній менеджмент не тільки для студентів і для викладачів вищих закладів.

Таблиця 1

Тренди у освітньому менеджменті

Найменування методу	Автор досліджень	Основні результати використання методу
Розвиток технологій у навчальному процесі	-	Цифрові технології є невід'ємною частиною освітніх процесів. Вони дозволяють поліпшити доступність освіти зробити його більш ефективним.
Розвиток кар'єрних центрів	-	В умовах швидкого розвитку технологій та зміни вимог ринку праці, освіта стає безперервним процесом. Освітні установи повинні надавати можливості для перепідготовки та підвищення кваліфікації своїх студентів протягом усього життя.
Розвиток соціально-емоційних компетенцій	Д.Гоулман	Сьогодні соціально-емоційні компетенції, такі як робота працювати в команді, вирішувати конфлікти, емпатія і самоуправління, стають все більш важливими у освіті.
Індивідуалізація навчання	-	Для ефективного навчання необхідно враховувати індивідуальні потреби та інтереси студентів. Освітні установи повинні використовувати індивідуальний підхід до кожного студента, надаючи можливість вибору індивідуальних освітніх програм.
Підвищення якості викладання та якості навчання викладачів	-	Викладачі є ключовим фактором в освітньому процесі. Вони впливають на якість навчання мотивацію студентів. Також викладачам буде цікаво проходити курси по їх спеціалізації.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/cifrovizaciya-osviti-dosvid-regioniv-aktualnist-dlya-pozashkillya-vidbulas-onlajn-sesiya-shodo-distancijnogo-navchannya>
2. Єрмаков Т.І. Індивідуальне розуміння концепту «Я» як ключова компетентність особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства. Наукові студії із соціальної та політичної психології. Київ : Міленіум, 2002. Вип. 6 (9). С. 200–207.
3. Матійків І.М. Розвиток емоційної компетентності майбутніх фахівців професій типу «людина–людина»: психологічний аспект.

Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні : матеріали наук.-техн. конф. наук.-педаг. працівників. Львів, 2012. С. 240–243.

4. Індивідуалізація навчання. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://phm.cuspu.edu.ua/ojs/index.php/NZ-PMFMTO/article/viewFile/966/946>

5. Менеджмент в освітянській сфері. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?id=381>

***Науковий керівник: З.С. Пестовська, кандидат економічних наук,
доцент***

К.О. Романенко

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПАНДЕМІЯ COVID-19 ЯК КАТАЛІЗАТОР ЗМІН В ОСВІТІ

Освітній менеджмент постійно розвивається та змінюється, що дозволяє освітнім закладам та менеджерам адаптуватися до нових викликів та можливостей. Використання сучасних технологій, підвищення якості освіти, розвиток мультидисциплінарної освіти та інші тренди допомагають студентам отримувати якісну та цікаву освіту, а також підготовлюватися до майбутніх професійних викликів.

Ось, наприклад, одним із викликів була пандемія COVID-19, але вона, навпаки, прискорила зміни в освіті та змусила школи та університети швидко адаптуватися до нових умов. Більш того, ці зміни показали, що в освіті можливе багато нових форм та методів навчання, які можуть бути більш ефективними та гнучкими. Однак, це також викликало нові проблеми, такі, як нестача ресурсів для дистанційного навчання, складнощі зі збереженням якості навчання та необхідність забезпечення доступу до освіти для всіх.

Пандемія COVID-19 стала каталізатором змін в освіті та показала, що освітня система повинна бути гнучкою та здатною адаптуватися до змін. У майбутньому ці зміни можуть призвести до нових інновацій та поліпшень в освіті, які можуть бути корисними для всіх студентів та учнів.

Одним із актуальних трендів у освітньому менеджменті, який був розповсюджений завдяки COVID-19 - це розвиток онлайн-освіти. Інтернет відкриває нові можливості для освіти, і онлайн-навчання стає все більш популярним. Цей тренд вимагає від освітніх закладів нових стратегій та ресурсів для забезпечення якісної онлайн-освіти.

Зараз же розвиток гнучких форм навчання, таких, як дистанційна освіта та гібридні форми навчання, стає все більш популярним. Це дозволяє студентам навчатися за своїм власним

графіком та віддалено, що дозволяє забезпечувати доступ до освіти для студентів з різних куточків світу та з різними обставинами.

Зараз кожен учень може вибрати для себе найзручнішу модель навчання, такі як: онлайн-курси, відео-уроки, веб-семінари, масові відкриті онлайн-курси, онлайн-тренінги, мобільні додатки для навчання.

Онлайн-освіта дозволяє студентам навчатися з будь-якого місця та в будь-який час, а також надає можливість взаємодіяти з викладачами та іншими студентами зі всього світу. Це робить навчання більш доступним та гнучким для студентів, які мають різні потреби та розклади. Менеджмент в онлайн-освіті відіграє важливу роль у забезпеченні успіху навчальної програми та забезпеченні якісної освіти для студентів.

Основні причини, чому менеджмент є важливим в онлайн-освіті, включає: організацію навчального процесу - менеджмент забезпечує організацію навчального процесу, включаючи розробку навчальної програми, планування занять, визначення методів оцінювання успішності студентів та інші аспекти; координацію роботи викладачів - менеджмент відповідає за координацію роботи викладачів та забезпечення високої якості навчання, що допомагає викладачам розробляти та оновлювати навчальні матеріали, визначати методи навчання та сприяють взаємодії між викладачами та студентами; підтримку студентів - менеджмент забезпечує підтримку студентів, включаючи забезпечення доступності онлайн-матеріалів, розв'язання технічних проблем, надання консультацій та підтримки під час навчання; моніторинг та аналіз успішності студентів - менеджмент відповідає за моніторинг та аналіз успішності студентів, щоб забезпечити високу якість навчання. Вони збирають дані про відвідування студентами курсів, рівень засвоєння матеріалу, результати тестів та інші аспекти успішності студентів; розвиток нових технологій та інновацій - менеджмент відповідає за розвиток та впровадження нових технологій та інновацій в онлайн-освіту. Вони допомагають відслідковувати нові тенденції та відкривати нові можливості для покращення якості навчання. Також вони сприяють впровадженню нових методів навчання та розвитку нових онлайн-курсів.

Освітній менеджмент в онлайн-освіті допомагає забезпечити високу якість навчання та зробити його більш доступним для студентів.

Список використаних джерел

1. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 4, Т. II <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
2. Аудитория Уанета Февраль 2011 г. [Електронний ресурс] // Gemius. – Режим доступу: <http://www.gemius.com.ua>.

*Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент*

СЕКЦІЯ 6. ФІНАНСОВО-БАНКІВСЬКІ ТА АДМІНІСТРАТИВНІ ПОСЛУГИ: ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

С.Д. Вабілева

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Фінансово-банківські та адміністративні послуги є важливими сферами економіки і громадського життя будь якої країни. Ці послуги надаються населенню та підприємствам, що вимагає високої якості управління та ефективного розвитку.

Однією з основних проблем управління в цих сферах є висока конкуренція. Зараз на ринку фінансово-банківських та адміністративних послуг присутні багато підприємств, що пропонують аналогічні послуги. Це викликає необхідність постійного підвищення якості та ефективності надання послуг, що може призвести до збільшення витрат та погіршення конкурентоспроможності. Також необхідно звернути увагу на взаємодію з державними органами. Зміни в законодавстві можуть суттєво вплинути на діяльність підприємств у цих сферах, тому необхідно відстежувати зміни та адаптуватися до них.

Ще однією проблемою є технологічний розвиток. Сьогодні клієнти вимагають швидкого та зручного доступу до послуг, а також новітніх технологій для їх надання. Це вимагає від підприємств значних інвестицій і розробку та впровадження нових технологій, наприклад e-wallets. Електронні або цифрові гроші (e-wallets) вже стали важливою складовою фінансово-банківської сфери і одним з найбільш інноваційних продуктів в цій галузі, але ще мають великий потенціал для розвитку. Основні перспективи розвитку цифрових грошей у банківській сфері можна виділити наступні:

1. Розширення функціональних можливостей: розвиток цифрових грошей може відбуватися за рахунок розширення функціональних можливостей, зокрема, введення нових сервісів та функцій, таких як переказ коштів за межі країни, оплата послуг та товарів в Інтернеті, випуск власних цифрових валют та ін.

2. Підвищення безпеки: з розвитком технологій цифрових грошей також зростає потреба у підвищенні безпеки платіжних систем. Банки та інші фінансові установи мають працювати над забезпеченням надійності та захищеності цифрових грошей від зловживань та кібератак.

3. Використання блокчейн технологій: використання блокчейн технологій може підвищити безпеку та надійність цифрових грошей, що зменшить ризик шахрайства та зловживань. Також використання

блокчейн технологій дозволяє створювати децентралізовані системи, які не потребують проміжних посередників у платіжних операціях.

4. Використання штучного інтелекту та аналітики даних: використання штучного інтелекту та аналітики даних може допомогти банкам та іншим фінансовим установам підвищити ефективність та точність аналізу платіжних операцій та ризиків.

5. Розвиток міжнародних платіжних систем: розвиток міжнародних платіжних систем, таких як SWIFT, може забезпечити швидкий та безпечний обмін цифровими грошима між банками.

Таким чином, фінансово-банківські та адміністративні послуги мають великий потенціал для розвитку, зокрема через розвиток технологій та широке впровадження електронних грошей, яке дає можливість зменшити витрати на надання послуг та підвищити їх якість.

Вже зараз ми бачимо неабияке зростанням інтересу до криптовалют, та збільшення популярності цифрових грошей. Все більше людей стають зацікавленими у використанні цифрових грошей, як альтернативного засобу платежу, тому що:

1. Цифрові гроші пропонують більш безпечні та конфіденційні транзакції порівняно з традиційними методами платежу. Вони використовують складні алгоритми шифрування, що дозволяє знизити ризики шахрайства та злочинної діяльності.

2. Використання цифрових грошей дозволяє знизити витрати на транзакції та зменшити потребу у великій кількості працівників для обробки платежів. Це може позитивно відобразитись на конкурентоспроможності банків та забезпечити більш ефективну роботу фінансових установ.

3. Цифрові гроші дозволяють проводити транзакції між будь-якими країнами без необхідності обміну валют. Це зробить міжнародні транзакції більш доступними та швидкими.

Узагалі, цифрові гроші можуть відкривати багато нових можливостей для фінансово-банківської сфери, що може призвести до зростання інновацій та розвитку нових фінансових технологій. Однак, як і будь-який інший вид технологій, використання цифрових грошей повинно бути обумовлено розумним регулюванням та захистом прав споживачів.

Перспективи розвитку електронних грошей в фінансово-банківській сфері є дуже високими. Ось декілька причин - зручність: електронні гроші дозволяють здійснювати різні операції з будь-якої точки світу, де є доступ до Інтернету або мобільного зв'язку. Це значно зменшує час і зусилля, необхідні для здійснення транзакцій.

- Безпека: електронні гроші забезпечують високий рівень безпеки, тому що вони використовують спеціальні технології шифрування, щоб захистити дані користувачів.

- Швидкість: операції з використанням електронних грошей зазвичай здійснюються миттєво або за кілька секунд. Це дає можливість здійснювати операції в режимі реального часу.

- Розвиток мобільних технологій: з поширенням мобільних пристроїв з'являється можливість здійснювати платежі через мобільні додатки та SMS.

- Підвищення конкурентоспроможності: електронні гроші дозволяють банкам та іншим фінансовим установам збільшити свою конкурентоспроможність, пропонуючи зручний, швидкий та безпечний спосіб здійснення різноманітних операцій через Інтернет та мобільні пристрої.

Більш того, криптобанкінг та користування криптовалютою може бути врятуванням для людей, які намагалися створити банківський рахунок, але у них немає свідцтва про народження; для тих кому потрібно пройти велику відстань до відділення банку, щоб просто отримати гроші і це також актуально для людей, які народилися або живуть в країні, де йде війна, та міжнародні фінансові установи не працюють і не дають можливості отримати гроші. На жаль, статистика показує, що таких людей багато, а якщо точніше, то 1,7 млрд. чол. в усьому світі борються з такими проблемами і не мають доступу до банківських послуг. І це 22% від усього світового населення, а 2/3 від цих людей мають мобільні телефони. У зв'язку з цим, криптовалюта дуже актуальна для них і вони користуються нею як фіатною валютою.

Список використаних джерел

1. Віталій Кравчук, Дмитро Науменко, Андрій Глибовець. Електронні гроші в Україні. / Аналітичний звіт. – К.: Альфа-ППК, 2012. – 64с.

2. Сиделов П.А. The World Of Digital Payments / Мир Цифровых Платежей К.: Ханко. 2017 – 238 с.

3. Захаріадіс, Маркос і Пінар Озджан. «Економіка API та цифрова трансформація фінансових послуг: приклад відкритого банківського обслуговування». (2017). Гассер, Урс та ін. «Цифровий банкінг 2025». (2017). https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3000440_code2336895.pdf?abstractid=2975199&mirid=1

4. Павло Рубанов, Альфредо Маркантоніо. Альтернативні фінансові бізнес-моделі: онлайн-платформи. Фінансові ринки, інститути та ризики. Том 1. Випуск 3. 2017. С. 92-98.

5. Карчева Г. Т. Віртуальні інноваційні валюти як валюти майбутнього / Г. Т. Карчева С. М. Нікітчук // Фінансовий простір. – 2015. – № 2 (18). – С. 23 - 29.

6. Мельниченко О. В. Теоретичні засади електронних грошей / О. В. Мельниченко // [Електронний ресурс] \ Бізнесінформ № 8. – 2013. – Режим доступу : www.business-inform.net.

7. Батракова Т. І. Проблеми та перспективи розвитку електронних грошей в Україні / Т. І. Батракова, А. Ю. Грінченко // Мукачівський державний університет. – 2016. – № 7. <http://www.economyandsociety.in.ua/journal>.

8. Хмелевський І. Електронні гроші: проблеми обліку та здійснення розрахунків / І. Хмелевський // Податки та бухгалтерський облік. – 2012. – № 68 (1565). – С. 20 - 31.

Науковий керівник: Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук, доцент

В.М. Вареник, к.е.н., доцент
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДЕКЛАРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

У сьогоднішній Україні постає перед численними труднощами: світова економічна криза, глобалізація, пандемія, війна тощо. Не зважаючи на такі обставини, країна намагається функціонувати як у докризові часи.

В таких складних умовах стабільність економіки України залежить від ефективного функціонування податкової системи. Органи державної виконавчої влади мають змогу реалізовувати зовнішню та внутрішню політику, фінансувати бюджетні установи, армію, соціальні заходи виключно шляхом податкових платежів до бюджету країни.

Податок на додану вартість є одним з загальнодержавних податків, що забезпечує стабільність надходжень грошових коштів до Державного бюджету.

Для оцінки важливості ПДВ конкретно для нашої країни слід звернутись до останніх статистичних даних. Частка ПДВ з вітчизняних та імпортованих товарів у загальній структурі податкових надходжень до Державного бюджету України на 01 січня 2023 року складала 26,13 % [1].

Для стабільного надходження податку на рівні 40% та вище держава повинна проводити низку заходів, таких як облік, аналіз і контроль розрахунків за податком на додану вартість. Податкова політика повинна бути зваженою, а адміністрування податків результативним.

Взагалі всі підприємства використовують стандартний процес створення податкової декларації направлений на визначення податкового зобов'язання та податкового кредиту за правилами першої події, визначеної ПКУ, та заповненням відповідних додатків. Але зазначена схема не враховує багато деталей, що необхідно брати до уваги при складанні податкової декларації з ПДВ. Тому пропонуємо

більш удосконалену схему підготовки та складання декларації з ПДВ для підприємств з використанням функцій електронного кабінету платника податків, що буде складатися з 6 етапів:

1 Етап: Перевірка даних контрагента у реєстрі платників ПДВ (переважно нових). Наразі підприємства платники ПДВ стикаються з численними перепонами ведення господарської діяльності. Часто-густо блокуються податкові накладні з боку фіскальних органів. Заблоковані податкові накладні позбавляють права податкового кредиту і включення їх до Розділу I «Податковий кредит» є безпідставним. Тому пропонуємо бухгалтерам підприємств активно використовувати функції електронного кабінету для мінімізації допущення помилок.

Крім того, деякі покупці не надають вичерпної інформації щодо реквізитів підприємства, як-то статус платника ПДВ та номер платника ПДВ. Тому, перевірка даних контрагента у реєстрі платників ПДВ (переважно нових) є дуже актуальною для підприємства.

2 Етап: Формування щоденних запитів щодо отримання відомостей з ЄРПН.

За допомогою електронного кабінету підприємство формує запити на отримання інформації про зареєстрований податковий кредит, в якому відображається дата реєстрації та сума кредиту. Тому така функція електронного кабінету дозволить бухгалтерам зрозуміти які податкові накладні можна включати в декларацію, а які ні.

3 Етап: Контроль правильності складання зареєстрованої НП/РК в розділі «Отримані ПН/РК» електронного кабінету платника податків. Дуже важливий етап, тому що неправильно складена накладна не буде зарахована податковою інспекцією і буде виключена з реєстру податкових накладних.

4 Етап: Контроль статусу зареєстрованої НП/РК в розділі «Отримані ПН/РК» на предмет блокування та строків реєстрації.

Цей етап є важливим для підприємства, тому що вчасно зареєстрована ПН є одною з умов включення зазначеної суми до податкової декларації у той чи інший період. Тому важливо вчасно виявити заблоковані ПН та зрозуміти які подальші дії бухгалтера.

5 Етап: Контроль показників D та P.

Показники D та P, що відображаються в Електронному кабінеті у розділі Моніторинг ПН/РК, це показники-індикатори, що вказують на наявність «імунітету» від блокування реєстрації ПН/РК.

6 Етап: Формування декларації ПДВ та додатків до неї.

На цьому етапі відбувається формування декларації та необхідних додатків до неї, які надсилаються у відповідні терміни до Державної податкової служби України.

Проходження всіх вищенаведених етапів дозволить підприємствам мінімізувати помилки у складанні декларації з податку на додану вартість, що дозволить запобігти штрафам та доріканням з боку контролюючих органів.

Список використаних джерел

1. Доходи держбюджету України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/>.
2. Податковий кодекс України: закон України від 11.12.2022 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

В.О. Вознесенський

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ НАДАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙНИ

Для України наразі гостро стоїть питання безперебійної роботи банківського сектору задля забезпечення належного функціонування економіки та виконання соціальних обов'язків у державі. Наразі забезпечення населення фінансово-банківськими послугами відбувається за допомогою банківських відділень та мобільного банкінгу. Важливо зауважити, що велика частка клієнтів обслуговуються саме у відділеннях банків, відмовляючись від обслуговування в мобільних додатках. У свою чергу призупинення роботи відділень банків на територіях, де ведуться бойові дії, має суттєвий вплив на доступ до фінансових послуг, тим самим порушуючи базовий принцип інклюзії даного сектору економіки.

Призупинення роботи окремих відділень пов'язано як із необхідністю забезпечення безпеки працівників, так і з оптимізацією витрат, урахуваючи зниження прибутковості через військову агресію з боку РФ. Окремі рішення банків державного сектору, прийняті з метою мінімізації витрат, а саме щодо значного скорочення мережі банків та персоналу і потребують детального індивідуального аналізу та, можливо, перегляду. Адже економічна ефективність від таких рішень може бути знівельована негативним соціальним ефектом та нести потенційні загрози національній безпеці України, перешкоджати нейтралізації наслідків воєнної агресії та післявоєнному відновленню економіки [1]. Тож для зниження тенденції закриття відділень державними банками НБУ пропонує Міністерству фінансів запровадити мораторій на такі дії. Однак слід ретельно вивчати ризики для працівників тих відділень, які все ж таки продовжать роботу через мораторій.

Також вагомою причиною закриття відділень є відключення світла, і чим ближче до лінії зіткнення, тим частіше це відбувається. Однак для нівелювання цієї проблеми НБУ ініціював створення програми «POWER BANKING». Сутність програми полягає у створенні

мережі відділень з резервними джерелами живлення та зв'язку. До програми приєдналось 2350 відділень, з яких 272 перебувають безпосередньо в зоні активних бойових дій.

Слід відмітити, що розширити доступ до банківських послуг можна забезпечивши клієнтів достатньою кількістю терміналів самообслуговування. Розгалужена мережа банківських терміналів у районах бойових дій дасть змогу перенести відділення у більш безпечні райони. А для забезпечення стабільної роботи необхідно їх обладнати джерелами безперебійного живлення та джерелами незалежного інтернет-з'єднання, до прикладу акумуляторами та терміналами Starlink.

Ще одним варіантом надання банківських послуг населенню може бути пересувне відділення, створене у вигляді автомобіля з терміналами, засобами живлення та зв'язку. Оператори таких відділень будуть мати змогу обслуговувати клієнтів і залучати нових споживачів банківських продуктів (послуг). Актуальними місцями розташування таких відділень могли б стати «пункти незламності», котрі наявні в місцях бойових дій. Саме такий спосіб мав би великий соціальний ефект та користувався б попитом не тільки серед громадянського населення, а й серед військових.

Підсумовуючи, можемо зазначити, що вектор розвитку сфери надання банківських послуг в районі бойових дій може мати наступний вигляд:

- обслуговування в мережі відділень «POWER BANKING»;
- популяризація використання мобільних додатків банку;
- використання мережі автономних банківських терміналів;
- обслуговування мобільними відділеннями.

Список використаних джерел

1. (НБУ, 2023) Національний банк пропонує запровадити мораторій на скорочення мережі відділень державних банків під час війни. Джерело: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-proponuye-zaprovaditi-moratoriy-na-skorochennya-mereji-viddilen-derjavnih-bankiv-pid-chas-viyni>

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

*К.Д. Дегтяр
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна*

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВ «ЛОГОС»

Корпорація «ЛОГОС» успішно працює на українському ринку, активно розширюючи поле своєї діяльності. «ЛОГОС»-велика торгово-промислова корпорація, до її складу входять компанії, що спеціалізуються на виробництві, дистрибуції, імпорті та експорті різних

товарів народного споживання та слітної продукції і послуг [2]. З результатів SWOT-аналізу ТОВ фірма «Логос», провідними шляхами підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства є:

- оптимізація асортименту;
- розширення дилерської мережі;
- просування власного бренду при розширенні видів торгових марок;

марок;

- підвищення якості продукції;
- розробка більш гнучкої цінової політики.

В структурі виробництва спостерігається збільшення виробництва м'яса птиці та свинини, в той час як яловичини – зниження. В 2023 році виробництво м'яса в Україні склало 2,3 млн. т, що еквівалентне показнику 2022р., однак структура виробництва змінилась [3].

Таблиця 1

Баланс ринку м'яса в Україні в 2017-2023 рр., тис. т

Показник	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Попит на продукцію	2536	2623	2500	2520	2421	2389	2410
Внутрішнього ринку – всього, в т.ч.:	2418	2449	2400	2380	2215	2168	2132
фонд споживання	2408	2439	2280	2395	2208	2166	2130
інше споживання	10	10	9	8	7	2	2
Внутрішнього ринку (експорт)	118	174	120	159	206	221	279
Пропозиція продукції	2536	2623	2500	2560	2421	2389	2410
Внутрішнього ринку – всього, в т.ч.:	2210	2398	2200	2300	2327	2323	2323
власне виробництво	2210	2398	2200	2285	2327	2323	2323
Зовнішнього ринку (імпорт)	326	225	224	220	94	66	88

За січень-липень 2023 року виробництво яловичини склало 152,6 тис. тонн, що на 2,5% більше ніж за аналогічний період 2022р. Попит на продукцію в 2022-2023 рр. знижується, що пов'язано зі зниженням загальної чисельності населення. Виробництво м'яса в Україні в більшості випадків є збитковим та компенсується виробництвом зернових чи олійних. Збитковість виробництва яловичини в Україні за 2019 рік склала -22,3%. В 2019 році собівартість виробництва зросла в середньому до 3258 грн./ц. [3].

Отже, ТОВ фірма «Логос» має новітнє спеціалізоване обладнання фірм зі світовим ім'ям, а також діють нові унікальні технології, що дозволяє випускати продукцію найвищої якості з поліпшеними термінами зберігання. Головний конкурент ТОВ фірма «Логос» - м'ясокомбінат «М'ясний» існує з 2001р., офіційно бренд народився 25 серпня 2013 року. «М'ясний» випустив більше 80 позицій власної продукції і налагодив цикл виробництва від забою до реалізації в своїй мережі роздрібною торгівлі. МК «М'ясний» максимально

використовує багаторічний досвід західних колег: виробництво оснащене обладнанням згідно з усіма нормами і стандартами, які існують у даній галузі [2].

Таблиця 2

Оцінка конкурентів ТОВ фірма «Логос»

Показники	ТОВ «Магрок»	ТОВ «КТП Торгсервіс-Дніпро»	МК «М'ясний»
Якість	4	3	5
Умови поставки	4	3	4
Ціна	5	4	4
Асортимент	4	3	5
Лояльність покупців	4	3	5
Дилерська мережа	3	2	5
Всього	24	18	28

Позиціонування товару ТОВ фірма «Логос» включає: маркетингові дослідження (оцінка, аналіз та прогнозування ринку м'яса та м'ясних продуктів на ринку м. Дніпро та області); встановлення мети позиціонування (як якісного та відносно недорогого виробника продукції); розробка стратегії позиціонування; розробка тактики позиціонування (збільшення обсягів продажу за рахунок зниження цін та надання знижок); розробка комплексу маркетингу (ціна, товар, просування та продажі), оцінка ефективності позиціонування (аналіз виручки, прибутку та рентабельності).

Список використаних джерел

1. Режим доступу ТОВ фірма «Логос» Відомості про підприємство. –: <http://business.com.ua/portfolio/ooo-«magrok»>
2. Руделіус В. Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 2-ге вид. – К.: НМЦ «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
3. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070.

Науковий керівник: З.С. Пестовська, кандидат економічних наук, доцент

М.О. Кам'янович

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

РОБОТА ТА ПЕРСПЕКТИВИ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В ЕКСТРИМАЛЬНИХ УМОВАХ

За останні 5 років банківські та фінансові установи отримали досвід роботи в двох кардинально різних екстремальних умовах. Початок пандемії та війни застали банківську систему дуже неочікувано

і примусили до реактивного реагування, а планування було досить складним заняттям і важко прогнозованим. За цей період деякі гравці були змушені покинути ринок, але в цілому банківська та фінансова сфера в сукупності вистояла та проходить з відносним успіхом.

Особливою увагою відокремимо останній екстремальний період для фінансової системи – час від початку повномасштабної війни і до нині. Так як саме він і впи́не на майбутнє нашої країни. За цей період основними проблемами я вважаю ризик пошкодження власного та заставного майна, збільшення кількості проблемних кредитів та втрати частини активів банків. Незважаючи на складну обстановку впродовж останніх років, банківська система стабільно показує прибуток.

Таблиця 1

Прибуток банківського сектору за 4 останні роки[1]

Рік	2019	2020	2021	2022
Прибуток, млрд грн.	41,3	58,4	77,5	24,7

З даної таблиці можемо побачити, що банківська сфера генерує досить значну суму прибутку. І якщо не брати до уваги рік початку війни, то простежується гарна тенденція до зростання. Але такого обсягу та темпу, на мою думку, буде недостатньо для задоволення потреби в інвестиціях для післявоєнної то поточної відбудови, а також для розвитку бізнесу. За словами українських та міжнародних експертів, Україні може знадобитися декілька сотень мільярдів для цього[2]. Тож банківській сфері потрібно шукати нові можливості для збільшення робочого капіталу.

Тож можна підсумувати, що український фінансовий сектор є дуже підготовленим до роботи в екстремальних ситуаціях. Так як більшість світу зустрічалася з практикою роботи лише в період коронавірусної кризи, а Україна має досвід успішної роботи в період воєнного стану.

Звичайно ж майбутні стресові умови можуть бути відмінними від тих що вже відбулися або відбуваються, але досвід може також дозволити сформувати правильну стратегію роботи навіть і в інших нових умовах. Адже деякі проблеми і ризики вже були пропрацьовані раніше і можна винести висновок, що раніше було зроблено правильно, а що ні. І на мою думку, фактор такого досвіду є дуже важливим. Він може бути реальною конкурентною перевагою при залученні інвестицій в майбутньому або для співпраці українських фахівців в міжнародних проєктах.

Для більш стрімкого розвитку, на мою думку, потрібен додатковий стимулюючий фактор. Я вважаю, що Україні дуже потрібно розвивати відкритий, робочий ринок капіталу. Активна участь банків у розвитку такого ринку дозволить акумулювати кошти від приватних та

інституційних інвесторів і перенаправляти цю грошову масу на реальні потреби економіки і при цьому мати свій додатковий дохід. Початок дій в цьому сегменті вже був розпочатий активізацією роботи з ОВДП і надання можливості своїм клієнтам користуватися таким інструментом. Поступова спрямована популяризація дозволить стимулювати розміщення приватними підприємствам своїх боргових цінних паперів на українському ринку, де вони будуть реально затребувані. Що в свою чергу дасть поштовх до розвитку ринку капіталів. І українські банки в такому разі зможуть вперше для себе відкрити напрям інвестиційного банкінгу.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт НБУ. <https://bank.gov.ua>

2. Електронне видання «Слово і діло».

<https://www.slovoidilo.ua/2023/03/22/novyna/ekonomika/svitovuj-bank-nazvav-minimalnu-sumu-neobxidnu-vidnovlennya-ukrayinu>

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

Д.С. Котеленець

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Фінансова діяльність є однією з найважливіших складових успішної діяльності будь-якої організації, незалежно від її розміру та типу. Управління фінансовою діяльністю організації є процесом, який включає в себе планування, контроль та управління всіма фінансовими операціями, що здійснюються в рамках діяльності компанії.

Управління фінансовою діяльністю включає в себе багато аспектів, таких як управління бюджетами, фінансовий аналіз, оптимізацію фінансових потоків, управління кредитами та ризиками, а також інші аспекти. Успішне виконання цих фінансових операцій дозволяє організації забезпечувати свої потреби, збільшувати свою вартість та отримувати прибуток.

Управління фінансовою діяльністю організації є надзвичайно важливим процесом, оскільки неспроможність правильно управляти фінансами може призвести до фінансових проблем, втрати довіри інвесторів та навіть банкрутства. У цьому контексті, розуміння основ фінансового менеджменту та здатність правильно керувати фінансовими ресурсами є необхідною умовою для успішної діяльності будь-якої організації.

Можна сказати, що під управлінням фінансовою діяльністю організації слід розуміти процес управління розподілом, формуванням та використанням фінансових ресурсів суб'єкта господарювання.

Об'єкти управління фінансовою діяльністю підприємства можна представити наступним чином:



Рис. 1. Об'єкти управління фінансовою діяльністю підприємства [1]

Таким чином специфіка фінансової діяльності підприємства, проблеми її ефективного управління об'єднуються в чотири напрями в розрізі функціональних підсистем управління фінансовою діяльністю:

- управління ліквідністю та платоспроможністю;
- управління фінансовою стійкістю;
- управління рентабельністю (прибутковістю);

Інформаційне забезпечення управління фінансовою діяльністю організації формується з інформації, що включає бухгалтерську та оперативну звітність фінансових служб підприємства, інформацію банківської системи, валютних, товарних фондових бірж тощо.

Основні рішення у системі управління фінансами компанії, у тому числі й ті, які приймаються спільно з маркетинговими та виробничими підрозділами, такі:

– *рішення щодо інвестиційної діяльності*: напрями, величина та склад реальних та фінансових інвестицій;

– *рішення у сфері ринкової діяльності*: обсяг та номенклатура продукції, що випускається; обсяг реалізації продукції у розрізі ринків збуту; стратегія ціноутворення; система розподілу продукції та стимулювання збуту, тощо;

– *рішення у сфері операційної діяльності*: ступінь завантаження виробничих потужностей; величина та склад матеріальних запасів; величина дебіторської та кредиторської заборгованостей; величина залишку коштів; чисельність персоналу, рівень продуктивності та оплати праці, тощо;

– рішення щодо фінансування організації: величина, структура та вартість джерел фінансування; величина дивідендних виплат, тощо.

Дослідивши теоретичні аспекти управління фінансовою діяльністю організації, можна зробити наступні висновки:

1. Управління фінансовою діяльністю підприємства – це система прийняття рішень з проблем управління функціональними підсистемами, яка пов'язана з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів, пошуком та мобілізацією джерел фінансування з метою максимізації ринкової вартості підприємства [2].

2. Об'єктами управління фінансовою діяльністю підприємства є: фінансові ресурси; джерела фінансових ресурсів; фінансові відносини.

3. Завдання та цілі управління фінансовою діяльністю підприємства можна поділити на стратегічні та тактичні.

4. До інформаційних концепцій, що відображають основні положення щодо прийняття рішень при оцінці фінансової діяльності підприємства та протиріччя в оцінці інформації на рівні власників, інвесторів, кредиторів та менеджерів у процесі управління підприємством, можна віднести концепції асиметричної інформації, протиріччя інтересів (компромісна), моніторингових витрат та сигнальну концепцію.

5. Для підприємства необхідна цілісна концепція інформаційного забезпечення фінансової діяльності, при цьому необхідне забезпечення як довгострокових фінансових рішень, що охоплюють весь життєвий цикл підприємства та що стосуються управління інвестиціями, необоротними реальними та фінансовими активами, джерелами фінансування та дивідендною політикою, так і короткострокових фінансових рішень, що охоплюють рік або операційний цикл та стосуються управління номенклатурою продукції, що випускається, прибутком, оборотними активами, стратегією фінансування оборотних активів.

6. Сучасні проблеми управління фінансовою діяльністю підприємства можна класифікувати за сімома ознаками: за обсягом поширення проблеми; за тимчасовим фактором виникнення проблеми; за характером цілей підприємства, у досягненні яких виникла проблемна ситуація; за джерелом виникнення проблемної ситуації; за характером виникнення проблеми; за ступенем впливу проблеми на управління фінансовою діяльністю підприємства; за можливістю прогнозування проблеми.

7. Своєчасне реагування підприємства на нейтралізацію тієї чи іншої проблеми є запорукою успішного управління його фінансовою діяльністю.

Список використаних джерел

1. Бердар М.М. Фінанси підприємств: навчальний посібник / М.М. Бердар. – К.:Видавець Паливода А.В., 2012. – 464 с.
2. Кондратенко Н. О. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий менеджмент» (для студентів 5 курсу всіх форм навчання за спеціальностями 7.03060101 та 8.03060101 Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)) / Н. О. Кондратенко; Харків. нац. ун-тміськ. госп-ваім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 81 с.

Науковий керівник Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор

О.В. Кузеванова

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПРОБЛЕМИ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Український ринок фінансових послуг у наш час характеризується високим рівнем конкуренції між компаніями, що пропонують різноманітні фінансові продукти та послуги. Однак, поряд з чесною конкуренцією, існує також недобросовісна конкуренція, яка може мати негативні наслідки для споживачів та ринку в цілому.

Недобросовісна конкуренція на ринку фінансових послуг може приймати різні форми. Найбільш поширені з них – це нелегальне створення компаній, які надають фінансові послуги без необхідних дозволів та ліцензій, неправдива реклама, порушення правил продажу та обслуговування клієнтів. Також можливі ситуації, коли компанії пропонують послуги за заниженими цінами, але пізніше вимагають додаткових платежів та комісій, що не передбачені у відповідних договорах [1].

Одна з найбільш серйозних проблем недобросовісної конкуренції на ринку фінансових послуг полягає у тому, що вона може впливати на фінансову стабільність та довіру до ринку в цілому. Незаконні компанії, які надають фінансові послуги без ліцензій та дозволів, можуть використовувати власні кошти клієнтів для власних цілей, не забезпечуючи захист їх інтересів. Крім того, неправдива реклама та порушення правил продажу можуть призвести до того, що клієнти отримують неякісні та непотрібні для них продукти або послуги.

Щоб подолати проблему недобросовісної конкуренції на українському ринку фінансових послуг, необхідно здійснити комплекс заходів. Перш за все, важливо зміцнити законодавство та контроль з боку відповідних державних органів, що регулюють ринок фінансових послуг. Необхідно забезпечити більш жорсткий контроль за створенням

та діяльністю компаній, що надають фінансові послуги, та забезпечити належне виконання вимог щодо отримання дозволів та ліцензій на здійснення фінансової діяльності.

Другим важливим кроком може бути підвищення рівня фінансової грамотності серед населення. Якщо клієнти зможуть краще розуміти свої права та обов'язки при отриманні фінансових послуг, вони зможуть краще захистити свої інтереси та бути більш обізнаними при виборі компанії, з якою вони бажають працювати.

Третім кроком може стати зміцнення саморегулювання на ринку фінансових послуг. Компанії, які входять до асоціацій та об'єднань, повинні розробляти та дотримуватись правил етики та стандартів поведінки на ринку фінансових послуг, що допоможе зменшити кількість недобросовісної конкуренції та забезпечити належну якість наданих послуг. Також, саморегулювання може допомогти у створенні більш конкурентоспроможного та прозорого ринку фінансових послуг.

Четвертим кроком може стати вдосконалення системи відшкодування збитків клієнтів від дій недобросовісних компаній. Необхідно створити ефективний механізм відшкодування збитків, який би стимулював компанії до дотримання правил та норм ринку фінансових послуг та забезпечував належний захист прав клієнтів

Загалом, важливо пам'ятати про те, що боротьба з недобросовісною конкуренцією на ринку фінансових послуг повинна бути комплексною та системною. Це означає, що необхідно забезпечити якісний контроль за діяльністю компаній на ринку, підвищити рівень фінансової грамотності серед населення, зміцнити саморегулювання на ринку та створити ефективну систему відшкодування збитків. Лише таким чином можна забезпечити належний захист прав та інтересів клієнтів на ринку фінансових послуг.

Список використаних джерел

екуненко І.І., Струк Л.С. «Вплив конкуренції на стан кредитного ринку України. Сучасні підходи до управління підприємством» : збірник наук. праць IV Всеукр. наук.-практ. конф.: у двох томах. Київ, 2013, Т. 2.
садчий Є.С. Особливості діяльності фінансово-кредитних установ в Україні. Економіка і суспільство. 2016. №5.

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Наша країна – це країна з ринковою економікою, яка за останні роки значно посилала свої позиції й створила сприятливі умови для відкриття підприємницької діяльності, що спричинило розвиток підприємств різної форм власності. І просто неможливо уявити всі ці компанії без застосування фінансового менеджменту. Так як підприємство містить різноманітні фінансові розподільчі й обмінні відносини, що представляють собою грошові потоки, рух яких формує кругообіг капіталів компанії і оптимальне та свідоме управління ними забезпечить фінансову стійкість, ріст, розвиток та отримання прибутку [1].

24 лютого 2022 року розпочалася війна росії проти України, що принесла багато страждань і значно вплинула на економічний стан нашої країни. Стався той справжній форс-мажор, про який всі підприємці читали у книжках, вивчаючи економічні дисципліни, теоретично закладаючи ризики при стратегічному та оперативному плануванні чи укладаючи контракти з партнерами. Цей зовнішній фактор «вдарив» по всіх складових підприємства, а найголовніше на його фінансовий стан. І саме тут стає дуже актуально звернутися до фінансового менеджменту, основною метою якого є виявлення компромісу між цілями компанії та її фінансовими можливостями при їх втіленні.

Сьогодні фінансовий менеджмент спрямований на подолання криз у компаніях, так як у більшості виникли такі різновиди криз, як стратегічна криза, криза прибутковості, криза ліквідності, і всі вони так тісно пов'язані між собою, що викликають одна одну [2].

Багато підприємств сьогодні потребує використання активного виду антикризового управління, яке досить жваво реагує на вплив та зміни внутрішнього і зовнішнього середовища й застосовує відповідні оздоровчі дії. Даний вид управління характеризується такими особливостями, як: мобільність та динамічність при застосуванні фінансових ресурсів, програм та змін; збільшеною уважністю до фактору часу в управлінні процесами підприємства й швидкою дієвістю відповідно до ситуацій; розроблення цільових технологічних програм для створення й реалізації фінансових рішень управління; чітке спостереження за попередніми й наступними оцінками щодо обраної альтернативної поведінки компанії та її фінансових рішень [3,с.340].

Також постає завдання використати функції фінансового менеджменту: фінансовий аналіз та контроль (фінансові показники, бухгалтерська звітність, операційний аналіз, прогнозування

вірогідності банкрутства); розроблення поточного фінансового планування на рік, розділеного на квартали; управління фінансовими активами й пасивами (вибір доцільної структури капіталу, пропозиції щодо джерел залучення капіталу, робота з інвестиційними компаніями та банками, робота з довгостроковими позиками); забезпечення оперативної фінансової роботи (створення касового плану, платіжного календаря, розрахунок потреби в короткостроковому кредиті); оцінка рівня ризиків; вдосконалення фінансової роботи в компанії (створення шляхів нормалізації фінансових показників, робота з органами державного управління). Крім того, особливого значення набувають спеціальні інструменти антикризового управління: фінансова реструктуризація, санація щодо залучення капіталу із нових джерел, реструктуризація активів й виробництва, реорганізація підприємства, санація без використання додаткових фінансових ресурсів [3,с.342].

Сьогодні фінансовому менеджеру компанії доцільним буде ретельно проаналізувати зовнішні фактори впливу при управлінні, адже крім звичних факторів (зміни ринку споживачів, податкового кодексу, коливання курсу валют) до них додаються ще зміна ринку трудових ресурсів, нестача кваліфікаційних кадрів, знищення інфраструктури, нестача енергетичних ресурсів, вимушена зміна транспортної логістики та інше. Компаніям дуже складно самотужки впоратись із такою кількістю факторів впливу, допомогою є підтримка держави й міжнародних інвестиційних програм щодо підтримки бізнесу: компенсація за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб від держави; допомога в релокації підприємства в більш безпечні місця; урядова програма «eРобота», яка дає можливість відкрити бізнес коштом гранту; юридична консультаційна підтримка підприємців під час війни; чекліст для рестарту бізнесу розроблений Інститутом маркетингу в Естонії [4].

Отже, можна сказати, що фінансовий менеджмент відіграє суттєву роль на підприємстві під час війни, адже поєднує в собі різноманітні методи та інструменти, які спрямовані на раціональне, оптимальне, адаптаційне прийняття рішень в управлінні фінансовими потоками, формуванні капіталу, збільшення прибутку й виходу з ризикових та кризових ситуацій з мінімальними збитками. І саме використання таких засобів допоможе багатьом компаніям зберегти свою життєздатність, віднайти шляхи максимально безболісного переходу за необхідності в іншу сферу діяльності, сприятиме змінам у трудових резервах, віднайде ефективні методи застосування технологічних процесів, дасть поштовх у налагодженні тісніших зв'язків щодо співпраці зі світовими ринками й можливо відкриє нові методи фінансового управління, спираючись на досвід такого складного випробування, як в економіці, так і для народу нашої країни.

Список використаних джерел

1. Скаско О.І. Фінансовий менеджмент: Навч. посібник.-Львів: Растр, 2018. - 342с.
2. Дима Р.В. Кризовий менеджмент в умовах війни: як підтримати проєкт. [Електроний ресурс] - Режим доступу: <https://happymonday.ua/kryzovuj-menedzhment-v-umovah-vijny>
3. Фенченко М.В., Морозова Г.С. Фінансовий менеджмент в умовах активної фази війни в Україні. - [Електроний ресурс] -Режим доступу: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/12902/1/Aktualni%20problemi%20ta%20perspektivi%20rozvitku%20Ukrayini_2022_84-85.pdf
4. ДіяБізнес. - [Електроний ресурс] - Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/wartime>

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

М.Д. Московцев

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПОЗИТИВИ ТА НЕГАТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

На даний момент в Україні є дуже популярною така форма оформлення зайнятості як фізичні особи-підприємці (далі – ФОП). До переваг оформлення ФОП можна віднести наступне: швидке й просте оформлення, прозора система оподаткування, велика кількість видів дозволеної діяльності, значно менша кількість перевірок з боку «податкової». І дійсно, оформлення фізичної особи-підприємця – це перший крок який можна зробити, починаючи свій бізнес. Цей процес легітимізує діяльність і дає змогу гордо зватися підприємцем.

Зараз в Україні більшість людей вибирають одну з трьох груп спрощеної системи. Так, є й четверта. Але ця група передбачає вести діяльність лише в межах фермерського господарства. Також необхідно додати що при реєстрації ФОП можна вибрати систему оподаткування: спрощену або загальну. Загальна система оподаткування включає: податок на доходи фізичних осіб (18%) + військовий збір у розмірі 1,5% + єдиний соціальний внесок за ставкою 22%.

А ось зі спрощеною системою оподаткування все значно цікавіше. Тут є поділ по групам ФОПів: 1 група – ставка єдиного податку складає до 10% прожиткового мінімуму для працездатних осіб + єдиний соціальний внесок за ставкою 22% від мінімальної заробітної плати, 2 група - до 20% мінімальної заробітної плати + єдиний соціальний внесок за ставкою 22% від мінімальної заробітної плати , 3 група – 3% від доходу для платників ПДВ і 5% для неплатників ПДВ.

Отже, з вищесказаного можна зробити висновок, що потенційні підприємці в Україні мають можливість підібрати групу ФОПу та систему оподаткування саме для їх конкретного випадку, враховуючи вид діяльності, майбутній дохід, наявність або відсутність найманих працівників.

Щодо власного досвіду: вперше у 2019 році переді мною постало питання з вибору групи та системи оподаткування. Мій бізнес пов'язаний з продажем товарів в інтернеті, тому спочатку було вибрано основним КВЕД 47.91 «роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет». Після цього переглянувши доступні КВЕДи по всім групам прийшло розуміння, що можна обрати 2 або 3 групу спрощеної системи. Вибір було зроблено на другій групі, оскільки, на мою думку, вона є «золотою серединою» і найкраще підходить саме для роздрібно торгівлі з можливістю масштабувати бізнес, через досить великий річний обсяг доходу та можливість найняти до 10 працівників. По на загальній системі виглядало досить складним, і було вирішено обрати спрощену систему.

На даний момент вищезазначеному ФОП більше трьох років. І те, що «видно» на перший погляд – усе стабільно і просто. Пропоную ознайомитися з власним досвідом роботи як ФОП 2 групи на спрощеній системі оподаткування. Позитивні моменти:

уже швидке і просте оформлення. Від мого чіткого рішення про оформлення ФОП до отримання документів на руки пройшло не більше одного тижня. Але враховуючи діджиталізацію багатьох державних установ в Україні зараз є можливість пройти процедуру оформлення через додаток «Дія», і при наявності необхідних даних через 3 дні ви вже зможете почати свою підприємницьку діяльність.

плата податків проходить буквально за декілька хвилин, а з розповсюдженням додатку «Дія» ми маємо змогу не лише відслідковувати борги за податками, а й сплачувати їх декількома натисками на екран.

їйсно невелика і стабільна ставка по єдиному податку. Враховуючи, що діяльність ведеться вже більше трьох років, можна сказати, що за увесь цей час сума податків змінилася не більше ніж на 20%, що значно менше за інфляцію яку ми маємо на даний момент. Якщо підрахувати суму сплаченого ЄСВ (1340 грн.) (також є обов'язковим платежем) і єдиного податку (1474 грн.), то отримаємо на місяць суму у 2814 грн. Поділивши максимальний річний дохід 2 групи (5 587 800) на 12 місяців, ми отримаємо 465 650 грн доходу на місяць, і податок в сумі 2814 грн складає лише 0,6% від доходу на місяць, що значно менше ніж 3% та 5% на третій групі.

елика кількість спеціальних пропозицій від компаній з якими можна вести бізнес, які доступні лише для офіційно зареєстрованих клієнтів (ТОВ, ФОП): функція контролю оплати в Новій пошті (кошти заходять сразу ж на розрахунковий рахунок), реєстрація у сервісі «Вчасно», який

допомагає в документообороті – підписання та обмін документами через цифрову ідентифікацію, що суттєво полегшує взаємодію з партнерами, можливість продавати товари на маркетплейсах, як Розетка, Алло, Епіцентр лише за наявності ФОП.

Але є і негативні моменти, які треба розуміти перед початком власної підприємницької діяльності:

уже повільна бюрократична система щодо оновлення та актуалізації законодавства щодо ФОП. Якщо у 2021 році при середньорічному курсі долара в 27 грн. максимальний дохід становив 5004000 грн на рік, що в перерахунку на долар становить 185000 дол., а у 2022 році при курсі в 40 грн., максимальний дохід становив 5587800 грн, що в перерахунку на долар становить 139000 дол.

раховуючи серйозні фінансові проблеми як держави, так і окремих громадян, маржинальність ведення підприємницької діяльності суттєво знизилась з початком війни, і зростаюча інфляція також не додає впевненості в завтрашньому дні. Тому на сьогоднішній день дуже приємною новиною було би підняття максимального річного доходу хоча б до 10 млн. грн., що допоможе розвивати бізнес, не зважаючи на суттєву інфляцію.

Аналізуючи все вищесказане, можна відзначити значно більшу кількість позитивних моментів у використанні ФОП 2 групи на спрощеній системі оподаткування, ніж негативних. Так що сміливо можна рекомендувати вибирати саме цю систему оподаткування для початку ведення підприємницької діяльності завдяки простоті, швидкості оформлення та невеликій кількості бюрократичних затримок.

Список використаних джерел

1. Сайт головного управління ДПС у Київській області.
<https://kyivobl.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/648564.html>
2. Податковий Кодекс України.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

***Науковий керівник Ж.В. Піскова, кандидат економічних наук,
доцент***

З.С. Пестовська

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПОСЛУГ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

До 01 липня 2020 р. страховим ринком опікувалася Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Після набуття чинності законом про «спліт» діяльність небанківських фінансових установ перейшла під

регулювання НБУ [1].

Особливістю нашого ринку страхування життя є низький рівень проникнення. Проте можна сказати, що цей ринок перебуває на стадії становлення, оскільки застрахованими є лише 5-7% населення (у світі – 80-85%). Мета роботи полягає в теоретичному узагальненні та розробці практичних рекомендацій з удосконалення діяльності компаній, які надають послуги у сфері страхування життя.

Для аналізу динаміки розвитку страхових компаній в Україні було зібрано статистичні дані за 2002-2022 рр. Дані дуже розрізнені, підходи до розрахунку показників і сам набір показників з року в рік змінювався [2].

Кількість страхових компаній в Україні сягнула свого максимуму у 2008 році – 469 страховиків. Максимальна кількість компаній зі страхування життя – 72 - спостерігалася у 2008 та 2009 рр. За даними на середину 2022 р. в Україні працювало лише 140 компаній, з яких 13 – страхування життя, а 127 – ризикові види страхування. Така динаміка пояснюється кризовими явищами в економіці, а також «банкопадом», який триває з 2014 року: неплатоспроможність і ліквідація банків зачепила і страхові компанії, які традиційно зберігають значну частину своїх резервів на банківських депозитах.

В цілому картина рівня страхових виплат виглядає хаотичною. В середньому за всіма видами страхування найнижчі рівні бачимо у 2004 році – 7,9%, потім спостерігається підвищення до майже рекордного значення 33% у 2009 році, знову падіння до 16,9% у 2013 році і поступовий підйом до 34% у 1 півріччі 2022 року. Але навіть такий рівень залишається занадто низьким і свідчить про непослідовну тарифну політику, можливо, навіть, відсутність обґрунтованих актуарних розрахунків, а також про зниження виплат для скорочення витрат [3].

У старому законі види страхування життя можна знайти у загальних списках добровільного та обов'язкового страхування, у новому для отримання ліцензій запропоновано такі класи страхування життя [4; 5]:

- клас 19 - страхування життя (інше, ніж передбачено класами 20, 21, 22, 23);

- клас 20 - страхування життя до шлюбу та до народження дитини;

- клас 21 - інвестиційне страхування життя;

- клас 22 - безперервне страхування здоров'я;

- клас 23 - пенсійне страхування.

Протягом останніх років страховики отримали нові можливості для розвитку, але перед ними постали і нові виклики.

Виклики:

- низькі процентні ставки, зменшення доходності інвестиційного портфеля;

- конкуренція з іншими інструментами (пенсійні плани, депозити в банках);

- недостатня фінансова грамотність і довіра до страховиків;
- низька купівельна спроможність населення;
- вимоги інвесторів до більш детальної та прозорої інформації.

Можливості для страхових компаній:

- нові перспективи, оскільки пандемія COVID-19 підкреслила необхідність захисту від смертності;

- накопичувальне пенсійне страхування;

- інвестиційне страхування життя, яке дозволяє прив'язати прибутковість до динаміки фондового ринку («unit linked»);

- створення системи захисту залежних осіб;

- надання персоналізованих нагадувань про дієту, призначення лікаря, фізичну активність в обмін на пільги (знижки до премій, прискорена обробка претензій);

- перехресні продажі через визначення найбільш ймовірного наступного страхового продукту;

- завчасне охоплення клієнтів, які збираються на пенсію;

- немонетарні вигоди для клієнтів (адміністрування медичних візитів, заміна пенсійних виплат гарантованим розміщенням у закладах для літніх людей).

Заходи з боку уряду та регулятора для розвитку ринку:

- стимулювання до заощадження і скорочення споживання для зниження інфляційного тиску;

- встановлення стандартів компетентності для агентів та брокерів;

- розширення кола класів продуктів життя та пенсійного забезпечення;

- послаблення регулювання напрямків інвестування резервів страховиків для підвищення доходності і розвитку нових продуктів;

- надання податкових пільг для пенсійних продуктів (вирахування ПДФО із сплачених премій, сприятливий режим оподаткування компаній);

- заохочення до особистих заощаджень і фінансового планування через освіту та пропаганду страхування.

Заходи з боку самих компаній зі страхування життя:

- наймання талантів від insurtech та інших стартапів;

- відчуження певних бізнес-напрямків або ведення обліку;

- аналіз ринків (географія, конкуренти, демографія);

- інвестиції у підвищення кваліфікації;

- перегляд напрямків інвестування коштів резервів зі страхування життя.

Впровадження нового законодавства, наближеного до світової практики, сприятиме стабільному розвитку ринку, покращенню іміджу

вітчизняних страховиків та адаптації їх пропозицій до індивідуальних потреб клієнтів.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг» від 12.09.2019 № 79-IX. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-20#Text>
2. Страховий ринок України у 2022 році. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00728.pdf>
3. Біла книга Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні, НБУ, 2020. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/bila-kniga-maybutnye-regulyuvannya-rinku-strahuvannya>
4. Закон України "Про страхування" від 07.03.1996 № 85/96-ВР. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Закон України «Про страхування» редакція від 29.12.2022 № 1909-IX. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text>

О.Ф. Посєвін

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОГО СТІЙКОСТІ БАНКУ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Банк АТ КБ «ПриватБанк» - один із найбільших та найвідоміших банків в Україні, і в минулому він продемонстрував високу стійкість в умовах економічних та фінансових труднощів.

Крім того, у 2016 році було проведено масштабну реструктуризацію банку, яка включала зміни в його управлінні та покращення корпоративного управління. Ці заходи були спрямовані на покращення фінансової стабільності та стійкості банку, і вони можуть позитивно вплинути на його фінансове становище.

Загалом банк АТ КБ «ПриватБанк» має довгу історію на ринку банківських послуг в Україні та продемонстрував свою здатність до адаптації до складних умов у минулому. Проте, як і у разі будь-якого банку, його фінансовий стан може змінюватись в залежності від багатьох факторів, включаючи економічну ситуацію в країні та на світовому ринку [1].

Оцінка рівня фінансової стійкості банку АТ КБ «ПриватБанк» вимагає доступу до фінансової інформації та офіційних звітів банку, а також врахування багатьох факторів, таких як:

- капіталовідношення, що відображає співвідношення між власним та залученим капіталом банку;
- ліквідність, що оцінюється через здатність банку виконувати фінансові зобов'язання у разі потреби;
- активи та пасиви (тобто баланс банку повинен бути урівноваженим, що означає, що активи банку мають бути в достатній мірі покриті зобов'язаннями перед вкладниками та кредиторами);
- рентабельність банку відображає його здатність генерувати прибуток.

Згідно аналізу результатів фінансово-господарської діяльності АТ КБ «Приватбанк» було визначено, що за період з 2018-2020рр. величина чистого прибутку знизилась за рахунок зменшення величини чистого процентного доходу та зменшення чистого комісійного доходу. Фінансово-економічний стан АТ КБ «Приватбанк» характеризується ступенем його оборотності капіталу та фінансової стійкості джерел фінансування, здатності згідно динаміки структури розраховуватися за борговими зобов'язаннями.

На основі аналізу коефіцієнтів, характеризуючих фінансовий стан та фінансову стійкість АТ КБ «Приватбанк» можна зробити висновок, що банк здійснює рентабельну діяльність та прибуткову діяльність за період з 2018-2020 рр., також простежується збільшення рівня ліквідності за рахунок збільшення ліквідних активів банку, у разі чого відбулось збільшення коефіцієнту поточної ліквідності на 3,6, значення коефіцієнту короткострокової ліквідності на 16,2, що говорить про збільшення загальної долі найбільш ліквідних активів у загальних сумі активів банку.

Зменшення відношення загальної суми доходів на активи у розмірі 21.09 говорить про збільшення величини активів за рахунок розширення діяльності та збільшення обсягу активних операцій за цей період, відношення загальної суми доходу на капітал у продовж періоду 2018-2020 рр. також зменшується на 27.34 за рахунок збільшення величини капіталізації банку.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт АТ КБ «Приватбанк» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://privatbank.ua>

*Науковий керівник: З.С. Пестовська,
кандидат економічних наук, доцент*

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Перед тим, як почати розкривати тему особливостей фінансового менеджменту, можна згадати слова одного з провідних експертів – ізраїльського та американського письменника Іцхака Калдерона Адізеса, який спеціалізується на покращенні ефективності менеджменту [1].

Його вислови пам'ятають та використовують фахівці, які якимось чином пов'язані зі сферою менеджменту.

Дійсно, над цими тезами, можна поміркувати, ось дві із них:

«Під час вирішення проблеми завжди починайте з чистого аркуша. Зі свіжою головою. Нічого не припускайте. Нехай саме завдання говорить із вами. Дозвольте собі діяти наосліп, як зробив я, коли перевернув пазл, намагаючись, зібрати його. Рішення, до якого ви ставитеся неупереджено саме відкриє себе. Стане зрозуміло саме собою. Просто відкрийтеся йому.»

««Качина теорія» менеджменту: качка, що пливе по воді, зовні здається спокійною і незворушливою, але її лапки під водою працюють дуже – дуже швидко.»

«Зазвичай кожен менеджер вирішує відразу десяток проблем, хоча було б куди краще, якби десять менеджерів одночасно займалися однією проблемою.»

Іцхак Калдерон Адізес

Що хотів донести автор цими словами? Мабуть, кожна людина сприймає ці слова на свій розсуд, так наскільки відкрите її розуміння. Сьогодні є не легким для всього людства, особливо для тих країн, що потерпають від економічних, фінансових, політичних криз, від епідемій і війн. Але держава повинна існувати, людство жити і долати усі негаразди.

Якісно побудований менеджмент і адаптований до певних умов – це питання, що розглядають науковці та практики у своїх дослідженнях, тому тема доповіді є важливою та актуальною.

Банківська система України – складова фінансової системи і є найважливішою інституцією для забезпечення сталого економічного розвитку країни. Забезпечуючи безперервний рух грошей у вітчизняній економіці, сучасні банки надають багато різних послуг (продуктів) своїм клієнтам і, слід зазначити, що останнім часом з'явилося чимало різноманітних інноваційних продуктів, про які декілька років тому навіть не йшла мова. Але банківська діяльність є досить відповідальним і складним процесом: існують проблеми, що пов'язані з реалізацією як зовнішніх, так і внутрішніх ризиків різноманітного характеру, тобто

виникають певні труднощі в організації ефективного менеджменту. Ключовими проблемами можна назвати наступні:

- формування та ефективне управління фінансовими ресурсами, раціональне їх використання по залученню та розміщенню;
- проблеми, помилки та недоліки у розробленні стратегії банківської установи, що може викликати непередбачувану велику кількість порушень, у маркетинговій політиці, ціноутворенні та в інших окремих областях;
- нові банківські ризики, що пов'язані з використанням інноваційних інструментів фінансового менеджменту із застосуванням сучасних інформаційних технологій;
- неякісне проведення фінансового контролю, моніторингу і перевірок, що впливає на своєчасне виявлення порушень у діяльності банку та відповідності його функціонування, згідно фінансової стратегії.

Отже, окресливши лише частину питань, що можуть створювати певні проблеми у діяльності сучасної банківської установи, слід зауважити, що для швидкого реагування та виявлення проблеми такого роду, а також для запобігання їх подальшої появи, потрібно вчасно здійснювати діагностику діяльності установи, моніторинг, дослідження і порівняння отриманих результатів. Бажано рухатися, як маленька качка, непомітно, але швидко. Виникнення нових проблем треба оперативно розкривати та знаходити засоби впливу задля недопущення стану невизначеності у сфері банківської діяльності.

Наступний важливий момент – це перспективи розвитку. Сьогодні важливу роль відіграють такі якості, як надійність, різноманітність, мобільність, швидкість прийняття рішень, технологічність, правильна побудова системи, пристосування до нововведень, якісне обслуговування, кваліфіковані працівники, здатні швидко адаптуватися, асимілювати до різних подій та виникаючих у ході роботи проблем. У зв'язку з цим, сучасний світ почав активно використовувати новітні технології сервісу обслуговування.

На сьогодні набуло великої популярності використання нових технологій, таких як інтернет - банкінг, та дистанційне обслуговування клієнтів. Це зробило великий внесок та прорив у розвиток систем банківської та адміністративної сфери. Отже, розумне поєднання традиційних послуг з нетрадиційними видами та впровадження новітніх інноваційних технологій дозволить перейти банківським установам на новий рівень розвитку послуг, збільшивши ефективність діяльності у разі, не лише окремої ділянки, але й усієї системи в цілому.

Використання ІТ дає змогу організувати ефективні моделі фінансового менеджменту банку, завдяки чому можна не тільки знизити вплив різноманітних фінансових ризиків, але і забезпечити сталий розвиток банківської установи та збільшити ефективність її роботи. Так, наприклад, технологія «Agile» – це нова можливість створити

інфраструктуру, яка буде гнучким чином реагувати на мінливі процеси в розробленні вимог та різних запитів клієнтів.

Головні принципи, на яких побудований «Agile» в банківській діяльності:

– клієнти та взаємодія з ними, важливіше, ніж різні процеси та інструменти;

– продукти, які працюють, важливіші за документацію;

– співпраця з клієнтами банку, важливіша за умови контракту;

– готовність до змін важливіше, ніж дотримання певного плану.

Ця технологія спочатку була створена виключно для ІТ компаній, проте розвиток інформаційних технологій змусив і банківський сектор також знаходити новітні підходи для управління.

Отже, можемо зробити висновок, що розвиток фінансово - банківських послуг суттєво залежить від адаптованості та готовності змінюватись, відповідно до різних потреб своїх клієнтів. Адже, не секрет, що високоякісні продукти є запорукою ефективності розвитку, не тільки окремих систем, але і всього робочого та функціонального механізму в країні.

Список використаних джерел

1. 25 цитат Іцхака Адізеса, над якими варто поміркувати.
джерело: <https://probusiness.io/management/3288-25-citat-ickhaka-adizesa-nad-kotorymi-stoit-porazmyshlyat-na-vykhodnykh.html>

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

К.Д. Снігур
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ БАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ НА ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА»

Оцінка фінансового стану ТОВ (Товариства з обмеженою відповідальністю) вимагає аналізу різних фінансових показників та інформації про фінансову діяльність компанії. Ключовими показниками, що можна використовувати для оцінки фінансового стану підприємства є: прибуток, чистий прибуток, рентабельність, ліквідність, фінансова стійкість, платоспроможність.

Загалом, бізнес-відносини із клієнтами та постачальниками у підприємства є добрими, але спостерігається зростання дебіторської заборгованості за товари та послуги – це проблеми, що підприємству потрібно вирішувати у короткостроковій перспективі.

Фінансовий стан станом на 2022 рік можна охарактеризувати як проблемний. Необоротні активи підприємства вартість яких у 2021 році в порівнянні з 2020 збільшується на 12,5 %, а у 2022 в порівнянні з 2021 роком зменшується 3,6 %. У 2021 році в порівнянні з 2020 роком чистий прибуток збільшився на 81,9 тис. грн. або 31,9 %. У 2022 році в порівнянні з 2021 роком значення цього показника зменшилося на 123,3 тис. грн. або 36,4 %. Ефективність діяльності суттєво знизилась, адже рентабельність активів (2,6 %) не перевищує інфляцію, а рентабельність власного капіталу (7,1 %) – дохідність за депозитними ставками. Проте, у 2020-2021-му роках ситуація була прийнятною, а тому підприємству важливо працювати в напрямку відновлення високого рівня збуту.

Зазначимо, що підприємство створює бюджети діяльності і відстежує фактичні значення показників відхилення від запланованих у майбутньому. Така інформація доводиться до фінансових підрозділів та менеджерам, і це сприяє оперативному, адекватному реагуванню та мінімізації фінансових ризиків. В умовах антикризового менеджменту ймовірність банкрутства підприємства зростає, ефективність існуючої системи раннього попередження і реагування недостатньо.

Отже, для вирішення фінансових проблем підприємства ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА», пропонується вжити наступні заходи:

1. *Диверсифікація продуктової лінійки.* ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА» може розглянути можливість розширення своєї продуктової лінійки, щоб збільшити свій дохід. Наприклад, підприємство може почати виробляти інші види будівельних матеріалів або розширити свій ринок, розпочавши виробництво для інших галузей.

2. *Підвищення маркетингу та продажів.* ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА» може розглянути можливість поліпшення маркетингу та продажу своїх продуктів шляхом застосування цільового маркетингу, покращення інтернет-присутності, поліпшення якості та упаковки продукції.

3. *Зменшення витрат.* ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА» доцільно розглянути можливість скорочення витрат шляхом зменшення витрат на виробництво, запровадження заходів економії енергоресурсів, оптимізацію штату персоналу.

4. *Пошук нових інвесторів.* ТОВ «СОЮЗ-СТРОЙ-ПОСТАВКА» може розглянути питання залучення нових інвесторів з метою збільшення капіталу. Досягнення цього заходу можливе із застосуванням додаткового публічного розміщення акцій, залучення інвестиційних фондів, пошуку нових партнерів.

5. *Поліпшення управління кредиторською і дебіторською заборгованістю.* Підприємству доцільно у короткостроковій перспективі вирішити питання зменшення дебіторської заборгованості, а для цього доцільно скористатися факторинговими послугами фінансових посередників, що дасть, у свою чергу, можливість зменшити власний ризик неплатежів.

Отже, можна стверджувати, що процес побудови збалансованої системи показників – це складна процедура, що вимагає великого розуміння і врахування всіх аспектів особливості діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1613>

*Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор*

С.Є. Таран
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО- БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Після початку повномасштабної війни у фінансово-банківській системі України почалися проблеми, яких до цього моменту не існувало. Кібератаки, нестача банківських працівників та масове звільнення чинних, не сплата боргів за попередньо видані кредити [1].

Вагомою проблемою стала нестача готівки для видачі, тому що основним джерелом надходжень готівки в деяких містах стала торгівельний виторг [2]. Також яку було складно інкасувати, тому в містах які були близько від бойових дій існувала проблема інкасації готівки [1].

Дані проблеми не були рівноцінно актуальні для всіх банків, наприклад, банки в яких мало відділень мали проблеми з готівкою лише перші дні війти. Банки, які були більш мобільними змогли організувати переїзд своїх серверних потужностей та працівників [3]. Ці банки мали більше клієнтів, які розраховуються безготівко. Проблема готівки була більш актуальною для державних банків.

Також проблема нестачі банківських працівників та масового звільнення чинних була менш актуальною для банків, які використали досвід віддаленої роботи при епідемії коронавірусної хвороби [4].

Перспективами розвитку є звернення до позитивного досвіду вирішення наявних проблем, запобігання можливим ризикам. Перетворення проблем і ризиків у можливості. Треба покращувати систему безготівкових платежів, люди повинні знати, що вони завжди зможуть розрахуватись безготівковим способом. Як продовження цього напряму банки можуть дослідити можливість надавати своїм клієнтам нові фінансові інструменти, наприклад криптовалюти.

Якщо казати про перспективи розвитку системи внутрішнього управління, банки повинні переводити на віддалену роботу більшість

співробітників, для цього потрібно покращувати роботу CRM систем. Це надасть змогу перерозподілити ресурси з витрат на офіс, на більш конкурентні заробітні плати. Що в свою чергу призведе до підвищення якості працівників та їх мотивацію залишитись в компанії.

Проблема кібератаки показала, що банки які були до неї готові отримали більше довіри від клієнтів. Тому, це додаткова можливість для утримання клієнтів [1].

Наразі існує ще одна можливість, це - кредитування бізнесу [1]. Зараз підприємці як ніколи потребують додаткового фінансування, особливо у сфері сільського господарства [2]. Якщо банки зможуть якісно оцінювати потенціал кожного клієнта, який звертається до них з запитом на кредитування. Також, якщо банки будуть більш відкритими та матимуть більше якісних кадрів, то ця можливість може надати банку покращення фінансових показників у рази. Враховуючи що зараз, кредитування бізнесу в Україні майже немає.

Список використаних джерел:

1. Прокопенко Н.С. Принципи функціонування банківської системи України в умовах війни / Н.С. Прокопенко, В. М. Мирончук, І. В. Шепель // Економіка та суспільство. - 2022. - № 41.

2. Чому українські банки стабільні навіть під час війни. oschadbank.ua. 2022. URL: <https://www.oschadbank.ua/news/comu-ukrainski-banki-stabilni-navit-pid-cas-vijni-2>

3. Monobank перевів дата-центри з Києва до Львова та в хмару Amazon. URL: <https://dou.ua/lenta/news/monobank-took-data-centers-out-of-kyiv/>

4. Віддалена робота дозволила банкам наймати людей за кордоном. URL: <https://finclub.net/ua/news/viddalena-robota-dozvolyla-bankam-naimaty-liudei-za-kordonom.html>

Науковий керівник: Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, професор

В.Р. Федорова
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

МІСЦЕ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА У ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Успішний економічний розвиток України не можливий без розширення прав підприємств у фінансово-економічному напрямку. Тому потреба у чіткому та своєчасному аналізі фінансового стану підприємства стає важливою та необхідною і це завдання вирішує фінансовий аналіз, який також дає змогу оцінити ліквідність, платоспроможність та майбутні перспективи підприємства.

У сучасному світі економіки, підприємства можуть самостійно обирати собі постачальників, покупців, а головне можуть вкладати свої кошти у статутний капітал та надавати позики іншим підприємствам, через що важлива роль фінансового аналізу стає ще більш актуальною [1].

Фінансовий аналіз – це оцінка фінансових результатів підприємства, що дає можливість визначити фінансову стійкість та оцінити зміни фінансового стану.

Головні завдання фінансового аналізу полягають у наступному:

- оцінка фінансового стану підприємства на певну дату;
- визначення змін цих показників;
- оцінка якісних і кількісних змін фінансового стану;
- визначення факторів, які вплинули на зміну фінансового стану підприємства;
- розроблення плану дій для усунення негативних факторів, які впливають на фінансовий стан підприємства;
- визначення напряму змін фінансового стану підприємства [2].

Насамперед фінансовий аналіз має основні напрями, завдяки яким ці головні завдання розкриваються більш детально та якісно.

Аналіз ліквідності. Ліквідність – це рівень платоспроможності підприємства. Цей показник показує чи може підприємство розрахуватись зі своїми поточними та борговими зобов'язаннями, та який час знадобиться для продажу активів.

Аналіз ліквідності балансу це порівняння активів та пасиву балансу. Якщо при цьому порівнянні активів вистачає, це означає що баланс ліквідний та підприємство платоспроможне [3].

Аналіз фінансової стійкості. Фінансова стійкість – це рівновага між власними і залученими коштами і є показником, щодо надійності та платоспроможності підприємства. Це аналіз певних коефіцієнтів, які мають нормативні значення і якщо результати аналізу відповідають цим нормативам, то фінансова стійкість підприємства – абсолютна, якщо навпаки, то підприємство знаходиться у кризовому стані [4].

Аналіз ділової активності. Ділова активність – це дослідження рівня динаміки різних фінансових коефіцієнтів. Для цього використовуються показники оборотності запасів та капіталу підприємства, дебіторська та кредиторська заборгованість. [5]

Аналіз ефективності діяльності. Економічна ефективність – це досягнення найвищих результатів за мінімальних витрат праці, визначається як відношення результату до витрат підприємства і є відносним показником [6].

Отже, судячи з цього фінансовий аналіз являється важливою економічною складовою підприємства, завдяки йому вирішується багато питань фінансового менеджменту, а також він допомагає побачити як просуваються фінансові справи підприємства, може

оцінити його майбутній стан та виявити позитивні і негативні показники, що впливають на фінансовий стан підприємства.

Список використаних джерел

1. Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, конспект лекцій «Фінансовий аналіз». Електронний ресурс. Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/83144349.pdf>
2. Фінансовий аналіз. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.pharmacencyclopedia.com.ua/article/390/finansovij-analiz>
3. Аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства. Електронний ресурс. Режим доступу: https://pidru4niki.com/13820322/ekonomika/analiz_likvidnosti_platospromozhnosti_pidpriyemstva
4. Аналіз фінансово стійкості підприємства. Електронний ресурс. Режим доступу: https://pidru4niki.com/16011013/ekonomika/analiz_finansovoyi_stiykosti_pidpriyemstva
5. Аналіз та оцінка ділової активності підприємства. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://goo.su/MDzX>
6. Ефективність діяльності підприємства, її сутність та характеристика. Електронний ресурс. Режим доступу: https://pidru4niki.com/1640022164757/ekonomika/efektivnist_diyalnosti_pidpriyemstva_sutnist_harakteristika

***Науковий керівник: Т.М. Болгар, доктор економічних наук,
професор***

Наукове видання

X Міжнародна науково-практична конференція

**СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Тези доповідей

12 квітня 2023 р.

Електронне видання

(українською та англійською мовами)

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля».
49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18.
Тел. (056) 778-58-66, e-mail: rio@duan.edu.ua
Свідоцтво ДК № 5309 від 20.03.2017 р.