

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ
ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ВІДНОСИН
ЖИТОМИРСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ

**МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ
ГЕОПОЛІТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

**Матеріали ІІ студентської науково- практичної
конференції**

(Київ, 4 квітня 2024 року)

Київ 2024

УДК 338.24:330.15(063)

Рекомендовано до друку Вченою радою Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського (протокольне рішення № 14 від 23.05.2024)

Редакційна колегія:

Безус П.І., к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Шафранова К.В., к.е.н., доцент, директор Житомирського економіко-гуманітарного інституту університету «Україна»

Бакаєва І.Г. к.е.н., професор кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Грудцина Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Іваненко В.В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Карпенко С.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туризму Житомирського економіко-гуманітарного інституту університету «Україна»

Пазиніч О. В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Петровська Ю.В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку в умовах геополітичних трансформацій. Матеріали II студентської науково-практичної конференції (м. Київ, 4 квітня 2024 р.) / упоряд. Грудцина Ю.В. 2024. 68 с.

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на студентську науково-практичну конференцію «Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку в умовах геополітичних трансформацій», яку провели кафедра менеджменту та МЕН ТНУ імені В.І. Вернадського та кафедра менеджменту та туризму Житомирського економіко-гуманітарного інституту Університету «Україна» 4 квітня 2024 р.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів та їх наукові керівники несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей.

ЗМІСТ

Антоненко Т.Ф. ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ.....	5
Береговий М.А. СУЧАСНІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ.....	6
Воронкін П.В. МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	10
Воронцова Ю.М. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	12
Діброва П.С. МОТИВАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ.....	15
Діміторова А.В. ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	17
Дісяк Я.С. ПАРТНЕРСТВО НР З ПРАКТИКАМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	19
Дмитренко Я.А. СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	21
Жук А.І. СКЛАДСЬКА ЛОГІСТИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	23
Жукова А.О. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	25
Корницька А.Д. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
Крамаренко І.Д. РОЗВИТОК ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	29
Крилов С.М. УПРАВЛІННЯ НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	31
Кузьменко Р.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВАЛЮТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	32
Кукота А.Ю. МІЖНАРОДНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ.....	34
Ларчик А.О. ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	36
Луків М.А. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ.....	39
Мельник Т.М. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	42
Назарко Н.О. МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	43
Новікова В.В. ФАКТОРИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	45
Полюшкевич А.В. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	47

Ракова М.О. МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО МІСЦЕ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	49
Ревенко В.І. СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ГОТЕЛЬНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	51
Ромашкін М.Д. ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА.....	52
Сіденко Н.В. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	54
Слободянюк К.О. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, КАТЕГОРІЇ.....	56
Степанушко О.І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИЗИКУ.....	59
Фурсенко А.Р МОДЕЛЮВАННЯ В ЛОГІСТИЦІ.....	60
Цілуванська Д.І. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	63
Швець О.А. РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	64
Ямкач К.С. ФУНКЦІОНУВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В СУЧАСНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ.....	66

Антоненко Тетяна Федорівна,
4 курс, 073 «Менеджмент»,
Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»

Науковий керівник:
Бабенко Крістіна Євгенівна,
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та туризму

ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Економічна ефективність є складною категорією економічної науки. Її складність проявляється в тому, що існують різні інтерпретації при вимірюванні результатів виробництва та витрат. Незважаючи на те, що вимірювання ефективності базується на певних правильних принципах, дослідники порушують їх. Вони замінюють результати виробництва витратами. Не всі результати і витрати враховуються при розрахунку узагальнюючих показників.

Ефективність визначається співвідношенням між результатом (ефектом) і витратами на забезпечення його досягнення. Ефективність розкриває причинно-наслідковий характер виробництва. Вона показує не сам результат, а витрати на його досягнення. Тому ефективність здебільшого характеризується відносними показниками, що розраховуються на основі двох груп характеристик (параметрів): результатів і витрат. Однак це не виключає використання абсолютних значень вихідних параметрів. Найважливішим якісним показником суспільного виробництва є його результативність.

Конкретнішими показниками економічної ефективності є продуктивність і фондомісткість праці, фондовіддача і фондомісткість продукції, матеріаловіддача і матеріаломісткість продукції, економічна ефективність капітальних вкладень, нової техніки, енергомісткість продукції та ін.

В економіці підприємці організують власний бізнес і використовують власні ресурси (капітал) та ресурси інших осіб (найману працю) з метою отримання ефекту у вигляді новоствореної вартості. Таким чином, ефективність виробництва відображає кінцевий результат використання засобів виробництва та робочої сили протягом певного періоду часу.

На відміну від національних економічних ефектів, які відображаються в економіці країни у сферах виробництва та споживання, ефекти, що виникають на рівні фірми, називаються локальними ефектами. Також розрізняють одноразові та мультиплікативні ефекти. Одноразові ефекти є одноразовими і не повторюються в майбутніх періодах. Мультиплікативні ефекти вказують на те, що ефективне використання ресурсів на одному підприємстві призвело до підвищення ефективності на інших пов'язаних з ним підприємствах. Мультиплікативні ефекти мають декілька проявів.

Узагальнюючи теоретичні і практичні дослідження можемо стверджувати, що ціннісні характеристики отриманих результатів відіграють важливу роль у визначенні ефективності. Зокрема, це означає необхідність зміни поглядів на роль торгівлі в економічному процесі всупереч існуючим уявленням про її економічно пасивну роль ("від простого обміну нічого не отримують") і навіть про її негативне значення ("торгівля обкладає суспільство чимось на зразок податку"). Логічно припустити, що цей вид діяльності підвищує ефективність суспільної праці. Адже торгівля допомагає кожному виробленому товару швидше знайти споживача і збільшує цінність товару. Як наслідок, зростає інтегральна корисність витраченої праці, підвищується її ефективність.

Список використаних джерел

1. Перерва П. Г. Ефективність як економічна категорія / П. Г. Перерва, А. В. Кравчук // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
2. Щербатюк В. Суть ефективності як економічної категорії / Щербатюк В. // Економіка і організація управління. – 2016. - №4(24). – С. 390-395.

Береговий Михайло Андрійович
студент кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ ім. В.І. Вернадського

спеціальності «292 Міжнародні економічні відносини»

Науковий керівник:

Іваненко Валентина Василівна
кандидат економічних наук, доцент

СУЧАСНІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ

Парадокси глобалізації не випадково стали предметом гострих теоретичних дискусій: неоднозначність процесів, що розгорнулися в сучасному світі, не можуть не відбиватися й на уявленнях про них.

Можна стверджувати, що глобалізація є найбільш дискутованою і водночас найменш зрозумілою тенденцією сучасного світу. Існує багато концепцій і підходів до визначення того, що розуміти під глобалізацією, які аспекти та сфери вона охоплює, наскільки вона виявляється універсальною та всеохоплюючою тенденцією світового політичного процесу.

В останні десятиліття глобалізація економічних, соціальних, політичних і культурних процесів проглядається все чіткіше. Однак, оскільки країни світу значно відрізняються за масштабами і рівнем соціально-економічного розвитку, можна припустити, що результати впливу глобалізації на окремі

держави та групи держав також далеко не однакові.

Глобалізацію можна визначити як процес наближення економік країн світу одна до одної, зумовлений соціальними, економічними та політичними чинниками з метою отримання позитивного результату, що активно розвивається завдяки поширенню інформаційних технологій.

Глобалізація стала найважливішою реальною характеристикою сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, за якої структури національного виробництва і фінансів стають взаємозалежними, прискорюються у результаті збільшення числа укладених і реалізованих зовнішніх угод.

Глобалізація, яка охопила всі регіони і сектори світового господарства, принципово змінює співвідношення між зовнішніми та внутрішніми чинниками розвитку національного господарства. Жодна національна економіка незалежно від розмірів країн (великі, середні, малі) та рівня розвитку (розвинуті, зростаючі чи перехідні) не може більше бути самодостатньою виходячи з наявних чинників виробництва, технологій та потреби в капіталі. Жодна держава не в змозі раціонально формувати і реалізовувати економічну стратегію розвитку, не враховуючи пріоритети та норми поведінки основних учасників світогосподарської діяльності. [1]

Глобалізація призвела до того, що ведення бізнесу не лише на території своєї країни стало можливим не лише для великих компаній, які володіють значними потужностями та фінансовими ресурсами, а й для всіх бажаючих підприємств, адже відбувається усунення бар'єрів для ведення господарської діяльності.

Процес глобалізації охоплює різні сфери світової економіки, а саме:

- зовнішню, міжнародну, світову торгівлю товарами, послугами, технологіями, об'єктами інтелектуальної власності;
- міжнародний рух чинників виробництва (робочої сили, капіталу, інформації); міжнародні фінансово-кредитні та валютні операції (безоплатне фінансування і допомогу, кредити і позики суб'єктів міжнародних економічних відносин, операції із цінними паперами, спеціальні фінансові механізми та інструменти);
- виробниче, науково-технічне, технологічне, інформаційне співробітництво. Передбачають, що у видимій перспективі глобалізація спричинить:
 - інтенсифікацію інтеграційних регіональних процесів;
 - відкритість економічних систем держав, що нині ще не повністю здійснили лібералізацію господарської діяльності;
 - універсалізацію норм і правил здійснення торгових і фінансових операцій; уніфікацію регулювання та контролю над ринками;
 - стандартизацію вимог до переміщення капіталу, інвестиційний процес і світову платіжно-розрахункову систему.

Глобалізація в наші дні проявляє свою складність і неоднозначність та володіє такими рисами:

- поглиблення інтернаціоналізації капіталу
- загальна лібералізація ринкових відносин і рух капіталів «будують» фундамент глобальної економіки.

Зростання міжнародного руху капіталу – це зростання обсягів прямих інвестицій між країнами, що випереджає зовнішню торгівлю та виробництво.

Визначено, що характерна риса глобалізації в економіці – це поєднання процесів автономізації та інтеграції. Це знайшло відображення в «парадоксі Нейсбітта»: «Чим вище рівень глобалізації економіки, тим сильніші її найдрібніші учасники». Отже, парадокс глобалізації в тому, що чим міцніші внутрішні зв'язки суспільства, тим вище ступінь їх економічної та соціальної консолідації, і чим повніше реалізуються його внутрішні ресурси, тим успішніше вона здатна використовувати переваги інтеграційних зв'язків й адаптуватися до умов глобального ринку.

Враховуючи нерівномірність розподілу переваг глобалізації, безумовно, і негативні наслідки глобалізаційних процесів у конкретній країні істотно залежатимуть від місця, яке саме ця країна займає у світовій економіці. У зв'язку із цим можливо виділити три групи загроз, небезпек, потенційних проблем, що виникають на сучасному етапі розвитку інтернаціоналізації господарської діяльності, залежно від того, на які країни вони можуть поширитися.

Найбільш болючі наслідки глобалізації можуть відчути на собі малорозвинені країни беручи участь в інтернаціоналізації як постачальники сировини та виробники трудомісткої продукції, виявляються у всебічній залежності від передових держав і мають доходи, по-перше, менші, по-друге, досить нестабільні, залежать від кон'юнктури світових ринків.

Як уже відзначалося, від участі в глобалізації більше виграють промислово розвинені країни, які мають можливість знижувати витрати виробництва і зосереджуватися на випуску найбільш дохідної наукомісткої продукції. Але й такі країни можуть постраждати від процесів глобалізації: зростає безробіття, посилюється нестабільність фінансових ринків тощо. Суттєвою проблемою є те, що нерівномірність розподілу переваг від глобалізації спостерігається не тільки в окремих країнах, а й у розрізі окремих галузей. Галузі, які отримують вигоду від зовнішньої торгівлі, і галузі, пов'язані з експортом, відчують більший приплив капіталу і кваліфікованої робочої сили порівняно з низкою галузей, які значно програють від глобалізаційних процесів, утрачаючи свої конкурентні переваги через зростання відкритості ринку. Такі галузі змушені докладати додаткових зусиль, щоб пристосуватися до умов, що змінилися не на їхню користь, тому спостерігається відтік капіталу, скорочення робочих місць.

Оскільки глобалізаційні процеси асоціюються зі зниженням зайнятості в обробних галузях як в Європі, так і в США, то деіндустріалізація економіки може існувати як загроза. Саме вона є причиною виникнення депресивних регіонів, що посилює соціальне розшарування суспільства. Дійсно, частка обробних галузей в економіці промислово розвинених країн різко знижується,

але треба відзначити, що це зниження перекривається швидким зростанням питомої ваги сфери послуг, включаючи фінансовий сектор.

Зростаюча глобальна інтеграція ринків капіталу загрожує економічній політиці окремих країн, оскільки іноземний капітал у вигляді прямих або непрямих інвестицій спричиняє певну загрозу національній економіці у зв'язку зі здатністю як швидко виникати в країні, так і швидко зникати.

В умовах сьогодення спостерігається потенційне зростання безробіття в результаті перерозподілу компаніями країн із високою вартістю робочої сили частини своїх виробничих потужностей у країни з низькою оплатою праці. Експорт робочих місць може виявитися небажаним для економіки низки держав. Але найчастіше в подібних умовах компанії розвинених країн припиняють випуск збиткової продукції та переходять до виробництва товарів, що вимагають використання висококваліфікованого персоналу. Відбувається перерозподіл робочої сили. Також відбувається масова міграція населення, яка часто набуває глобального характеру, перетворюється на серйозне джерело загострення соціально-економічної нестабільності в світі. Дестабілізуючими чинниками є нові форми зайнятості (індивідуалізація умов найму, тимчасові контракти) і глобалізація ринку робочої сили. Приплив дешевої робочої сили ззовні загострив конкуренцію на ринку праці розвинених країн, що призвело до ускладнення міжетнічних відносин і зростання проявів націоналізму в цих країнах. Негативні наслідки свободи переміщення робочої сили вже давно визнаються як потенційно небезпечні, тому майже всі держави змушені вводити ті чи інші форми контролю щодо переміщення робочої сили. В умовах глобалізації країни намагаються залучати талановитих фахівців і кваліфікованих працівників, навіть надають їм візи.

Однією з головних проблем глобалізації є потенційна глобальна нестабільність через взаємозалежність національної економіки країн на світовому рівні. У результаті локальні економічні коливання чи кризові явища в будь-якій країні можуть носити глобальні наслідки.

Негативні аспекти глобалізації пов'язані з потенційними конфліктами, хоча їх можна пом'якшити шляхом розвитку глобального співробітництва на основі угод політичного характеру або за рахунок створення нових міжнародних інститутів.

Однозначно відповісти на це питання практично неможливо, адже баланс позитивних і негативних наслідків постійно змінюється. Однак реальність полягає у тому, що глобалізація являє собою об'єктивне та абсолютно неминуче явище сучасності, яке можна призупинити засобами економічної політики. Країни повинні адекватно реагувати на глобалізаційні процеси, щоб адаптуватися до нових умов і скористатися можливістю, що надає інтернаціоналізація світової економіки.

Глобалізація є невідворотним процесом, сутністю якого є абсолютна влада світового порядку над державами та суспільствами. Глобалізація розглядається як така, що не має аналогів у світовій історії, вона впливає на глибокі зміни в розвитку держав та суспільств, які пристосовуються до

існування в межах взаємозв'язаного, але достатньо невизначеного світу.

Дослідження проблеми та перспективи в розрізі розкриття сутності поняття глобалізації світового господарства дало можливість визначити цей процес як трансформаційну інтернаціоналізацію світової економіки в глобальну систему міжнародного масштабу на принципах відкритості, універсальності та взаємозалежності. Сутнісними рисами, які зумовлюють розвиток глобалізації світового господарства на сучасному етапі, є: становлення світового інформаційного простору та науково-технічний прогрес; економічна інтеграція; нова система міжнародного поділу праці; впровадження універсальних ліберально-демократичних цінностей.

Список використаних джерел:

1. Снігир Л.П. Проблеми та перспективи глобалізації міжнародних економічних відносин. // Світове господарство та міжнародні економічні відносини. Випуск 22, 2018 р. С. 33-35
2. KOF Globalisation Index. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>
3. Плахотнік О.О., Павленко А.А. Вплив глобалізації на розвиток світової економіки та економіки України. Економіка та держава. 2022. № 5. С. 62–67.
4. Алексеєва Т.І. Аналіз впливу глобальних проблем людства на економіку країн в умовах глобалізації. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2017. Вип. 13. С. 35–42.

Воронкін Павло Валентинович

студент кафедри управління та забезпечення якості у фармації
Національного фармацевтичного університету
спеціальності «073 Менеджмент», ОП «Менеджмент»

Науковий керівник:

Лісна Анастасія Геннадіївна
к.фарм.н., доцент, доцент кафедри управління та забезпечення якості у
фармації

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки необхідною умовою ефективної діяльності суб'єкта фармацевтичного ринку є науково обґрунтовано розроблена економічна політика. У вітчизняній фармацевтичній галузі після переходу на ринкові відносини не відбулося помітних позитивних змін у техніці і технології в порівнянні з доринковими умовами господарювання. Внаслідок цього багато вітчизняних фармацевтичних підприємств (ФП) програють зарубіжним

конкурентам в модернізації фармацевтичного виробництва і організації економічної діяльності [1].

Управління процесами постачання, виробництва і збуту ФП характеризується наявністю безлічі учасників фармацевтичних ланцюгів постачань, різноманітністю потоків різної спрямованості і інтенсивності, численною номенклатурою ресурсів і готової фармацевтичної продукції, різноманітністю умов і форм співпраці з постачальниками і споживачами, що вимагає застосування ефективних логістичних технологій. Тільки системне їх використання дозволяє оптимізувати витрати, пов'язані з матеріально-технічним забезпеченням ФП, організацією фармацевтичного виробництва, збуту, транспортування і складування, добитися стійкої і ритмічної роботи ФП як логістичної системи (ЛС) [1; 2].

Метою дослідження є обґрунтування методичних підходів до формування механізму управління логістичною системою ФП.

Механізм управління ЛС ФП повинен виконувати такі функції, як прийняття управлінських рішень на основі даних про реальний стан ЛС ФП; регулювання логістичних потоків; контроль над виконанням логістичних операцій; оптимізація бізнес-процесів у ЛС; планування ЛС ФП; раціоналізація транспортної системи; організація складського господарства тощо.

Перерахуємо основні дані, які враховуються під час функціонування механізму управління ЛС:

1) інформація про фармацевтичний ринок, тобто про структуру ринку, його обсяг, стабільність, кількість покупців та їх характеристику, розміщення замовників, мотивування та особливості споживання замовників, еластичність попиту, стан грошової сфери, законодавство, політика державного економічного регулювання тощо;

2) інформація про фармацевтичне виробництво, а саме про потреби в матеріальних ресурсах, обладнанні та комплектуючих виробках, можливість постачань по кооперації, технологію виробництва, оснащення виробництва та рівень завантаження потужностей, виробничий ритм, тривалість та особливості виробничого циклу тощо;

3) інформація про матеріальні потоки, що складається з характеристики особливостей та стану матеріальних потоків, інформації про вантажі, що переміщуються, маршрути слідування, їхні характеристики, технології робіт і операцій під час переміщення, тривалості транспортувань і сукупний час постачань, інформації про пакування тощо;

4) дані про інформаційні потоки, тобто характеристика особливостей та стан інформаційних потоків, дані про систему інформаційного забезпечення, інформація про комунікаційну інфраструктуру, технологію обробки та закріплення інформації, технологію отримання та передавання інформації, можливості зберігання та накопичення інформації тощо.

У результаті виконаних досліджень можна зробити висновки, що під час формування ЛС на ФП необхідно враховувати безліч факторів та постійно

збирати відповідну інформацію. Обов'язковим є створення механізму управління ЛС, що є одним із можливих інструментаріїв управлінського персоналу та аналогом системи управління базами даних. При цьому об'єктом управління є ЛС ФП, а детальніше – логістичні процеси. Лише ретельне дослідження функціональних сфер ЛС, чітке формулювання завдань, поставлених перед створеною на ФП ЛС та розуміння поставлених цілей перед розробниками ЛС, надасть можливість створити на ФП ефективну ЛС та ефективний механізм управління нею. Лише узгодженість дій управлінців, науковців, працівників ФП та спеціалістів з логістики виведе ФП на вищий рівень функціонування та затвердить його положення на фармацевтичному ринку [3].

Список використаних джерел

1. Крикавський Є. Логістика: навч. посіб. Львів: Вид-во ДУ «Львівська політехніка», 2019. 264 с.
2. Посилкіна О. В. Сучасні тенденції розвитку логістики і логістичної інтеграції у фармації: монографія / О. В. Посилкіна, А.Г. Лісна та ін. Харків : НФаУ, 2020. 523 с.
3. Громовик Б. П., Унгурян Л. М. Фармацевтична логістика: фокус на допомозі пацієнту : монографія. Львів : Растр-7, 2013. 212 с.

Воронцова Юлія Миколаївна

студентка кафедри менеджменту та МЕН

ТНУ імені В.І. Вернадського,

спеціальність "Туризм і рекреація"

Науковий керівник:

Пазиніч Ольга Валентинівна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

ТНУ імені В.І. Вернадського

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Війна в Україні – це, впершу чергу, час постійних небезпек та руйнувань, а, по-друге, це фундамент нових повоєнних можливостей. Під час війни руйнуються підприємства, інфраструктура, а також бачення та мислення, соціально-економічні моделі. Руйнування дає можливість в Україні почати все «з нуля», враховуючи минулий досвід. Україна має всі підстави стати одним з експериментальних майданчиків, де світ почне моделювати та випробовувати нову реальність, нову етику та нову раціональність, де творитиметься один із трендів нової цивілізації [1]. Згідно з даними Міністерства фінансів від початку повномасштабного вторгнення Росії держава Україна отримала фінансову підтримку з боку міжнародних партнерів у розмірі \$66 млрд на жовтень 2023 року: \$31 млрд у 2022, \$35 млрд за 10 місяців 2023 року. На

внутрішньому ринку Україна запозичила \$13 млрд від продажу ОВДП. На 2024 рік очікується надходження \$42 млрд фінансової допомоги від партнерів. Очікування Нацбанку на 2024 рік скромніші – \$38,6 млрд.

Попри війну в Україні проходять реінвестиційні процеси. За 2022-2023 роки основними закордонними інвесторами в корпоративному сегменті виступали компанії (бренди), що вже мали потужності в Україні до початку повномасштабної війни. Серед них: Carlsberg, Cersanit, Kronospan, Laude, Nestle, Phillip Morris, Velux. Переважна більшість зазначених міжнародних корпорацій виділяли кошти на релокацію виробництва, ремонт пошкоджених об'єктів, соціальні проекти. Як правило, такі компанії користувалися (і користуються) послугами «інвестняні» – Офісу з залучення та підтримки інвестицій (UkraineInvest). Ще низка корпорацій оголосили про наміри реінвестувати кошти в Україну для підтримки своїх активів: ArcelorMittal, Bayer, CRH, Fixit, Kingspan, Onur Group, Unilever.

Нижче наведений рисунок, який характеризує реінвестиції в Україні від початку воєнного стану, а саме заплановані (помаранчевий колір) та фактичні (блакитного кольору).

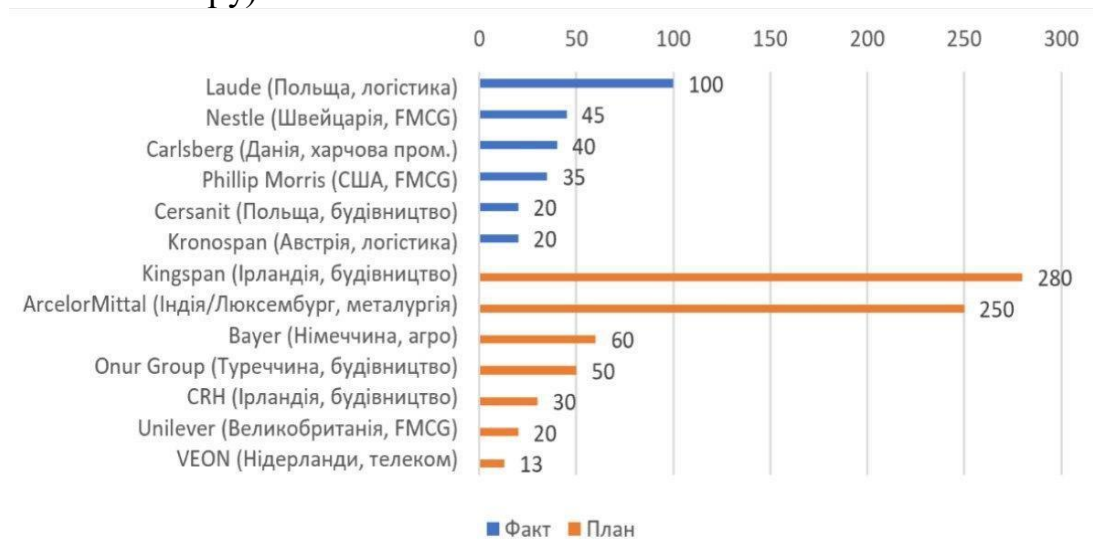


Рис.1. Реінвестиції в Україні від початку воєнного стану, \$ млн
Дані: AIN, Inventure, UkraineInvest, Forbes

Якщо говорити про нові інвестиції, є високий інтерес до українських компаній на венчурному ринку. Такі сегменти, як military tech, mental health, demining, medical tech, agro tech та інші, отримали сильний поштовх для розвитку в Україні. Таких інвесторів цікавить високий потенціал зростання вартості стартапів та інноваційних компаній з виходом на міжнародні ринки.

Беззаперечний фокус міжнародного бізнесу на оборонну промисловість в Україні. Такі корпорації, як BAE Systems (Велика Британія), Baykar (Туреччина) та Rheinmetall (Німеччина), вже розпочали будівництво заводів на території України. Планові інвестиції мають перевищити \$300 млн. І це лише початок у цьому сегменті. Зацікавленість в інвестиціях у будівельну

галузь зазначали в Rolls-Royce (Велика Британія), Chicago Atlantic (США) та Wasatch Group (США). Планові інвестиції можуть перевищити \$250 млн. [2]

Наразі в Україні визначено 10 основних галузей, які мають суттєвий потенціал для міжнародного інвестування. Серед них оборонно-промисловий комплекс (\$43 млрд інвестиційного потенціалу); металургія та металообробка (\$26 млрд інвестиційного потенціалу); енергетика (\$177 млрд інвестиційного потенціалу); агропромисловий комплекс (\$34 млрд інвестиційного потенціалу); логістика та інфраструктура (\$123 млрд інвестиційного потенціалу); промислове виробництво (\$16 млрд доларів інвестиційного потенціалу); деревообробка та меблеве виробництво (\$5 млрд інвестиційного потенціалу); фармацевтика (\$19 млрд інвестиційного потенціалу); інноваційні технології (\$11 млрд інвестиційного потенціалу). Варто відзначити, що в Україні близько 240 тисяч фахівців, зайнятих в ІТ-сфері. І саме сектор ІТ зазнав найменших втрат від війни - зберіг 95% обсягів контрактів [3].

Отже, Україна, попри трагедію війни, переживає не лише руйнування, але й відкриття нових перспектив. Отримані \$66 млрд фінансової допомоги від міжнародних партнерів та очікувані \$42 млрд на 2024 рік створюють підґрунтя для економічного відновлення. Інвестиційний потенціал України в 10 ключових галузях відкриває шлях для розвитку оборонно-промислового комплексу, металургії, енергетики та інших секторів. Інтерес міжнародних компаній, які готові реінвестувати кошти та розглядають українські компанії на венчурному ринку, свідчить про довіру до потенціалу України. Війна може бути катастрофою, але також вона може відкрити двері до нових можливостей та сприяти трансформації країни у лідера нової цивілізації.

Список використаних джерел

1. Не спізнитися на «український потяг». URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/18/689232/> (дата звернення: 11.03.2024).
2. Інвестують попри війну. Хто та скільки вкладає в Україну серед міжнародного та українського бізнесу? Огляд від інвестаналітика Артема Щербини. URL: <https://forbes.ua/money/investuyut-popri-viynu-khto-ta-skilki-ukladae-v-ukrainu-sered-mizhnarodnogo-ta-ukrainskogo-biznesu-oglyad-vid-investanalitika-artema-shcherbini-08122023-17779> (дата звернення: 11.03.2024).
3. Інвестування в Україну під час війни. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279892> (дата звернення: 11.03.2024).

Діброва Поліна Сергіївна
спеціальність 073 «Менеджмент»,
ОП «Менеджмент»,
Державний біотехнологічний університет,
Науковий керівник
Гіржева Ольга Миколаївна
д.е.н., професор, професор кафедри
менеджменту, бізнесу і адміністрування

МОТИВАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що одним з важливих завдань для організацій є пошук ефективних способів управління працею, які забезпечують активізацію людського чинника. Для отримання стабільного результату вирішальним причинним чинником є їхня мотивація. Ослаблення мотивації персоналу неминуче може призвести до загострення негативних соціально-економічних процесів в організації та зниження її конкурентоспроможності.

Мотивація праці – система детермінант, причин, стимулів, мотивів, сенсів, цінностей, що спонукає людину до трудової діяльності. Як мотивація праці часто виступає також система уявлень і переконань, почуттів і переживань, в яких виражаються матеріальні й духовні, природні й культурні потреби людини. Усвідомлення потреб і предметів, якими вони задовольняються, тобто опредмечування потреб, утворює загальний механізм мотивування трудової діяльності [1].

Здійснивши аналіз трактувань поняття «мотивація персоналу» провідними вченими, вважаємо, що під даним поняттям слід розуміти якісний симбіоз внутрішніх та зовнішніх чинників, використання яких направлене на самомотивацію, а також зацікавлення, спонукання та стимулювання персоналу підприємства щодо підвищення показників ефективності та рівня продуктивності праці в сучасних організаціях [2].

Мотивація є важливим елементом в управлінні персоналом і організацією в цілому, оскільки спонукає персонал до праці і цим веде до задоволення особистих потреб працівників. На нашу думку, мотивація - це сукупність зовнішніх та внутрішніх рушійних сил, що спонукають людину здійснювати діяльність, спрямовану на досягнення певних цілей, із витратою певних зусиль, з певним рівнем старання, сумлінності, наполегливості та відповідальності.

Мотивація персоналу є одним із найскладніших напрямів діяльності управлінців, а вміння мотивувати підлеглих – це взагалі велике мистецтво. Організації і підприємства, в яких управлінський персонал опанував це мистецтво, займають, як правило, провідні позиції на ринку. Система мотивації є дієвим інструментом управління персоналом лише в тому випадку, якщо вона якісно розроблена та правильно використовується практично.

Нагадаємо основні рушійні мотиви працівників:

1. Мотив винагороди - співробітник працює заради грошей та інших благ.
2. Соціальний мотив - працівникові важливо схвалення керівництва та колективу.
3. Процесний мотив - співробітник працює заради задоволення від самого процесу роботи
4. Мотив досягнення - співробітник прагне самоствердження і самореалізації.
5. Ідейний мотив - для співробітника важливим є досягнення спільних з компанією високих цілей.

Система мотивації праці повинна включати як частину механізм раціонального стимулювання праці. Система мотивації праці покликана забезпечувати адекватну мотивацію працівника до праці в організації та до кола своїх професійних завдань. Система мотивації заохочує таку працю працівника, яка цінна для організації. У зв'язку з цим вона має бути спрямована на підтримку необхідної продуктивності праці та її підвищення; підтримку норм організації; вдосконалення норм організації.

Також, варто зазначити, що на мотивацію працівників впливають методи стимулювання. Конкретно підібраний метод стимулювання для кожного співробітника сприяє високій оцінці мотивації. Тому щоб забезпечити відповідні умови праці та продуктивність праці підвищувалася, керівник має добре знати та поважати свій персонал.

Отже, управлінцям важливо перед кожним співробітником поставити конкретну мету та розподілити завдання, визначити стратегію підприємства, так само організувати заходи, які будуть мотивувати та стимулювати кожного працівника, орієнтуючись на стимулюючі фактори мотивації.

Список використаних джерел

1. Мотивація праці / В. В. Рибалка // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2019. – Режим доступу : <https://esu.com.ua/article-68738>
2. Заставнюк, Л. Мотивація персоналу як фактор підвищення конкурентоспроможності// Економіка та суспільство [Електронний ресурс], 2022 (45). – Режим доступу : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-54>

Дімітрова Аліна Вікторівна
студентка кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені В.І. Вернадського,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Грудцина Юлія Валентинівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

В сучасному світі бізнес-середовище дуже динамічне і нестабільне. Компанії стикаються зі швидкими змінами в економічній, політичній і соціальній сферах, що вимагає від управлінців швидкого і гнучкого реагування на зміни в навколишньому середовищі. Дослідження процесу планування та прийняття управлінських рішень допоможе підприємствам розробити ефективні стратегії, для успішного вирішення різних проблем, які представляє сучасний світ [1].

Слово «план» походить від латинського слова *planum* — площа, рівне місце. Спочатку це поняття застосовувалося для позначення креслення (малюнка), що характеризує певну ділянку в масштабі площині. Через деякий час його стали використовувати для опису проектів, реалізація яких передбачає систему взаємопов'язаних завдань, показників і розрахунків.

Планування в менеджменті – це виявлення мети розвитку ефективного функціонування будь-якої організації, а також встановлення методів і засобів. Слово «план» походить від латинського слова *planum* — площа, рівне місце. Спочатку це поняття застосовувалося для позначення креслення (малюнка), що характеризує певну ділянку в масштабі площині. Через деякий час його стали використовувати для опису проектів, реалізація яких передбачає систему взаємопов'язаних завдань, показників і розрахунків.

Планування в менеджменті – це виявлення мети розвитку ефективного функціонування будь-якої організації, а також встановлення методів і засобів для досягнення цієї мети. Це процес складання спеціальних документів-планів, що визначають конкретні кроки організації при реалізації прийнятих рішень. Планування є однією з головних функцій управління та забезпечує ефективну роботу і розвиток компанії. Можна сказати, що ця функція є базовою, тому що саме з планування завдань і цілей починається діяльність кожної організації.

Отже, планування – перший і найголовніший етап управління. На основі розробленої системи планів в подальшому здійснюється організація завдань, мотивація задіяного для їх виконання персоналу, контроль результатів і їх оцінка з точки зору планових показників. Але планування – не окрема одноразова дія, а безперервний процес, обумовлений тим, що організації, відгукуючись на виклики зовнішнього середовища, визначають нову або

встановлюють попередню мету, для чого в систему планів необхідно внести корективи. Крім того, процес планування – це не проста послідовність операцій складання планів і не процедура, зміст якої в тому, що одна подія обов'язково має відбутися слідом за іншим. Процес вимагає великої гнучкості та управлінського мистецтва. Якщо певні моменти процесу не відповідають поставленій перед організацією мети, то їх можна обійти, що є неможливим. Люди, які беруть участь у процесі планування, не просто виконують належні функції, а діють творчо і здатні до змін характеру дій, якщо того вимагають обставини.

У плануванні можна виділити такі складові, як:

1. Постановка мети

Постановка мети – це розробка системи завдань, від основної проблеми підприємства, до маленьких проблем її окремих філій. У підсумку виходить перелік конкретних завдань, які є базою всього планування.

2. Координація цілей і засоби їх досягнення;

3. Розвиток або об'єднання існуючої системи менеджменту компанії з її подальшим зростанням [2].

Для того, щоб ефективно втілити планування, потрібно мати налагоджену систему менеджменту. Адже діяльність будь-якої компанії спрямована на швидке досягнення показників планування і від того, яким чином ця діяльність скоординована, дуже часто залежить і кінцевий результат. Можна розробити ідеальний план, але без ефективної організації системи менеджменту його не вдасться реалізувати. Тому наявність ефективної організаційної структури і системи процесів є обов'язковою умовою.

Основні завдання, які організація вирішує в процесі планування [3]:

1. З'ясовує цілі, до досягнення яких потрібно йти і види діяльності, які для цього необхідні;

2. Пошук необхідних ресурсів і розподіл їх відповідно до потреб;

3. Забезпечує розвиток організаційної структури та системи управління;

4. Підвищує шкалу трудової активності працівників;

5. Дозволяє вибрати найкращий і ефективний спосіб досягнення мети організації, забезпечує її прибуток, підвищення продуктивності праці тощо;

6. Створює основу надійного контролю за діяльністю компанії.

Без планування системи менеджменту не зможе «вижити» жодне підприємство, тому управлінські рішення потрібно приймати щодо [2]:

1. Розподілу матеріальних і людських ресурсів;

2. Координації роботи між окремими структурними підрозділами;

3. Координації з ринком (зовнішнім середовищем);

4. Створення ефективної внутрішньої структури;

5. Контролю за виробничою діяльністю;

6. Подальшого зростання компанії.

У плануванні потрібно своєчасно врахувати всі внутрішні і зовнішні фактори, які здатні забезпечити сприятливі умови для ефективного функціонування і розвитку підприємства.

Планування в системі менеджменту дозволить вчасно приймати рішення, дасть можливість уникнути поспішних висновків, визначить конкретні завдання, виявить найбільш ефективний і раціональний спосіб їх досягнення, а також надасть можливість здійснення повного контролю за всіма виробничими процесами.

Список використаних джерел:

1. Пікулик О.І. Бізнес-середовище в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Держава та регіони*. 2021. № 2. С. 23–26.
2. Бурик А. Планування діяльності підприємств: навч. посіб. Київ: Видавництво Центр навчальної літератури. 2017. 260 с.
3. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник. Київ: Ліра-К, 2014. 268 с.

Дісяк Яна Савеліївна

студентка кафедри менеджменту ЗЕДП
Національного Авіаційного Університету,
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ОП «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Науковий керівник:

Лановська Галина Іванівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту ЗЕДП

ПАРТНЕРСТВО HR З ПРАКТИКАМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Синергія HR з відділом управління персоналом та практиками корпоративної соціальної відповідальності. В епоху, коли бізнес вимірюється не лише прибутком, але й впливом на суспільство та навколишнє середовище, спеціалісти з управління персоналом відіграють важливу роль у спрямуванні своїх організацій до більш соціально відповідального майбутнього.

Корпоративна соціальна відповідальність – це не лише філантропія; мова йде про інтеграцію етичних і екологічних практик в основу бізнесу. HR — це серцебиття організації, і коли воно синхронізується з КСВ, воно може сприяти розвитку культури цілеспрямованості та відкритості [1].

Необхідно зазначити кілька ключових способів, за допомогою яких HR може стимулювати ініціативи КСВ у компанії.

Наймання на основі цінностей. Відділ управління персоналом може переосмислити процес найму, спрямовуючи увагу не лише на професійні навички та досвід кандидатів, але й на їхню відповідність цінностям корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Це забезпечує те, що новий

співробітник буде активно виконувати соціальні та екологічні зобов'язання організації[1].

Залучення працівників. HR-відділ може сприяти активній участі працівників у заходах з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) шляхом організації волонтерських можливостей, участі в екологічних ініціативах та підтримки проектів КСВ, ініційованих самими працівниками. Це сприяє підвищенню морального духу та внутрішньої мотивації персоналу.

Навчання та розвиток. Впровадження навчальних програм, які навчають працівників щодо цілей компанії у сфері КСВ, екологічних практик та їхньої ролі в досягненні цих цілей. Це дає можливість співробітникам робити ефективний внесок.

Впровадження навчальних програм, спрямованих на ознайомлення працівників із стратегічними цілями компанії у сфері корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), екологічних практик та їхнього внеску у досягнення цих цілей, створює умови для ефективного внеску співробітників у цілі компанії.

Різноманітність та інклюзивність. Необхідно стимулювати різноманітність та інклюзивність на робочому місці. Відділ управління персоналом повинен забезпечити ініціативність з корпоративної соціальної відповідальності на належному рівні охоплюючи всі сегменти працівників та сприяючи розвитку більш інклюзивної корпоративної культури.

Показники та звітність. Потрібно встановити чіткі показники КСВ та механізми звітності. HR може співпрацювати з іншими відділами для відстеження прогресу, визначення областей для вдосконалення та інформування про вплив КСВ як всередині, так і ззовні.

Відповідальність за ланцюг постачань. Співпраця з командами з управління закупівлями та ланцюгами постачання, щоб переконатися, що постачальники та партнери дотримуються етичних та екологічних стандартів з розширення області застосування корпоративної соціальної відповідальності в межах зовнішньоекономічної діяльності компанії [2].

Отже, симбіоз між управлінням персоналу (HR) та корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) виступає важливою динамічною силою для позитивних трансформацій у підприємствах. Розвинувши культуру соціальної відповідальності, компанії не лише здатні значно впливати на оточуюче середовище, але й зміцнювати свою корпоративну репутацію, приваблювати та зберігати талановитий кадровий потенціал, а також стимулювати лояльність працівників.

Список використаних джерел

1. Belcourt M., Singh P., Snell S., & Morris S. (2020). *Managing Human Resources* (Ninth Canadian Edition). Nelson Education Ltd.
2. Sarin, S. (2019). Corporate Social Responsibility and HR : Redefining Boundaries. *NHRD Network Journal*, 5(1), 61–64. URL: <https://doi.org/10.1177/0974173920120111>

Дмитренко Ярослав Анатолійович,
4 курс, 073 «Менеджмент»,
Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»

Науковий керівник:
Шафранова Катерина Володимирівна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та туризму

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Компанії повинні конкурувати на ринку та реагувати на потреби клієнтів, створюючи унікальну споживчу цінність. Якщо компанії створюють цінність для своїх клієнтів, вони будуть винагороджені майбутніми бізнес-можливостями. Підприємства, які не створюють споживчу цінність або роблять це менш ефективно, ніж їхні конкуренти, можуть зазнати зниження прибутковості і зрештою збанкрутувати.

При виборі конкурентної стратегії слід враховувати вплив зовнішнього середовища та оцінювати внутрішні ресурси, якими володіє компанія. Від того, наскільки внутрішнє середовище відповідає конкурентній стратегії, залежать можливості розвитку компанії. На практиці варто зазначити, що вибір і формулювання стратегій реалізації конкурентних переваг повинні ґрунтуватися на результатах діагностики фінансового стану підприємства та його споживчої привабливості, яка проводиться в рамках конкурентної оцінки. [1].

Найуспішніші компанії сучасного світу зайняли провідні позиції на ринку завдяки диференційованим пропозиціям продуктів, які пропонують унікальну цінність для споживача. Конкуренція є необхідною умовою розробки стратегії. Монополії, які за визначенням мають слабку конкуренцію або взагалі її не мають, не приділяють багато часу та ресурсів розробці стратегії.

Сучасний бізнес працює в «надконкурентному» середовищі. Глобалізація зробила світ меншим і дозволила компаніям конкурувати, використовуючи ресурси з усього світу. За останні кілька десятиліть компанії зосередилися на скороченні витрат, передаючи некритичні операції на аутсорсинг у дешеві регіони та перерозподіляючи внутрішні ресурси, щоб надавати клієнтам кращу цінність за менших витрат. Однак оптимізація операцій не дає бізнесу стратегічної переваги над іншими. Інші компанії намагаються зменшити витрати і водночас підвищити ефективність. Тому операційна ефективність є необхідною, але недостатньою умовою успіху на ринку.

Слід наголосити на тому, що основні принципи стратегії залишаються незмінними, незалежно від технології чи темпу змін. Надійна стратегія починається з правильної мети, яка полягає в підтримці високої прибутковості.

Якщо метою підприємства є щось інше, крім прибутку, то це створює проблеми.

Також доцільно наголосити на тому, що стратегія повинна мати безперервність та послідовність. Стратегія полягає в тому, яких клієнтів обслуговує підприємство та яку цінність забезпечує. Позиціонування на найвищих рівнях – це місце, де наступність має бути найсильнішою. Інакше організації буде важко зрозуміти, що таке стратегія, а клієнтам буде складно знати позицію компанії.

Стратегія конкуренції є основою конкурентної поведінки підприємства на ринку і описує схему забезпечення переваг над конкурентами. Конкурентна стратегія концентрується на діях і підходах, які пов'язані з управлінням, спрямованим на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва [2].

Переглядаючи стратегію, керівництво організації має пам'ятати, що стратегія не змінюється, а змінюються зміни. Зміни приносять можливості. З іншого боку, зміни також можуть спричинити збої. Необхідно чітко визначити сегменти клієнтів. Цінність для споживачів має бути переконливою. Перемогти легше, маючи чіткий напрямок, чітко визначені клієнтські сегменти та високу споживчу цінність.

Існує тонкий баланс між змінами та безперервністю. Безперервність стратегічного напрямку та постійні зміни, які постійно вдосконалюють способи його реалізації, ідеально узгоджуються між собою. Насправді, вони взаємно підсилюють один одного. Здатність до безперервних та ефективних змін забезпечується високим рівнем спадкоємності. Чим точніше топ-менеджмент розуміє визначення стратегії та компромісів, тим краще він здатен виявляти нові можливості для підтримки ціннісної пропозиції організації. В іншому випадку дуже важко виокремити те, що є важливим, з величезної кількості доступних технологій.

Керівники вищої ланки разом з членами команди розробляють стратегії, які визначають те, що інші ще не відкрили, за допомогою нових видів діяльності. Лідери також повинні переконатися, що всі розуміють стратегію, яка визначає відмінність компанії. Кожен співробітник повинен розуміти, що це не просто ще одна компанія, а компанія, яка приносить у світ щось нове.

Список використаних джерел

1. Білявський В.М. Тайм-менеджмент як інструмент організаційного розвитку підприємства / Білявський В.М., Литвин Д.В. // Збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю» (м. Полтава, 21 квітня 2021 р.). – С. 747-750.

2. Дорошук Г.А. Управління організаційним розвитком: теоретичні та концептуальні основи: монографія / під ред. С.К. Харічкова. – Одеса: Бондаренко М.О., 2016. – 196 с.

Жук Анастасія Ігорівна
студентка кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені Вернадського,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Грудцина Юлія Валентинівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

СКЛАДСЬКА ЛОГІСТИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Склади – це будівлі, споруди та різноманітні пристрої, призначені для приймання, розміщення і зберігання товарів, які надійшли на них, підготовки їх до споживання і відпускання споживачу. На складах не створюються жодні нові матеріальні цінності й додаткова споживча вартість, тому зберігання як самоціль не приносить ніякої користі [1]. Відповідно до визначення Міжнародна консалтингова компанія Knight Frank, склад – це нежитлове приміщення, призначене для зберігання сировини, продукції, товарів та інших вантажів, що забезпечує дотримання необхідних умов зберігання та оснащене обладнанням для зберігання та зручними для розвантаження-навантаження конструкціями та спорудами [2].

Відповідно до принципів управління ланцюгом постачання, сучасні компанії намагаються досягти великих обсягів виробництва та розподілу, використовуючи мінімальні запаси по всьому логістичному ланцюгу, які мають бути доставлені в короткі терміни реагування. Подібні зміни в управлінні ланцюгами постачання здійснили серйозний вплив на управління складом.

Невеликі обсяги товару стали постачатися значно частіше з більш коротким часовим проміжком, що пов'язано із розвитком складських та розподільчих мереж. У спробах зменшити загальні запаси багато компаній замінили кілька відносно невеликих розподільчих центрів на розгалужену мережею розподілу.

Нові ринкові зміни разом із швидким технологічним розвитком транспортування товарів надзвичайно вплинули на роботу складів. Коротший життєвий цикл продукту створює фінансовий ризик для великих запасів і, як наслідок, для придбання капіталомістких високопродуктивних складських систем. Централізоване управління запасами, з іншого боку, вимагає підвищеної продуктивності та короткого часу реагування складських систем. В результаті складні моделі та системи підтримки прийняття рішень для планування та управління складськими системами можуть значно сприяти загальним дослідженням управління запасами.

Складська логістика охоплює всі різноманітні складні фактори – організацію, переміщення та управління – які беруть участь у складуванні. Це включає в себе потік (відвантаження та отримання) матеріальних запасів, а

також більш абстрактних товарів, включаючи інформацію та час [3]. Складська логістика також може поширюватися на що завгодно: від боротьби зі шкідниками на складі до обробки пошкоджених товарів, політики безпеки, управління людськими ресурсами та повернення клієнтам. Іншими словами, складська логістика включає всі процедури та організаційні інструменти, необхідні для безперервної роботи складських операцій. Проблеми в управлінні складом лежать глибше, ніж в питаннях управління запасами, управління ланцюгом постачання, контроль витрат, людські ресурси, управління ризиками та безпека тощо. Ефективна програма складської логістики може оптимізувати роботу складу компанії, підвищити її продуктивність і прибуток. Завдання, які вирішуються в сфері складського управління, їх послідовність та взаємозв'язок з іншими структурними підрозділами підприємства відображено на рисунку 1.

Виділимо декілька складових компонентів в організації ефективної складської логістики на підприємстві:

- навчання працівників прийому, пакування та розпакування товарно-матеріальних цінностей;
- отримання належних ліцензій та сертифікатів на експлуатацію обладнання;
- безпечне та надійне зберігання та систематизація товарів на складі;
- запис усієї інформації, що стосується вхідних і вихідних відправлень;
- складські операції.

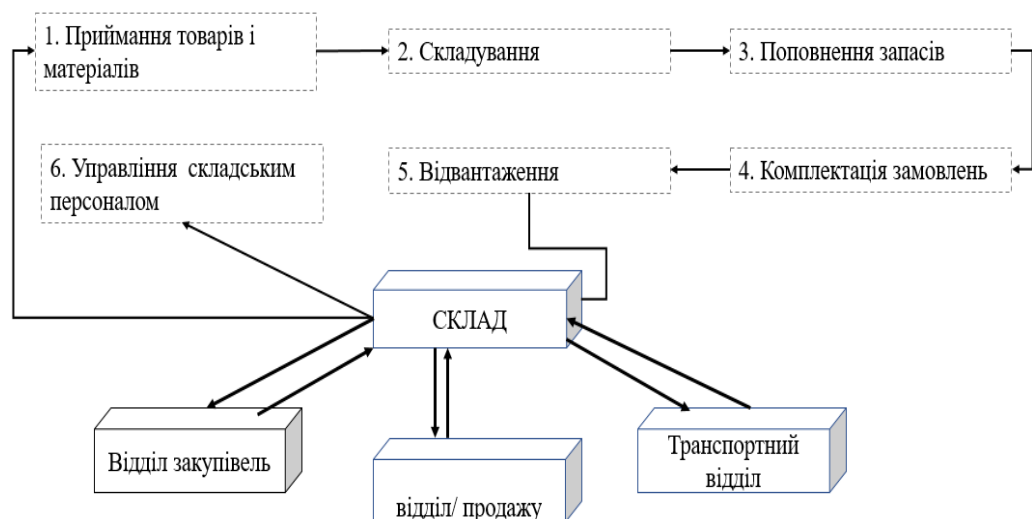


Рисунок 1 – Завдання, які мають вирішуватися у сфері складського управління підприємства

Джерело: сформовано автором

Тобто, складська логістика - це планування, управління потоком товарів на складі для досягнення бізнес-цілей, де здійснюються організовує складні операції та максимізується ефективність виконання логістичних процедур та процесів. Одним із найпоширеніших застосувань складської логістики є

управління потоком матеріальних запасів. Інші операції, які виграють від ефективних логістичних стратегій, включають пошук, пакування та доставку замовлень. Складування – один із найважливіших елементів системи логістики, який має місце на будь-якій стадії потоку матеріального потоку від первинного джерела сировини до кінцевого споживача. Складська логістика — це ефективний облік, надійне зберігання і продуманий розподіл продукції на складі. Оптимізація системи логістики сприяє розвиткові компанії і підвищує прибутковість бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Петренко О. І. Управління складською діяльністю промислових підприємств на логістичних засадах. Ефективна економіка №6 2017. *Журнал «Ефективна економіка»*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5644>.
2. Класифікація складів: види, ознаки, характеристики, вимоги. WareTeKa. URL: <https://wareteka.com.ua/uk/blog/klasyfikaciya-skladiv-v-logistyci/>.
3. Berg J. P. v. d., Zijm W. H. M. Models for warehouse management: Classification and examples. *International Journal of Production Economics*. 1999. Vol. 59, no. 1-3. P. 519–528. URL: [https://doi.org/10.1016/s0925-5273\(98\)00114-5](https://doi.org/10.1016/s0925-5273(98)00114-5).

Жукова Аліна Олегівна

студент кафедри управління та забезпечення якості у фармації
Національного фармацевтичного університету
спеціальності «073 Менеджмент», ОП «Менеджмент»

Науковий керівник:

Лісна Анастасія Геннадіївна
к.фарм.н., доцент, доцент кафедри управління та забезпечення якості у фармації

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Впровадження системи стратегічного планування (ССП) займає передове місце у розвитку сучасних фармацевтичних підприємств (ФП), які визначають за ціль прогресивне зростання у довгостроковій перспективі. Швидкоплинні зміни, які щодня спричиняють перешкоди, ставлять нові завдання перед ФП, змушують постійно навчатись адаптуватись до актуальних умов та знаходити інноваційні рішення в критичних ситуаціях. Таким чином, ССП дозволяє виявити потенційні загрози, прийняти ефективні рішення та визначити стратегічний напрям, який сприяє оптимізації виробничих процесів та ресурсів, якими розпоряджається ФП, і, як наслідок, якнайкраще реалізувати його потенціал [1].

Метою дослідження є обґрунтування методичних підходів до впровадження ССП на ФП, що функціонують в умовах розвинених ринкових стосунків і мінливого середовища.

Дотепер ССП є найважливішою складовою стратегічного менеджменту та одним із основних напрямків теорії управління, що сприяє ефективній діяльності багатьох закордонних ФП. Впровадження ССП дозволяє поєднувати вирішення поточних завдань ФП з перспективними цілями, більш повно використовувати їх потенційні можливості й зміцнювати ринкові позиції в конкурентному середовищі, виробляти якісну фармацевтичну продукцію, що відповідають вимогам ринкової кон'юнктури.

ФП в сучасних умовах функціонування постійно взаємодіють зі багатьма елементами зовнішнього середовища, які суттєво впливають на їх конкурентоспроможність, цілі та напрямки розвитку, фінансові результати. У цих умовах ФП зобов'язане управляти цими елементами, передбачати зміни і використовувати їх на свою користь. Серед факторів, що впливають на господарську діяльність ФП, виділимо такі [2]:

1. Фактори внутрішнього середовища: структура управління, виробництво, маркетинг, фінанси, управління персоналом.

2. Фактори зовнішнього середовища: макроекономічні, ринкові, законодавчі, технологічні та міжнародні.

Планування є найважливішим елементом управління. При цьому планування слід розглядати не тільки як вміння передбачити всі необхідні дії, але також як здатність передбачити будь-які зміни, які можуть виникнути в майбутньому, і вміти з ними справлятися. ФП не може усунути ризики в своїй діяльності, а також зовнішні ризики, але воно здатне знижувати їх і мінімізувати пов'язані з ними втрати за допомогою різних засобів, у тому числі за допомогою ефективного прогнозування та планування.

При плануванні діяльності ФП необхідно враховувати певні чинники, що обмежують або сповільнюють ці процес. До них відносяться:

- невизначеність ринкового середовища, що пов'язано з швидкими і часом непередбачуваними змінами, що негативно впливають на діяльність ФП і на досягнення запланованих результатів;

- витрати на планування, до яких відносяться витрати на маркетингове дослідження, організацію служб планування, залучення додаткового персоналу до цього виду діяльності;

- масштаби діяльності ФП, обмежуючі можливості планування в малих і середніх ФП, оскільки плануванню з об'єктивних обставин властива істотна залежність від масштабів діяльності.

Зміст і характер процесу планування на ФП визначаються принципами планування. Передумови для підвищення ефективності роботи ФП та зменшення негативних результатів створюються завдяки послідовному дотриманню принципів у плануванні [2; 3].

Таким чином, основне завдання ССП полягає в тому, щоб обґрунтувати довгострокові цілі розвитку ФП. Водночас оперативне планування спрямоване

на досягнення запланованого стану. Отже, різниця оперативного планування та стратегічного полягає у цілях і засобах їх досягнення. У будь-якому випадку стратегічний план буде описувати, щонайменше, три компоненти: початковий стан бізнесу, бажаний (кінцеве) стан бізнесу і засоби, що зв'язують ці два стани.

Список використаних джерел

1. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації : моногр. К.: КНЕУ, 2004. 346 с.
2. Стратегічне управління компанією: навч. посіб. / О.В. Посилкіна, О.В. Літвінова, А.Г. Лісна., К.С. Світлична. – Х. : Вид-во НФаУ, 2020. – 218 с.
3. Гринько Т., Каціна К. Формування та впровадження системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 43. С. 104–114.

Корницька Анастасія Дмитрівна
студентка кафедри менеджменту та МЕВ
ТНУ імені В.І. Вернадського,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Грудцина Юлія Валентинівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕВ

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Неможливо уявити успішне комерційне підприємство, яке б розвивалося без застосування маркетингових принципів, інструментів, концепцій у діяльності будь-якого сучасного підприємства. Маркетинг називають «філософією бізнесу», оскільки як філософія є наукою про знання, так маркетинговий спосіб мислення є основою здійснення будь-яких комерційних операцій.

Функції маркетингу, та роль, які вони відіграють в сучасних умовах розвитку не тільки об'єктів господарювання, але і економіки в цілому, є дуже важливими. Все ширше коло питань підпадає під компетенцію маркетологів, вони залучені до вивчення поведінки споживача, маркетингового середовища та розробки комплексу маркетингу. Жодне стратегічне рішення не може бути прийнято без консультацій з фахівцями у цій сфері.

Слово «стратегія» в перекладі з грецького означає «мистецтво розгортання військ у бою», тобто мистецтво орієнтації в умовах бою. Єдність підходів до розгляду стратегії підприємства, маркетингової стратегії та військової стратегії полягає у використанні військових термінів, таких, як наступальний маркетинг, флангова стратегія, місія, стратегія наступу тощо [1]

Відомий науковець у сфері менеджменту М.Х. Мескон дає своє визначення цього терміну: «стратегія є детальним всебічним комплексним планом, призначеним для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і її досягнення» [2].

Не можна не погодитися також з такими вченими, як І. Ансофф та М. Портер, які вважають, що стратегія показує, в якій сфері господарської діяльності діє компанія, в якому напрямку вона має намір розвиватися, та прагне зайняти конкурентну позицію в галузі [3].

Основна відмінність стратегії від звичайного довгострокового плану полягає в тому, що стратегія повинна передбачити умови, за яких підприємство уникне проблем на ринку. Маркетинг володіє необхідним комплексом практичних інструментів для організації такої діяльності.

Формування стратегії є центральним етапом у процесі стратегічного управління фірмою. Серед існуючих різновидів стратегії фірми маркетингова стратегія відіграє особливу роль. Багато вчених відносять маркетингову стратегію до функціональних, але насправді вона охоплює усі рівні стратегічного планування на підприємстві. Особливої уваги, на погляд автора, заслуговує той факт, що в даний час немає єдиного тлумачення сутності «маркетингова стратегія».

У Економічному словнику-довіднику під редакцією С.В. Мочерного визначається: «Маркетингу стратегія – формування та реалізація довгострокових цілей щодо кожного сегмента ринку і кожного товару для здійснення виробничо-комерційної діяльності відповідно до ринкових умов та можливостей підприємства. Маркетингова стратегія розробляється на основі досліджень та прогнозування ринкових умов» [4, с. 191].

Відомий науковець Ф. Котлер вважає, що такий різновид стратегії, як маркетингова, багато в чому співпадає із загальною стратегією компанії та визначає: «Маркетингова стратегія – це загальний план маркетингових заходів, за допомогою яких компанія розраховує досягти своїх маркетингових цілей. Вона складається з окремих стратегій для цільових ринків, позиціонування, маркетингового комплексу і кошторису маркетингових заходів. Відтворює стратегії кожного з елементів маркетингового комплексу і пояснює, яку реакцію передбачає кожна з них на загрози, можливості та проблеми».

Відомі українські вчені Л.В. Балабанова, Т.І. Лук'янець, вважають, що в першу чергу «маркетингова стратегія» це філософія бізнесу, успіх підприємства на ринку. А по-друге це засіб досягнення маркетингових цілей та напрям зосередження зусиль [5].

Отже, узагальнюючи різні тлумачення поняття «маркетингова стратегія», можна зробити висновок, що визначення терміну зводиться до наступних напрямків: основні напрями розвитку та досягнення ринкових позицій підприємства; засіб для досягнення маркетингових цілей; план дій та стратегічний напрям підприємства.

Список використаних джерел:

1. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2012. – 245 с.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента/Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. – 3-е изд. – К.: Вильямс, 2009. – 665 с
3. Стратегічний менеджмент. [текст] навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
4. Економічний словник-довідник / За ред. док. екон. наук, проф. С.В. Мочерного. – К.: Феліна, 2005. – 368 с.
5. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навч. посіб. / Л.В. Балабанова; За ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 301 с.

Крамаренко Ірина Денисівна

студентка кафедри менеджменту ЗЕДП
Національного Авіаційного Університету,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Менеджмент ЗЕД»

Науковий керівник:

Лановська Галина Іванівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту ЗЕДП

РОЗВИТОК ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Людські ресурси – це конкурентні переваги кожної організації у епоху зростаючої глобалізації та жорсткої конкуренції, тому постійний пошук і удосконалення їх задоволеності та відданості, допомагають досягти високого рівня функціонування. Цього можна досягти завдяки впровадженню та розвитку програм корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ).

Сучасна система відповідальності (СВ) компаній виходить за рамки отримання прибутку, більшу увагу починають приділяти заходам, які будуть приносити користь суспільству та навколишньому середовищу. А також користь підприємству, зміцнюючи його репутацію та довіру, відбувається покращення морального настрою працівників [2].

Забезпечення добробуту працівників і впровадження програми КСВ – це дві взаємопов'язані концепції. Слід зазначити, працівники відчують, що їх цінуються і піклуються, вони будуть більш залученими, мотивованими та продуктивними. Сприяючи благополуччю працівників, організації можуть створити ситуацію, коли у вииграші будуть як працівники, так і сама компанія [1].

Існують різні програми КСВ, спрямовані на персонал, які можуть мати різноманітні характеристики та цілі. Слід виділити основні напрямки:

- забезпечення чесної трудової практики, сприяння різноманітності та інклюзії, а також підтримка безпечного робочого середовища. Включає в себе надання рівних можливостей для всіх працівників, де кожен відчуває себе цінним та важливим, незалежно від їх досвіду, релігії чи національності. Програми навчання та знань з питань різноманітності для співробітників і керівників сприяють розвитку розуміння, співчуття та культурної компетенції [3]. Організації також можуть продемонструвати свою прихильність до благополуччя, шляхом впровадження програм безпеки робочого місця тобто регулярне навчання з техніки безпеки, оцінки ризиків. Забезпечення комфортного та безпечного робочого середовища має вирішальне значення для здоров'я та задоволеності працівників.

- організації можуть впроваджувати програми КСВ, інвестуючи в навчання та розвиток своїх співробітників, надаючи їм можливості для кар'єрного зростання та сприяючи підтримці ефективної діяльності працівників. Незалежно від того, чи буде це навчання технічним, чи стимулювання розвитку лідерських якостей, чи семінари з вдосконалення навичок, в результаті це може вплинути на підвищення продуктивності праці персоналу [2];

- вплив на фізичне та психологічне здоров'я людського капіталу підприємства. Загалом, програми корпоративної соціальної відповідальності, спрямовані на поліпшення загального здоров'я та благополуччя працівників шляхом реалізації оздоровчих ініціатив. Ці ініціативи можуть охоплювати широкий спектр заходів, включаючи спортивні програми, медичні огляди та навчання управлінню стресом та психологічній стійкості. Підприємства можуть також надавати консультаційні послуги та підтримку у вирішенні особистих і професійних проблем. Ці заходи сприяють формуванню здорової та продуктивної робочої сили, що підтримується науковими дослідженнями, що підтверджують позитивний вплив цих програм на робочу ефективність та задоволеність працівників[3];

- визнання працівників. Даний аспект впровадження програми стимулює визнання та методи винагороди працівників за наполегливу працю відданість компанії та досягнення. Незалежно від того, чи це премії, нагороди чи публічне визнання, демонстрація вдячності працівникам може створити позитивну робочу культуру та підвищити загальний добробут [1].

Отже, впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набуває все більшого значення у сучасній академічній спільноті орієнтуючись на важливий аспект ефективного управління людським потенціалом сучасних бізнес структур. Аналіз таких програм розкриває їхній потенціал у створенні сприятливого робочого середовища, підвищенні задоволеності працівників та активізації їхньої працездатності. Ефективна імплементація програм КСВ не лише сприяє поліпшенню умов праці, але й суттєво впливає на загальний успіх підприємства, що

підтверджується результатами наукових досліджень у сфері управління.

Список використаних джерел

1. Моїсеєнко Т. Є. Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=986>.
2. Олійник О. О. Розвиток персоналу як складова корпоративної соціальної відповідальності. 2016. С. 174–183. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9b260504-5f50-42dc-9356-766e6ab43577/content>.
3. Employee oriented initiatives | sustainability | renaissance. URL: <https://kaigo.s-re.jp/en/csr/employee/>.

Крилов Сергій Михайлович,

4 курс, 073 «Менеджмент»,

Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»

Науковий керівник:

Карпенко Сергій Володимирович,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та туризму

УПРАВЛІННЯ НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних економічних умовах важливим фактором успішної діяльності підприємства є забезпеченість основними засобами та їх ефективне використання. Підтримання необоротних активів у належному стані, їх оновлення та раціональне використання є необхідною умовою функціонування підприємства. Управління необоротними активами має на меті забезпечити ефективність їх використання, яка може бути досягнута за рахунок зменшення потреби в позиковому капіталі та за рахунок раціонального використання власних коштів.

Необоротні активи відіграють важливу роль у сучасному бізнес-середовищі, оскільки вони становлять важливу частину багатства будь-якої компанії.

Матеріальною основою будь-якої господарської діяльності є необоротні активи. Основні засоби впливають на вдосконалення засобів праці, визначають потенціал виробничого персоналу та сприяють покращенню технічної оснащеності підприємства. Господарська діяльність та фінансовий стан підприємства значною мірою залежать від наявності основних засобів та ефективності їх використання. У складі активів підприємства саме необоротні

активи складають основу його функціонування та значною мірою визначають перспективи його подальшого розвитку.

Основним завданням управління необоротними активами є підтримання розумного балансу між наявністю необхідних засобів виробництва та витратами на їх утримання на належному рівні. Тому розробка концепції управління неліквідними активами є інструментом раціонального та ефективного управління неліквідними активами підприємства.

Основними проблемами вдосконалення управління основними засобами на українських підприємствах є пошук оптимальних шляхів оновлення основних засобів та джерел їх фінансування, а також розробка заходів щодо обігу активів та підвищення ефективності їх використання.

Підприємствам необхідно впровадити комплексний підхід до трансформації управління основними засобами. Такий підхід має сприяти впровадженню новітніх технологій не лише кількісно, а й якісно, швидкому набуттю нових проектних можливостей, введенню в експлуатацію нових технічних агрегатів та обладнання, виведенню підприємств на новий технологічний рівень.

Список використаних джерел

1. Єдинак С. Управління необоротними активами підприємства / Єдинак С. – URL: <https://naub.oa.edu.ua/upravlinnya-neoborotnymy-aktyvamy-pi/>.
2. Юрчишена Л.В. Концептуальні підходи до управління необоротними активами корпоративних підприємств / Юрчишена Л.В., Ковальчук І.М. // International Scientific Journal “Internauka”. Series: “Economic Sciences”. – URL: <https://r.donnu.edu.ua/handle/123456789/1844>.

Кузьменко Роман Сергійович,
4 курс, 073 «Менеджмент»,
Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»
Науковий керівник:
Карпенко Сергій Володимирович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та туризму

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВАЛЮТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

24 лютого 2022 року всі суб'єкти української економіки зіткнулися з непередбачуваними труднощами, викликаними повномасштабним вторгненням в Україну російських військ, у тому числі під час карантинних обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19, переважно завдяки плідній

роботі учасників ринку та спланованій на сьогоднішній день роботі регуляторних органів. Слід зазначити, що фінансовий сектор був підготовлений до цих подій завдяки виваженим діям регуляторів банківський сектор встояв і продовжив розвиватися в умовах нагальності запланованих змін у регулюванні та контролі в контексті прискореної євроінтеграції.

У березні більшість українських банків були змушені закрити відділення на територіях, де відбуваються активні бойові дії, а значна частина цих територій все ще перебуває під окупацією. Причинами таких заходів стали масове переміщення населення та зниження ділової активності, що призвело до зменшення попиту на банківські послуги в певних регіонах. Крім того, банки були змушені проводити оптимізацію з метою скорочення витрат. Крім того, на деяких територіях, що перебувають під тимчасовою окупацією, неможливо було здійснювати діяльність. Однак, як тільки територія України була звільнена, банки почали відкривати відділення та надавати доступ до фінансових послуг усім українцям. Так, у травні понад 80% банківських відділень, зареєстрованих станом на початок 2022 року, були відкриті для роботи.

Водночас українські банки активно вдосконалюють свої технологічні рішення, щоб забезпечити клієнтам зручні та швидкі операції з власними коштами, розміщеними на рахунках в Україні та за кордоном. Незважаючи на війну, що триває, банки продовжують стабільно працювати, пропонувати клієнтам актуальні продукти та підвищувати доступність і якість фінансових послуг. За цей час гривневий кредитний портфель бізнесу збільшився більш ніж на 9%. Це відбулося переважно завдяки активному кредитуванню агросектору в результаті реалізації урядових програм.

Бізнес-спільнота регулярно зустрічається з керівництвом НБУ з питань валютної лібералізації. Зокрема, у червні 2023 року НБУ дозволив резидентам-позичальникам перераховувати кошти за кордон для виконання зобов'язань за зовнішніми кредитами та позиками, у тому числі, гарантовані або забезпечені міжнародною фінансовою організацією; або надані через іноземне експортно-кредитне агентство або іноземну уповноважену установу, або через іноземну корпорацію, акціонерами якої є іноземні або іноземні державні банки, за участю іноземного експортно-кредитного агентства або іноземної держави.

Запровадження такої валютної дерегуляції, безумовно, збільшило приплив нових кредитів в Україну. Зрештою, виконання резидентами зобов'язань щодо кредитування іноземних інвесторів сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості України та дозволить їй залучити більше коштів для реалізації проектів реконструкції.

У тому ж червні підприємства-резиденти отримали можливість сплачувати валютні кошти за кордон за низкою умов з метою обслуговування та погашення нових кредитів від нерезидентів, тобто кредитних договорів, за якими кошти зараховуються з-за кордону на рахунок позичальника в українському банку після 20 червня 2023 року.

Заходи з пом'якшення є позитивним кроком для майбутніх інвестицій в Україну, які Уряд активно намагається залучити для відновлення України. Однак для бізнес-сектору стало критично важливим мати можливість виконувати свої поточні зобов'язання за кредитами перед нерезидентами, отриманими до початку повномасштабного вторгнення, що призвело до запровадження воєнного стану.

Цей фактор, безперечно, впливає на стійкість та управління підприємствами в умовах воєнного стану, а також на їхній міжнародний кредитний рейтинг. Це матиме кумулятивний вплив на вартість капіталу при залученні нових інвестицій, необхідних для відновлення економіки України.

Ще одним фактором є те, що компанії, які вже залучили іноземний капітал, продовжуватимуть інвестувати в країну, незважаючи на воєнний стан, подаючи приклад для подальшого фінансування відновлення України. Тому, за думкою експертів, невиконання поточних зобов'язань матиме негативний вплив на поточну ділову активність та темпи майбутнього відновлення України.

Водночас, питання дозволу транскордонних валютних переказів для погашення боргу за єврооблігаціями (або принаймні купонних платежів), особливо для компаній з материнськими компаніями в іноземних юрисдикціях, залишається критично важливим для компаній.

Список використаних джерел

1 Андрєєва О. Банківська система України: стан та тенденції розвитку / Андрєєва О. // ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ: Збірник наукових праць. – 2023. - Випуск 53. – С. 49-57.

2. Ліхачов М. Проблеми та перспективи банківського сектору / Ліхачов М. – URL: <https://jur-gazeta.com/dumka-eksperta/problemi-ta-perspektivi-bankivskogo-sektoru-.html>.

Кукота Альона Юріївна

студентка кафедри менеджменту та МЕВ

ТНУ імені В.І.Вернадського,

спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

ОП «Міжнародні економічні відносини»

Науковий керівник

Пазиніч Ольга Валентинівна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕВ

МІЖНАРОДНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні міжнародна інвестиційна діяльність за своїми масштабами та ступенем впливу на національні економіки і світові господарські процеси належить до групи вирішальних факторів. Інвестиційні правовідносини мають

самостійний суб'єктний склад. Основними суб'єктами інвестицій та інвестиційної діяльності виступають інвестори, користувачі об'єктів інвестування, фінансові посередники, представлені інститутами, що забезпечують акумулювання тимчасово вільних грошових коштів та їх найбільш ефективно розміщення.

Важливою складовою міжнародної інвестиційної діяльності є державна іноземна допомога. У цьому процесі задіяні країни – донори, які надають інвестиційну допомогу, і країни-реципієнти, в які вкладаються іноземні інвестиції для власного економічного розвитку за умови дефіциту внутрішніх нагромаджень. При цьому превалюють політичні і стратегічні пріоритети. Але майже в усіх випадках має місце економічне обґрунтування грантів, позик, технічної допомоги [1, с.212].

У липні на конференції в Лугано Україна представила потужний та всеохоплюючий план відновлення країни. Реалізація цієї стратегії розрахована на 10 років і вона отримала схвальні оцінки та підтримку від міжнародних партнерів. Україна ставить перед собою амбітну, втім цілком реалістичну мету: до 2032 року здійснити стрибок від перехідної (транзитної) економіки до економіки, що розвивається.

Для залучення в українську економіку іноземних інвесторів вже створено унікальну електронну платформу Advantage Ukraine, на якій зібрано понад 500 інвестпроектів та можливостей у 10-ти галузях економіки. Кожен потенційний інвестор, зареєструвавшись на платформі, отримує вичерпну інформацію про можливості інвестування, конкретні проекти та вигоди, які матиме від вкладання в економіку України.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну, звісно, позначилося і на українському ринку інвестицій. У 2022-му український ринок отримав неочікувані 98 інвестицій (ангели, early stage, later stage та private equity), а за перше півріччя 2023 року – усього 42. Причина такої різниці — більшість угод першої половини 2022 року часто були узгоджені, а іноді й оформлені ще до повномасштабного вторгнення. Про це йдеться у Book of Ukrainian Tech, великому дослідженні української ІТ-галузі від команд AIN.UA, Molfar та N1 investment fund.

Найбільш успішними, проте і найбільш ризикованими міжнародними інвестиціями українців були криптовалюти. Так, зростання Bitcoin на більш як 165% (до \$42,6 тис.) за монету принесло чимало прибутку інвесторам. За прогнозами Pantera Capital, Bitcoin зростатиме до 2028 року, після чого сягне \$148 тис. за монету. Крім Bitcoin, у ціні зросли й інші криптовалюти.

Гривневі вклади також принесли українцям прибутки. Навіть якщо вирахувати інфляцію, прибуток складав 7-8% річних. Прибутковість гривневих інвестицій попереднього року була більша аналогічного показника іноземних валютних вкладень, адже там прибутковість склала — 2-3% річних, а реальна — рівна нулю через інфляцію у США [2].

Основними завданнями покращення інвестиційного клімату України є обмеження можливості втручання урядовців у господарські процеси;

спрощення процесів щодо організації бізнесу; забезпечення захисту прав інтелектуальної власності; підвищення прозорості банківської системи та запобігання банкрутства банків; спрощення системи оподаткування та забезпечення розвитку конкуренції [3].

Підсумовуючи зазначимо, що для стимулювання залучення інвестицій та усунення негативних тенденцій в економіці України доцільно здійснити ряд заходів, спираючись на принципи: стабільності основних законодавчих актів щодо умов іноземного інвестування; диференційованого підходу до нормативних та інших пільг для іноземних інвесторів – з урахуванням обсягів і форм інвестування, а також пріоритетів у розвитку економіки України; надійності, доступності та оперативності організаційного та інформаційного забезпечення іноземних інвестицій.

Таким чином, поживлення економічної, в тому числі інвестиційної та інноваційної діяльності і поліпшення на цій основі соціальних умов, можливе тільки шляхом рішучих, комплексних і послідовних ринкових реформ, які (як показує досвід інших країн, що реально здійснюють такі реформи) вивільнять підприємницьку ініціативу, створять конкурентне середовище й нададуть економіці стимули ефективного розвитку.

Список використаних джерел

1. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування. [Текст] : навч. посіб. / А. П. Дука. – К. : Каравела, 2007. 424 с.
2. Грубрина А. На чому вдалося заробити українцям? Інвестиції за 2023 рік, що стали прибутковими — детально. URL: <https://vikna.tv/dlia-tebe/ekonomiya/yaki-investyciyi-u-2023-roczy-staly-prybutkovymy-v-ukrayini/>
3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=InvestitsiiVUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki>

Ларчик Анастасія Олександрівна
студентка кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені В.І.Вернадського
спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
ОП «Міжнародні відносини»

Науковий керівник:
Іваненко Валентина Василівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Однією із найбільш актуальних економіко-політичних тем останнього часу є проблема економічної та фінансової інтеграції між різними країнами.

Прикладами такого роду процесів є утворення різноманітних торговельних союзів, укладення міждержавних угод за різними соціально-економічними питаннями, валютна інтеграція окремих країн тощо. Найбільш показовими прикладами успішності економічної інтеграції, безсумнівно, є Європейський Союз (ЄС) і Європейський валютний союз (Єврозона). При цьому основна увага громадськості в наш час приділяється питанням розширення ЄС і Єврони за рахунок включення нових країн, зокрема України. Разом із тим, подальший розвиток процесу євроінтеграції України дещо призупинився внаслідок високої значущості політичного фактора. Слід зазначити, що найчастіше відсутність політичного компромісу обумовлена економічною сутністю розглянутих проблем. У такій ситуації необхідною умовою є пошук механізмів, які можуть застосовуватися державою для стабілізації коливань економічної кон'юнктури.

Метою інтеграційних процесів у фінансовій політиці України є співробітництво з різними міжнародними організаціями та фінансовими інституціями, членом яких є Україна. Україна перебуває на складному етапі соціально-економічного розвитку у зв'язку з війною Росії проти України. Це Світовий банк, Європейський банк, Міжнародний валютний фонд тощо. Тому фінансова підтримка від міжнародних фінансових інституцій та окремих країн має важливе значення для відновлення та розвитку економіки України. У розвитку інтеграції України до світового економічного простору важливу роль відіграє її подальша співпраця із міжнародними організаціями фінансового профілю. Важливою метою фінансової інтеграції України є розроблення заходів сприяння адаптації українського законодавства до вимог європейського та світового фінансових ринків. Крім того, фінансова політика України повинна враховувати зовнішні та внутрішні фактори розвитку в сучасних умовах геополітичних трансформацій.

Попри те, що сьогодні існує велика кількість вітчизняних та зарубіжних публікацій щодо фінансової політики, дана тема залишається не до кінця дослідженою. Більша частина науковців у своїй праці акцентує увагу саме на аналізі стану фінансової політики України. Питання дослідження окремих напрямів вдосконалення фінансової політики та заходів їх виконання є недостатньо вивченими [2].

Державна фінансова політика є важливою складовою економічної політики держави та водночас самостійним напрямом реалізації її відповідних функцій. Така підпорядкованість і взаємозалежність вимагає чіткого визначення пріоритетів соціально-економічного розвитку держави, мобілізації необхідних фінансових джерел та їх концентрації на забезпеченні досягнення поставлених цілей.

Дієвість державної фінансової політики залежить від ефективності її складових, а саме: бюджетної, податкової, грошово-кредитної, інвестиційної, боргової, цінової та митної політики. Саме цим обумовлена необхідність комплексного, системного підходу до побудови і реалізації фінансової політики.

Внаслідок економічних потрясінь, супроводжуваних масштабними внутрішніми переміщеннями населення та потоками біженців, відбуваються величезні втрати робочих місць і доходів населення. За оцінками МОП, у поточній ситуації активної фази конфлікту порівняно з ситуацією до конфлікту втрачено 4,8 мільйона робочих місць, що становить 30% робочих місць, які існували в Україні до початку конфлікту. У разі негайного припинення бойових дій могло б настати швидке покращення ситуації та відновлення 3,4 мільйона робочих місць, завдяки чому втрати у сфері зайнятості скоротилися б до 8,9%. У випадку подальшої військової ескалації втрати у сфері зайнятості можуть зрости ще більше, до 7 мільйонів робочих місць, або 43,5%. Крім того, криза справила значний вплив на українську систему соціального захисту, що виразилося у збільшенні видатків і зменшенні надходжень [3]. Зауважені соціальні проблеми в Україні пов'язані із військовими діями Росії та падінням темпів економічного розвитку вирішити без зовнішньої фінансової підтримки складно.

Згідно з даними Державної служби зайнятості станом на 1 червня 2023 року кількість вакансій, зареєстрованих в Державній службі зайнятості, становить 25,3 тис. одиниць, що на 63% менше, ніж на відповідну дату минулого року. Суттєвим залишається дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили. Станом на 1 червня 2023 року, в середньому по Україні, на одне вільне робоче місце претендувало 12 безробітних, проти 5 осіб на відповідну дату минулого року. [4]

Проте важливим завданням фінансової політики держави залишається створення фінансового ринку, що буде основним механізмом перетворення нагромаджень в інвестиції, перерозподілу капіталу та забезпечення прозорості фінансових потоків. Для цього необхідно значно підвищити ефективність державної фінансової політики щодо розвитку ринку цінних паперів, товарного ринку, ринку колективних інвестицій, нагляду й контролю над інвестуванням пенсійних нагромаджень. Незважаючи на війну у зауваженому напрямку держава повинна працювати далі.

Крім того, невирішеною проблемою фінансової сфери залишається високий рівень бюджетного дефіциту та державного боргу, що за період війни збільшувалось та накопичувалось.

Державна фінансова політика є вагомим інструментом забезпечення соціально-економічного розвитку України. Ефективне функціонування фінансової системи держави залежить від налагодженості фінансових відносин у суспільстві, а також від дієвості фінансового механізму, за допомогою якого реалізується фінансова політика держави. Для здійснення результативної фінансової політики потрібно враховувати специфіку сучасних умов військового стану, зміни у внутрішній та зовнішній політиці, реальні економічні і фінансові можливості країни. При проведенні фінансової політики особливо важливим є забезпечення її взаємозв'язку з іншими складовими частинами економічної політики – кредитною, ціною, грошовою. В умовах військових дій вкрай важливим є забезпечення надійного

та стабільного функціонування фінансової системи країни, а також максимальне забезпечення потреб оборони України, безперервного функціонування системи державних фінансів та об'єктів критичної інфраструктури. Тому модернізація фінансової політики України має бути спрямована на розвиток фінансової стабільності й фінансової інклюзії, на макроекономічний розвиток, розвиток фінансових ринків та інноваційний розвиток, які необхідні для забезпечення соціально-економічного розвитку країни з урахуванням сучасних вимог світових та євроінтеграційних процесів. З іншого боку євроінтеграційний вектор розвитку України ставить конкретні вимоги та умови до удосконалення фінансової політики.

Список використаних джерел

1. Адаптація фінансової політики України до умов глобалізаційних і євроінтеграційних процесів.
https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-2_0-pages-131_137.pdf
2. Фінансова політика України в умовах євроінтеграційних процесів.
https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/162.pdf
3. Модернізація фінансової політики України в умовах сьогодення.
<https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5361/5254>
4. Ситуація на ринку праці та діяльність державної служби зайнятості у січні-травні 2023 року. Сайт Державної служби зайнятості. 2023.

Луків Марія Андріївна

студентка кафедри менеджменту та МЕН

ТНУ імені В.І.Вернадського

спеціальності «292 Міжнародні економічні відносини»

Науковий керівник:

Іваненко Валентина Василівна

кандидат економічних наук, доцент

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Слід зауважити, що міжнародна економічна інтеграція є динамічним процесом перебуває у постійному розвитку, набуває різних форм та форматів. Економічну інтеграцію розглядають як на міждержавному так і на безпосередньо виробничому рівнях. У науковому дискурсі євроінтеграційних процесів серед зарубіжних вчених слід виділити публікації таких авторів, як: Д. Дайнен, Р. Дарендорф, К. Дойч, Д. Мітрані, Ж. Моне, А. Моравчік, Д. Най, Б. Росамонд, А. Спінеллі, Е. Хаас, Ю. Хабермас, С. Хоффман, Ф. Шміттер, Х.Шульц та інших. Україна залучена до інтеграційних процесів у різних аспектах співробітництва. У сучасних реаліях особлива увага приділяється

європейському вектору інтеграції України. Серед українських вчених в аспекті даної тематики доцільно відзначити праці: А. Гальчинського, Л. Губерського, Я. Жаліло, В. Копійки, Г. Перепелиці, Р. Петрова, А. Румянцева, І. Тодорова, В. Чумака, В. Чужикова, О. Шаповалова, А. Філіпенко та інших. Сучасна інтеграція, що реалізується у різних формах та форматах характеризуються як позитивними тенденціями, щодо впливу на економіку країн учасниць та на світову економіку, так і мають деякий негативний вплив. Відповідно, світові інтеграційні процеси із зауважених міркувань потребують подальших досліджень.

Теоретичне обґрунтування інтеграції передбачає вивчення моделей, що описують просторові взаємодії різних інтеграційних суб'єктів. Особливістю розвитку інтеграції є не тільки очевидна кількісна і якісна динаміка, але й наявність дезінтеграційних проявів локального, міжнародного і глобального масштабів. Разом із тим, дія економічних, політичних і соціальних проінтеграційних факторів сприяє посиленню інтеграційних та реінтеграційних тенденцій, якими охоплені практично всі країни світу.

Економічна співпраця в межах інтеграційних об'єднань нового покоління може мати певні перспективи, але це можливо в умовах формування індивідуального, точкового підходу, визначення позитивних та негативних ефектів укладання двосторонніх та багатосторонніх інтеграційних угод.

На прикладі Європейського Союзу доцільно зазначити, що у сфері закордонних поставок ЄС виражено тренд зростання частки країн другої підгрупи, але в галузі імпорту закупаються ЄС у третій країнах спостерігається тенденція до зниження. Слід зауважити, що загальна характеристика євроінтеграції дозволяє стверджувати про різновекторність взаємовідносин, що пов'язано із високою диференціацією країн, які долучались та долучаються до економічного союзу. Якщо у перший та другий періоди інтеграції це були країни із високо розвинутою економікою, то наступна історія розширення ЄС пов'язана із приєднанням менш розвинутих країн Східної Європи. Європейський Союз орієнтований на розширення меж за рахунок поступового приєднання інших європейських країн, зокрема України та Молдови.[1]

Багатосторонні договори, як правило орієнтовані на створення міжнародних організацій чи регіональних об'єднань залежно від предмету договору. Прикладом інтеграційних об'єднань, а саме міжнародних організацій є: Організація Об'єднаних Націй (ООН), Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародний валютний фонд (МВФ) тощо. Як приклад інтеграційних угруповань регіонального спрямування можна назвати: Європейський Союз (ЄС), Північноамериканська угода про вільну торгівлю (НАФТА), Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН) тощо.

Інтеграція України до світового економічного простору має свою історію. Інтенсивне включення у договірну систему світогосподарських відносин почалось із часів незалежності та триває донині. Україна є членом Організації Об'єднаних Націй (ООН), більшості міжнародних організацій та

значної кількості регіональних об'єднань, підписано велику кількість двосторонніх договорів. В сучасних умовах геополітичних трансформацій, що значною мірою спричинені війною росії проти України, євроінтеграційне спрямування країни чітко визначено у напрямку Європейського Союзу. Процес розпочато за процедурою та вимогами ЄС.

Слід зауважити, що ефективний та відновлений розвиток економіки України можливий за умови інтегрування із країнами демократичного світу через підписання як різнопрофільних міждержавних угод, так і на основі залучення українських підприємств до міжнародних виробничих мереж як глобальних, так і регіональних. Поки тривають бойові дії, Україна включена до переговорних процесів та орієнтована на заключення відповідних угод із багатьма країнами світу. Наприклад, на основі переговорного процесу із Європейським Союзом та окремими країнами досягнути домовленості про лібералізацію транзиту вантажів з України до Європи, створення «маршрутів солідарності» для експорту зерна та імпорту необхідних товарів, підтримку українського експорту товарів через європейські порти тощо.

Проте, інтеграційні процеси, що відбувались та відбуваються у глобальній економічній системі перебувають під впливом сучасних геополітичних трансформацій із одного боку, а з іншого справляють вплив на зауважені трансформації.

Список використаних джерел

накіна Т. М. Особливості політики Східного партнерства у контексті європейської інтеграції України. Європейський Союз і Україна: особливості взаємовідносин на сучасному етапі: Оберіг, 2020. С. 50.

иманська К. В., Бондарчук В. В. Ефект Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС на вітчизняний імпорту та експорт. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 2 (96). С. 25-30.

фіційний сайт Євростату. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Мельник Тетяна Миколаївна,
4 курс, 073 «Менеджмент»,
Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»

Науковий керівник:
Карпенко Сергій Володимирович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та туризму

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Існування підприємств як відкритих систем вимагає від них постійного моніторингу середовища, в якому вони функціонують, та аналізу власної діяльності. Це пов'язано з тим, що основним засобом отримання конкурентних переваг є пошук шляхів підвищення ефективності господарської діяльності та покращення фінансового стану.

Погіршення прибутковості, оборотності активів та платоспроможності вітчизняних підприємств, а також збільшення кількості банкрутств спонукають їх шукати шляхи позитивного впливу на ситуацію та покращення загального фінансового стану. В умовах економічної нестабільності компаніям важливо заручитися підтримкою споживачів і постачальників та зміцнити свої позиції на ринку.

Фінансово-економічний стан є однією з найважливіших характеристик управління підприємством. Він залежить від результатів виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Систематична оцінка фінансового стану та його моніторинг дозволяє підприємству відстежувати ефективність управлінських рішень, прогнозувати платоспроможність, розуміти свій фінансовий стан. Компанія може відстежувати ефективність управлінських рішень, прогнозувати платоспроможність, ліквідність і майбутню фінансову стійкість, адаптуватися до постійно мінливого середовища.

Комплексна оцінка фінансового стану підприємства дає можливість визначити його економічний потенціал та оцінити позицію в конкурентному ринковому середовищі. Оцінка фінансово-економічного та майнового стану створює інформаційну базу, необхідну для прийняття важливих управлінських та фінансових рішень.

Основним завданням оцінки та аналізу фінансового стану підприємства є своєчасне виявлення та усунення недоліків у фінансовій діяльності, а також сприяння прийняттю відповідних управлінських рішень для поліпшення фінансового стану підприємства та запобігання банкрутству.

Існує низка способів підвищення ефективності управління підприємством, зокрема вибір ефективних способів управління фінансовою діяльністю підприємства; збільшення та підвищення ефективності

інноваційної та інвестиційної діяльності; оптимізація поточних витрат; підвищення конкурентоспроможності продукції.

Використання цих та інших методів, що сприяють ефективному управлінню підприємством, таких як розробка маркетингових стратегій, правильна оцінка фінансового стану і результатів діяльності підприємства та залучення додаткових інвестицій, є шляхом до прибуткової та ефективної роботи підприємства.

Список використаних джерел

1. Ковбасюк А.М. Напрями вдосконалення фінансового стану підприємства / Ковбасюк А.М. // Економіка та управління підприємствами. – 2016. – Вип. 11. – С. 372-377.
2. Набатова Ю.О. Шляхи та напрями поліпшення фінансової діяльності суб'єкта господарювання / Набатова Ю.О., Чорненко О.С. // Ефективна економіка. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/78.pdf.

Назарко Назар Олегович

студент кафедри менеджменту та МEB

ТНУ імені В.І.Вернадського,

спеціальності “292 Міжнародні економічні відносини”,

ОПП ”Міжнародні економічні відносини”

Науковий керівник:

Пазиніч Ольга Валентинівна

доцент, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МEB

МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Європейська інтеграція — це зближення України з Євросоюзом як на рівні законів, так і на рівні правил і звичаїв, що існують у суспільстві. Її кінцевим результатом має стати вступ України до ЄС. У 2014 році Україна підписала Угоду про асоціацію, яка визначає відносини між Україною та Європейським Союзом. Цей стратегічний документ сприяє політичній асоціації та економічній інтеграції між сторонами [1,с.3].

Угоду про асоціацію почали частково застосовувати з 2014 року, а повне набрання чинності відбулося з 1 вересня 2017 року. Україна виконала Угоду на 63% і здійснила євроінтеграційні зміни в різних сферах життя. Запровадження безвізового режиму для громадян України з Євросоюзом у 2017 році дало можливість вільного руху громадян на короткострокові поїздки [1,с.7].

Україна переорієнтувала зовнішню торгівлю з росією на Євросоюз. ЄС став ключовим торговельним партнером України. Євроінтеграція сприяла впровадженню реформ у різних сферах, включаючи судову, антикорупційну, децентралізацію та інші. З 2022 року Україна подала заявку на членство в ЄС під час агресії росії. Цей процес має велике значення для розвитку України та її місця в світі [1,с.12].

Однією з основних проблем інтеграції України в ЄС є слабкість її інтеграційного потенціалу торгівлі з Європейським Союзом. Світовий досвід свідчить, що міжкраїнова економічна інтеграція зумовлена, як правило, інтенсивною зовнішньою торгівлею. Однак в Україні зовнішня торгівля поки що не створила реальних передумов для інтеграції. [2,с.2].

Серед основних умов Угоди про ЗВТ між ЄС і Україною слід відзначити:

- безмитний експорт з України в ЄС промислової продукції з дати набрання чинності угодою;
- збереження квот на безмитний експорт з України в ЄС більшості видів сільськогосподарської продукції;
- безмитний імпорт більшості видів сільськогосподарської продукції в Україну з ЄС;
- спеціальні режими щодо ввезення в Україну з ЄС автомобілів та вживаного одягу [3,с.4].

Отже, сьогодні Україна продовжує динамічно змінюватись задля ефективного інтегрування у європейський економічний простір. Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентної спроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки.

Список використаної літератури

1. Гайдучький П. Україна—ЄС: проблеми інтеграції. *Дзеркало тижня* . Режим доступу: <https://zn.ua/ukr/international/ukrayina-yes-problemi-integraciyi-.html>
2. Нікогосян Л.В. Україна на шляху до європейської інтеграції :Проблеми і перспективи. *onua.edu.ua* . Режим доступу: <https://dSPACE.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f06a596e-e4c9-4f20-b7a4-d25ebba7b180/content>
3. Ливч Д., Шаповаленко К., Шаїпова Ю. Долаючи перешкоди: як буде відбуватися інтеграція України до єдиного ринку ЄС. *urointegration.com.ua*. Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/11/14/7150291/>

Новікова Вероніка Владиславівна
студентка кафедри управління та забезпечення якості у фармацевтії
Національного фармацевтичного університету
спеціальності «073 Менеджмент», ОП «Менеджмент»

Науковий керівник:
Деренська Яна Миколаївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та забезпечення якості у фармацевтії

ФАКТОРИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

У сучасних турбулентних умовах господарювання фармацевтичні організації (ФО) постійно беруть участь у конкурентній боротьбі. Для того щоб не стати аутсайдером на фармацевтичному ринку, будь-яка ФО має бути конкурентоспроможною та замислюватись над стратегією свого розвитку. За таких умов набувають актуальності формування інвестиційної стратегії ФО та підвищення конкурентоспроможності ФО через розширення обсягів інвестиційної діяльності, використання нових різноманітних видів фінансових інструментів та нематеріальних активів..

Метою дослідження є дослідження основних факторів інвестиційної стратегії ФО, які безпосередньо сприяють підвищенню конкурентоспроможності.

На сучасному етапі розвитку теорії інвестування розроблені та застосовуються різні підходи до визначення інвестиційної стратегії ФО та шляхи підвищення її конкурентоспроможності. Важливими важелями під час оцінювання конкурентоспроможності ФО є капітал, обсяг, якість, структура його ресурсів, економічний потенціал, корпоративна культура, можливість генерування, інноваційність та додана вартість. Потенціал конкурентоспроможності підприємства – це стабільна основа для успішного розвитку підприємства, яка створює підґрунтя для формування конкурентних переваг поза впливом зовнішнього середовища або під час найбільш можливої мінімізації цього впливу [1].

Інвестиційна стратегія – це система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємства, визначуваних загальними завданнями його розвитку та інвестиційною ідеологією, а також вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення. Інвестиційні стратегії можуть бути визначені через напрями інвестиційної діяльності підприємства, структуру джерел фінансування інвестицій, систематичність (регулярність) інвестиційного процесу тощо. При цьому в умовах розвиненої системи довгострокового планування на підприємстві і здатності підприємства домагатися поставлених довгострокових цілей інвестиційні стратегії повинні впливати на обсяги інвестицій [2].

Під час визначення інвестиційної стратегії доцільно враховувати інвестиційну привабливість ФО, яка є сукупністю характеристик її фінансово-

господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів. Інвестиційну привабливість ФО слід розглядати як сукупність характеристик її управлінської та фінансово-господарської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів.

Основним етапом формування інвестиційної привабливості ФО є виявлення факторів, що впливають на конкурентоспроможність, та їх класифікація, що сприяє кращому та повнішому усвідомленню сутності інвестиційної стратегії. Групи факторів інвестиційної стратегії ФО представлені на рисунку.1

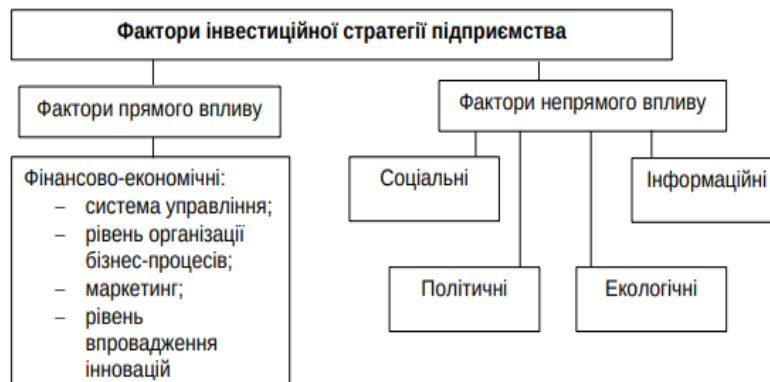


Рисунок.1 Фактори інвестиційної стратегії ФО

Отже, у ході дослідження виявлено, що на сьогоднішній день саме інвестиційна стратегія є рушійною силою в системі підвищення конкурентоспроможності ФО. Для розширення або модернізації діяльності ФО слід ретельно розробляти інвестиційну стратегію. Формування загальної інвестиційної стратегії ФО базується на факторах прямого та непрямого впливу. До факторів прямого впливу слід віднести фінансово-економічні, які включають систему управління, рівень організації бізнес-процесів, маркетинг та рівень впровадження інновацій на ФО [1; 3].

Список використаних джерел

1. Деренська Я. М., Гладкова О. В. Процес формування інвестиційної стратегії // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2024. - №2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-2-9631>.
3. Фінансово-економічна система України: сучасний стан та напрями розвитку : колективна монографія /за заг. ред. О.Ю. Попової, А.С. Мариної. Покровськ : ДВНЗ «ДОНТУ», 2019. 281 с.
4. Феєр О.В. Управління інвестиційною діяльністю підприємств у ринкових умовах. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2016. № 851. С. 140–145.

Полюшкевич Анастасія Володимирівна
студентка кафедри Менеджменту та МЕН
ТНУ імені В.І. Вернадського,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Грудцина Юлія Валентинівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління логістичною діяльністю підприємства є надзвичайно актуальною проблемою у сучасному бізнес-середовищі. Зростаюча конкуренція, швидкі зміни в ринкових умовах, а також збільшення складності ланцюгів постачання ставлять перед підприємствами завдання ефективного управління логістикою. Крім того, розвиток технологій та глобалізація ринків створюють нові виклики та можливості для оптимізації логістичних процесів [2].

Управління логістичною діяльністю підприємства має велике значення для досягнення успіху та стабільності у сучасному бізнес-середовищі наступним чином: ефективне управління логістичною діяльністю дозволяє підприємствам підвищити швидкість реакції на зміни на ринку, знизити витрати та підвищити якість обслуговування клієнтів, що сприяє збільшенню їх конкурентоспроможності; ефективне управління логістичною діяльністю дозволяє підприємствам оптимізувати використання ресурсів, таких як час, простір, працівники та транспорт, що призводить до зменшення витрат та підвищення рентабельності; ефективна логістика дозволяє забезпечити своєчасну та якісну доставку продукції або послуг, що позитивно впливає на задоволеність клієнтів та сприяє побудові довгострокових відносин; управління логістичною діяльністю допомагає підприємствам ідентифікувати та управляти ризиками, пов'язаними з логістичними процесами, що дозволяє зменшити ймовірність виникнення проблем та збитків; ефективне управління логістичною діяльністю дозволяє підприємствам швидко адаптуватися до нових ринків та розвивати нові напрямки бізнесу [1].

Аналіз основних інструментів та методів управління логістичною діяльністю дає можливість підприємствам оптимізувати свої процеси та забезпечити ефективність у всьому логістичному ланцюгу. Давайте розглянемо деякі з найбільш важливих інструментів та методів:

Системи управління запасами (Inventory Management Systems): Впровадження такої системи дозволяє підприємству точно контролювати рівень запасів сировини, комплектуючих та готової продукції. Це дозволяє уникнути надмірного запасу, зменшити витрати на зберігання та управління запасами, а також забезпечити вчасну поставку продукції клієнтам.

Технології ІТ у логістиці (IT Technologies in Logistics): Використання систем управління складом (WMS), систем управління транспортом (TMS) та систем планування ресурсів підприємства (ERP) дозволяє автоматизувати багато логістичних процесів, зменшити час на їх виконання та уникнути помилок, що підвищує загальну ефективність підприємства.

Моделі оптимізації логістичних процесів: Ці моделі, такі як моделі складського логістичного обслуговування (Warehouse Servicing Models), моделі маршрутизації (Routing Models), моделі попиту (Demand Models) та моделі оптимізації запасів (Inventory Optimization Models), дозволяють підприємствам планувати та управляти логістичними процесами з максимальною ефективністю та економічністю [4].

Методи управління ланцюгом постачання (Supply Chain Management Methods): Серед цих методів можна виділити Lean Supply Chain Management, Just-in-Time (JIT), Vendor-Managed Inventory (VMI), Cross-Docking та інші. Вони спрямовані на оптимізацію ланцюга постачання, зменшення витрат та підвищення ефективності [3].

Методи прогнозування та планування попиту: Ці методи включають аналіз та прогнозування попиту, використання моделей прогнозування, таких як методи складених сезонних коефіцієнтів, експоненційне згладжування та інші, що дозволяють підприємствам адекватно реагувати на зміни в ринкових умовах та планувати виробництво та постачання. Аналіз практичного використання та ефективності застосування різних методів та інструментів управління логістичною діяльністю на конкретному підприємстві або в певній галузі може бути проведений на основі даних та результатів діяльності компанії.

Підсумково, ефективність застосування різних методів та інструментів управління логістичною діяльністю на конкретному підприємстві може бути підтверджена через покращення продуктивності, зменшення витрат, підвищення рівня обслуговування клієнтів та збільшення конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел

1. Карп І.М. Застосування логістичного підходу в управлінні промисловим підприємством // *Актуальні проблеми економіки*. – 2005.
2. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003.
3. Желєзняк О.О., Рожок О.А. Інформаційне забезпечення та моделювання процесів транспортної логістики // *Актуальні проблеми економіки*. – 2005.
4. Кігель В.Р. Оптимізація логістичних рішень: Навчальний посібник для студентів спеціальності "Логістика". – К.: Університет економіки та права "КРОК", 2007.

Ракова Милана Олексіївна
студентка кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені В.І. Вернадського
спеціальності «073 Менеджмент»

ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Петровська Юлія Василівна
к.е.н., доцентка кафедри менеджменту та МЕН

МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО МІСЦЕ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі, у світі дуже велике значення приділяється маркетингу і маркетинговим дослідженням. Це пов'язано, перш за все, з розвитком ринку та ринкових відносин, посиленням конкуренції, високими вимогами споживачів до якості виробленої продукції (робіт, послуг) тощо.

Найбільш масштабні зміни вітчизняний маркетинг зазнав у ХХ столітті. Але, сучасні провідні тенденції розвитку маркетингу множинні та різнопланові [1]. Сьогодні маркетинг зазнає впливу глобалізації сучасного соціально-економічного життя. Найбільший вплив на маркетинг має і зростаюча інформатизація суспільства та глобалізація економік провідних країн світу.

Зараз гострою проблемою для підприємств є загострення конкуренції, тому менеджери намагаються наблизити рівень свого управління до рівня європейських країн. Одним з найважливіших факторів ефективного функціонування бізнесу є обізнаність у сфері маркетингу та його правильне застосування в управлінні компанією.

Управління маркетингом – це не просто набір інструментів для просування бізнесу вперед, це, перш за все, повна система, що складається з різних процесів, зокрема:

- планування та реалізація ідей;
- збір та обробка інформації;
- аналіз та дослідження;
- визначення основних недоліків та напрямків розвитку;
- пошук шляхів досягнення цілей тощо [2].

Успіх нормальної роботи та прибутку підприємства залежить від геніального впровадження та застосування маркетингу в діяльності підприємства. Іншими словами, можна сказати, що ефективність роботи компанії залежить від ефективності управління маркетингом.

Щоб досягти поставлених цілей та завдань, маркетинг в розвитку підприємства спирається на такі методи планування: метод орієнтування на продукцію та метод орієнтування на клієнта.

Організація діяльності маркетингу може проводитись за допомогою різноманітних структур:

- лінійної;

- матричної;
- дивізійної тощо.

Вибір методу залежить від різних факторів, і в кожного підприємства вони свої. На вибір також припадають цілі, завдання та різноманітні можливості маркетингу на підприємстві: кадрові, фінансові чи організаційні.

У процесі планування майбутньої маркетингової діяльності використовується певний набір дій для забезпечення належного рівня та реалістичності планування: визначення місії підприємства; SWOT-аналіз; визначення цілей і стратегії організації в цілому; визначення цілей маркетингу; складання плану маркетингу та контроль за його виконанням [3].

Варто зазначити, що існують також певні проблеми у процесі формування маркетингу на підприємствах:

- актуальною все ще залишається проблема кадрового забезпечення маркетингової діяльності. На багатьох підприємствах виникла тенденція до «вирощування кадрів. Багато керівників віддають перевагу людям з досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти. Як наслідок, доводиться займатися підвищенням кваліфікації працівників, оплачуючи дорогі тренінги. В результаті можна одержати фахівця, який не вміє орієнтуватися на ринку загалом;

- недостатнє використання сучасних інструментів та каналів маркетингових комунікацій;

- недостатнє фінансування та кадрове забезпечення маркетингової функції;

- недостатня увага до потреб та вподобань споживачів;

- низький рівень дослідження ринку та поведінки споживачів тощо.

Для вирішення цих проблем необхідне правильне застосування маркетингу, що зможе допомогти підприємствам адаптуватися до мінливої ринкової ситуації та зовнішнього середовища, забезпечити конкурентоспроможність, збалансувати умови менеджменту, зрештою, сформувати передумови. [4]

Таким чином, в даний час особливе місце займає маркетинг в розвитку підприємства. Маркетинг дозволяє підприємствам аналізувати свої сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, потреби та очікування споживачів, умови конкуренції та інші фактори, що впливають на їхній успіх.

Список використаних джерел

1. Сенишин О. С, Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2020. С.10-11
2. Нескуба Т.В., Мкртчян О.М. Маркетингове планування: конспект лекцій. Харків, 2020. 65 с.
3. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. / За наук. ред. О. А. Тимчик. – Київ : Видавництво, 2014. 284 с.

4. Ільченко Т.В. Впровадження маркетингового менеджменту на підприємстві: проблеми теорії та практики. Дніпровський державний аграрно-економічний університет. Дніпро, 2019. с.117

Ревенко Вероніка Ігорівна
студентка кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені В.І. Вернадського,
спеціальності «292 Міжнародні економічні відносини»,
Науковий керівник:
Пазиніч Ольга Валентинівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ГОТЕЛЬНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

З розвитком глобалізації та зростанням мобільності людей сучасний туризм стає все більш важливим сегментом світової економіки. Він не лише забезпечує країни значними доходами, а й сприяє міжнародному обміну культурою та стимулює економічний розвиток. Одним з ключових компонентів туристичної індустрії є готельний бізнес, який, у свою чергу, переживає активний процес змін та адаптації до сучасних вимог.

Сучасний туризм є не лише складною соціально-економічною системою, але й динамічним сегментом глобальної економіки. Він охоплює широкий спектр діяльностей, включаючи транспорт, розміщення, харчування, розваги та інші послуги, які задовольняють потреби туристів. Індустрія туризму і гостинності виступає основним джерелом доходу для багатьох країн і має значний вплив на їх економічний розвиток.

На сучасному етапі розвитку міжнародного готельного бізнесу, конкуренція стає все більш інтенсивною, що спонукає готельні компанії шукати нові способи підвищення ефективності. Впровадження новітніх технологій, розширення географії присутності через об'єднання готелів у єдині мережі, а також розробка унікальних брендів стають невід'ємною частиною стратегій управління готельними підприємствами [1].

Формування готельних мереж - це багатогранний процес, що включає в себе різноманітні аспекти, починаючи від стратегічного планування та ідентифікації потенційних партнерів до реалізації угод та підтримки спільних стандартів якості. Компанії можуть об'єднувати свої зусилля через будівництво нових готелів у спільній власності, здійснювати обмін активами або укладати франчайзингові угоди для використання бренду та стандартів управління.

Розвиток мереж готелів супроводжується постійним прагненням до інновацій та вдосконалення якості обслуговування. Від ефективного

використання розумних технологій до розвитку програм лояльності клієнтів, компанії намагаються привернути та утримати сучасних мандрівників.

Незалежні готелі також відіграють важливу роль у готельній індустрії, запрошуючи гостей на унікальні та аутентичні подорожі. Їхні індивідуальність та особливий шарм залучають тих, хто шукає неповторний досвід. Таке різноманіття готельного ринку збагачує індустрію туризму та стимулює здорову конкуренцію, що сприяє постійному підвищенню якості обслуговування та розширенню вибору для мандрівників усього світу [2].

Проведені аналізи та огляди показують, що мережеві готелі та незалежні готелі мають свої переваги та ніші на ринку. Їх спільну присутність варто розглядати як важливий фактор для розвитку туристичної індустрії. Збереження та зміцнення цієї різноманітності може сприяти забезпеченню вибору для подорожуючих та сприяти сталому зростанню сектору. Таким чином, розвиток міжнародного готельного бізнесу є важливим елементом для підтримки та збереження динаміки сучасного туризму, сприяючи вдосконаленню послуг та задоволенню потреб різних категорій туристів у всьому світі.

Список використаних джерел

1. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm.
2. Нікіфорова К., Опря Б.О. Розвиток сфери гостинності в європейських країнах. URL: https://pef.kpnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/zb_2020.pdf#page=109.

Ромашкін Микита Денисович
студент кафедри менеджменту та МEB
ТНУ імені В.І. Вернадського,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Петровська Юлія Василівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МEB

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинг – це двигун, який сприяє зростанню брендів у сучасному швидкоплинному світі. Для початку доречно з'ясувати основні принципи маркетингової діяльності.

Батько сучасного маркетингу доктор Філіп Котлер визначає маркетинг як «науку та мистецтво дослідження, створення та надання цінності для задоволення потреб цільового ринку з прибутком. Маркетинг визначає незадоволені потреби та бажання. Він визначає, вимірює та кількісно оцінює розмір визначеного ринку та потенціал прибутку. Він визначає, які сегменти

компанія здатна обслуговувати найкраще, а також розробляє та просуває відповідні продукти та послуги» [4, 47 с.].

Відділ маркетингу відіграє важливу роль у просуванні бізнесу та місії організації. Маркетинг відіграє ключову роль у розвитку та процвітанні бізнесу.

По-перше, маркетинг допомагає у визначенні та управлінні брендом бізнеса. Це передбачає визначення того, хто ви є, що ви відстоюєте, що ви говорите про себе, що ви робите, який образ ви хочете показати світові, як діє ваша компанія [2, 65 с.]. Це, у свою чергу, визначає досвід, який ви хочете отримати від ваших клієнтів і партнерів під час взаємодії з вами.

По-друге, маркетинг допомагає привернути увагу людей. Це набагато складніше, ніж здається, через тисячі маркетингових контентів та повідомлень, які люди отримують щодня. Люди вже перевантажені, і маркетологи завжди шукають інноваційні способи просування брендів. Це можна зробити за допомогою платформ автоматизації маркетингу, щоб поділитися «корисним», а не егоцентричним нудним вмістом [3, 86 с.]. Потрібно приділити більше уваги, щоб отримати більше результатів. Маркетологи можуть створювати шокуючі заклики до дій, захоплюючі фотографії вашого робочого середовища та повсякденної роботи працівників.

Маркетинг створює інновації, і це робить його дуже цікавим. Популярні бренди зрозуміли це і тому отримують неперевершені результати.

По-третє, маркетинг забезпечує виживання, зростання та репутацію організації. Бізнес виживає завдяки утриманню клієнтів і збільшенню частки ринку [5, 145 с.]. Маркетинг допомагає компаніям досягати своїх цілей, оскільки він орієнтований на клієнта. Маркетинг допомагає задовольнити клієнтів понад їхні очікування. Більш того, маркетинг допомагає в управлінні кампаніями.

Маркетингові кампанії можна запускати з багатьох причин, від просування нового продукту чи послуги до збору коштів тощо. Успіх чи невдача кампанії залежить від того, наскільки добре нею керують, оскільки вона проходить через різні фази [1, 176 с.]. Це робота відділу маркетингу або маркетингового агентства. Команда маркетингу відповідає за управління різними маркетинговими кампаніями та ініціативами компанії.

Слід зауважити що маркетинг допомагає слідкувати за тенденціями та за конкуренцією.

У наш час маркетинг полягає в тому, щоб реагувати швидше, ніж конкуренти, і приймати правильне рішення в потрібний час.

Маркетинг допомагає стежити за тенденціями та діяльністю конкурентів (новий продукт, послуги, процеси продажів, стратегії тощо), аналізувати їх і розставляти пріоритети для команди.

Маркетологи допоможуть вам дізнатися, чого вимагають клієнти, як вони хочуть, щоб це було доставлено, ціну, яку вони готові за це заплатити, і як швидко вони хочуть це отримати. Маркетинг також допомагає постійно стежити за конкуренцією. Це допомагає оцінити продуктивність порівняно з

конкурентами. Це єдиний спосіб для маркетологів переконатися, що їхні зусилля є результативними у збільшенні продажів і впізнаваності бренду.

Важливо зазначити, що маркетинг – це не статичний процес. Він постійно еволюціонує, тому підприємствам необхідно постійно оновлювати свої маркетингові стратегії та використовувати нові інструменти для того, щоб залишатися конкурентними [6, 35 с.].

В цілому, можна стверджувати, що маркетинг є потужним інструментом, який може допомогти підприємствам досягти своїх цілей та значно покращити свої результати.

Список використаних джерел

1. Афанасьєв В. С. Маркетинг: теорія і практика Київ: "Академія", 2016. 235 с.
2. Войчак А. А., Мороз С. В., Зозуляк І. В. Маркетинг: основи теорії та практики Київ: КНЕУ, 2019. 145 с.
3. Євдокимов О. М. Інтернет-маркетинг: теорія і практика Київ: "Академія", 2018. 182 с.
4. Котлер Ф. Келлер Л. Управління маркетингом Pearson, 2020. 253 с.
5. Піча О. А. Стратегічний маркетинг: теорія та практика Київ: КНЕУ, 2018. 264 с.
6. Чернявський С. М., Герасимчук О. С. Маркетинг: підручник Київ: "Літера ЛТД", 2017. 163 с.

Сіденко Наталія Володимирівна

студентка кафедри менеджменту та МЕН

ТНУ імені В.І. Вернадського,

спеціальності «073 Менеджмент»,

ОП «Менеджмент організацій і адміністрування»

Науковий керівник:

Грудцина Юлія Валентинівна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Глобалізація призвела до більш взаємопов'язаних глобальних ринків і посилення комунікації та поінформованості міжнародних можливостей бізнесу. Більше інвесторів можуть отримати доступ до інвестиційних можливостей і досліджувати нові ринки. Потенційні ризики та можливості отримання прибутку можна виявити за допомогою передових комунікаційних технологій.

Країни світу з позитивними зв'язками дедалі більше об'єднують свої економіки за рахунок збільшення інвестицій і торгівлі. Продукти та послуги, які раніше пропонувалися в одній країні, стають доступнішими для нових

ринків, що безпосередньо покращує економічні можливості для працівників цих країн і підвищує доходи підприємств, але може загрожувати їх фінансово-економічній безпеці [1, с. 261-265].

Для залучення міжнародних інвестицій підприємство має бути інвестиційно привабливим і фінансово-економічно захищеним. Інвестиційна привабливість підприємства є невід'ємною ознакою його як об'єкта інвестування, що заснована на узгодженні між метою інвестування, характером інвестора та метою інвестиційного об'єкта (підприємства), що забезпечує комплексний позитивний ефект від інвестування [2, с. 18-22].

В умовах глобалізації кожне підприємство знаходиться в середовищі жорсткої конкуренції, негативні наслідки якої можуть призвести до банкрутства або до загрози фінансово-економічній безпеці підприємства. Це потребує розробки й удосконалення використання дієвих інструментів управління господарською діяльністю, складовою яких є методи управління фінансово-економічною безпекою підприємства, які здатні забезпечити раннє попередження та подолання кризових ситуацій.

Проблема фінансово-економічної безпеки полягає в тому, чи зможуть керівники захистити свою незалежність, автономність, самостійність у прийнятті управлінських рішень і забезпечити сприятливу роботу, мінімізуючи різні фактори нестабільності [3, с.2-3].

Суть фінансово-економічної безпеки полягає в наявності її фінансового стану, для якого характерно: збалансованість і якість фінансових інструментів, технологій і послуг; стійкість до загроз; здатність підприємства забезпечити реалізацію фінансових вигод [4, с. 8].

Фінансово-економічний механізм підприємства дозволяє забезпечити: фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність і достатню фінансову незалежність підприємства у довгостроковій перспективі, ефективне використання й оптимальне залучення фінансових ресурсів підприємства, достатню фінансову незалежність підприємства, гнучкість у прийнятті управлінських фінансових рішень, захист економічних інтересів власників підприємства, формулювання та реалізацію фінансові стратегії, виявлення зовнішніх і внутрішніх загроз і фінансовому становищу підприємства та формулювати заходи щодо їх своєчасного усунення.

У цілому механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства можна розглядати як систему з організаційними, фінансовими та правовими наслідками, призначену для своєчасного виявлення, запобігання, нейтралізації й усунення загроз фінансово-економічній безпеці сучасного підприємства [5, с. 1-2].

Отже наразі глобалізація продовжує розвиватися. Сучасні підприємства прагнуть залучити міжнародні інвестиції, так як вбачають у цьому значні фінансові перспективи. В системі управління інвестиціями підприємства важливою його складовою є управління та розвиток фінансово-господарської діяльності, що входить до інвестиційної частини, яка спрямована на створення чистого прибутку за рахунок довгострокового збільшення прибутку від

інвестицій. А для вдалого залучення міжнародних інвестицій у підприємство, необхідно забезпечити його фінансово-економічну безпеку при подальшій господарській діяльності.

Список використаних джерел

1. Ліфанова М. І. Трансформація міжнародного інвестиційного ринку в умовах глобалізаційних викликів. *Галицький економічний вісник*. Т.: ТНТУ, 2020. — Том 63. — № 2. — с. 261–269.
2. Мельничук О.П., Доценко І.О. *Причорноморські економічні студії*. 2019. - Вип. 40. - с. 18-22.
3. Русіна Ю.О. Управління інвестиційною діяльністю підприємства в контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки *Формування ринкових відносин в Україні* [Текст]: збірник наукових праць/ Наук ред. Бондар І.К. - Київ: Науково-дослідний економічний інститут Мін економіки та з питань євроінтеграції 2017. С. 2-3.
4. Соломіна Г.В. Забезпечення фінансово – економічної безпеки підприємництва: навчальний посібник. - Дніпро: Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2018. - 234 с
5. Хринюк О. С., Очеретяна О. В. Особливості моделювання бізнес-процесу «Управління інвестиційною привабливістю підприємства». та суспільство. 2021. № 27.

Слободянюк Катерина Олегівна
студентка кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені Вернадського,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:
Грудцина Юлія Валентинівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, КАТЕГОРІЇ

Успішна діяльність підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких одним із найважливіших є наявність системи управління персоналом. Нині питанням управління персоналу приділяється дедалі більше уваги. Керівникам підприємств стає зрозумілим, що ефективна робота і вирішення завдань, які пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності підприємства та його стабільного розвитку залежать від такого цінного ресурсу як персонал підприємства. Управління персоналом носить складний та системний характер і займає провідні позиції в загальній структурі управління підприємством. Головним елементом всієї системи управління є кадри які одночасно можуть бути як об'єктом так і суб'єктом управління.

«Об'єкт управління – це окремий працівник, а також певна їх сукупність, що виступає як трудовий колектив. Особливість такої групи полягає у певній взаємодії працівників, завдячуючи спільним цілям» [1].

«Як суб'єкт управління персоналом виступає група спеціалістів, які виконують відповідні функції працівників кадрової служби а також керівників всіх рівнів, що виконують функцію управління стосовно своїх підлеглих» [2].

Управління персоналом – системний, планомірно організований вплив за допомогою взаємопов'язаних організаційно – економічних та соціальних заходів на процес формування, розподілу, перерозподілу робочої сили на рівні підприємства (установи), створення умов для використання трудових якостей працівника (робочої сили) з метою забезпечення ефективного функціонування підприємства і всебічного розвитку зайнятих на ньому працівників.

«Мета управління персоналом: економічна, науково-технічна; виробничо-комерційна; соціальна; дерево цілей системи управління організацією» [3].

Основою формування цільовою спрямованістю системи управління персоналом є соціальна мета, що з одного боку, повинна відповідати на запитання: які конкретні потреби працівника? З іншого боку – ця ж система цілей повинна відповідати на запитання: яку мету щодо використання персоналу ставить перед собою адміністрація? Ефективність управління персоналом залежить від того, у якій мірі зазначені дві групи цілей будуть не суперечливі.

Функції системи управління персоналом: визначення потреб в персоналі; забезпечення персоналом; розвиток персоналу; використання персоналу; мотивація; правове й інформаційне забезпечення системи управління персоналом. Предметом управління персоналом як науково практичного напрямку виступає вивчення відносин працівників в процесі виробництва з погляду найбільш повного і ефективного використання їх потенціалу в умовах функціонування виробничих схем. Головною ціллю управління кадрами в сучасних умовах є поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації і трудової мотивації для розвитку здібностей працівників і стимулювання їх до виконання робіт більш високого рівня[4].

Структура та класифікація персоналу підприємства.

Персонал організації складається з персоналу управління цією організацією і її підрозділів, що не відноситься до персоналу управління, основних і допоміжних працівників, молодшого обслуговуючого персоналу, працівників охорони. Працівників апарату управління організацією чи її підрозділами називають менеджерами. Менеджери (управлінці) повністю чи переважно зайняті управлінською працею. Вони виконують одну з спільних чи специфічних функцій управління. Управлінські працівники поділяються на три групи: керівники, спеціалісти та технічні виконавці.

Керівники приймають рішення, спеціалісти готують спеціальну інформацію для їх прийняття, технічний персонал апарату управління виконує рішення [8].

Керівники підрозділяються на лінійний і функціональний персонал. Лінійні керівники здійснюють управління виробничими підрозділами (участками, цехами, діяльницями) підприємств, організацій, фірм. До них відносять їх заступників. Функціональні - керівники функціональних служб (відділів, бюро і т.п.) та їх заступники. Лінійний чи функціональний (штабний) характер керівництва визначається насамперед посадовими зв'язками, а не родом діяльності.

Спеціалісти апарату управління (економісти, інженери, диспетчери, юристи, програмісти і т.п.) виконують конкретні функції управління для сприяння прийняттю управлінських рішень, а також забезпечувати діяльність лінійних і функціональних підрозділів (фінансові, бухгалтерські, технологічні, інструментально - конструкторські, планово-економічні, нормування праці і т. п.).

Технічний, чи допоміжний персонал (секретарі, кур'єри, діловоди, машиністки, копіювальниці, стенографістки, табельщиці та ін.) здійснюють обслуговування процесу управління і забезпечують передачу управлінської інформації, її збір, первинну обробку, зберігання.

В групі керівники виділяють рівні, категорії, ступені [1].

Керівники первинних ступенів управління, чи керівники першої категорії – це майстри, бригадири, завідувачі секторами, начальниками бюро, відділів і т. п. Первинні управлінські колективи існують в апараті управління підприємством (акціонерному товаристві), апараті територіальних (обласних), органів, міністерств, концернів, холдингових компаній.

Керівники першої категорії підрозділяються на виробничих керівників, керівників первинних підрозділів апарату управління підприємством: первинних керівників територіального міністерського і відомчого рівня.

Керівники середньої категорії керують групою первинних колективів, наприклад на підприємствах – цех, служба, відділ, філіал, управління. Заступники керівників відносять до того ж рівня, що й керівників першої категорії.

Керівники вищої категорії – це керівники самостійних організацій, які мають свої апарати управління.

Структуризація складу менеджерів має свої особливості в кожній організації і визначається її штатним розкладом.

Список використаних джерел:

1. Управління персоналом : підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середа; за заг. ред. О. М. Шубалого. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 404 с.
2. Менеджмент персоналу: навч.-методич. посіб. / Дяків О. П., Коцур А. С., Островерхов В. М., Надвичиний С. А., Шкільняк М. М., Шушпанов Д. Г. / за заг. ред. М. М. Шкільняка. Тернопіль. 2022. 280 с.
3. Коваленко М. Менеджмент трудової активності працівників підприємства: Навчальний посібник для студентів економічних

спеціальностей/ Микола Коваленко, Іван Грузнов, Лідія Сухомлин,. – Херсон: Олди –плюс, 2014. - 287 с.

4. Крушельницька О. В. Мельничук Д. П. Управління персоналом: Навчальний посібник. / О. В. Крушельницька. – К., “Кондор”, 2009. -296 с.

5. Бранченко В. Ф. Управління персоналом організації в сучасних умовах. / В. Ф. Бранченко. – К: Персонал, № 3, 2016. – 245 с.

Степанушко Олеся Ігорівна,

4 курс, 073 «Менеджмент»,

Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»

Науковий керівник:

Карпенко Сергій Володимирович,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та туризму

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИЗИКУ

Сучасна економічна ситуація характеризується досить високим рівнем конкуренції, пов'язаної з розвитком підприємств та процесом продажу товарів і послуг. Для того, щоб зберегти та зміцнити свої позиції на ринку, одним з основних завдань підприємств є збільшення своїх конкурентних переваг. Виконання цього завдання пов'язане з ризиками. Однією з найважливіших причин ризику є невизначеність, яка виникає через те, що компаніям складно визначити ймовірність настання певної події та її наслідки.

У процесі нарощування конкурентних переваг компанії формують різні стратегії, реалізація яких вимагає впровадження інноваційних підходів до управління, більш ефективного формування та використання фінансових, матеріальних і кадрових потоків, підвищення якості послуг. Впровадження інноваційних підходів та формулювання нових стратегій, як правило, пов'язане з ризиками. Причому ризики виникають як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі підприємства. Тому існує тісний взаємозв'язок між двома категоріями ризику та конкурентоспроможності. Отже, до можливих джерел ризику, що впливають на конкурентоспроможність, можна віднести наступні: необхідність вибору різних варіантів конкурентної стратегії; наявність невизначеності; неможливість точно оцінити ймовірність настання тієї чи іншої події.

Існує висока кореляція між ефективністю та прийняттям ризику. Ризик і конкуренція є основними рушіями економічного розвитку. Економічний прогрес забезпечується різними «стратифікаціями ризику». Ризик є регулятором економіки і виконує захисну (аналітичну) функцію. Облік ризиків забезпечує найбільш раціональний розвиток мікроекономічних

суб'єктів, які є основою ринку, і допомагає системі в цілому досягти необхідної рівноваги, стабільності функціонування та усунення кризових явищ. Стійкість промислових підприємств як відкритої соціально-економічної системи: стійкість як характеристика системи в процесах функціонування та розвитку. Динамічна стійкість забезпечується реалізацією інноваційних стратегій, що сприяють якісному та кількісному нарощуванню потенціалу, адаптивної здатності системи управління підприємством та превентивному врахуванню різних факторів ризику, що відхиляють вплив різних чинників.

Для забезпечення сталого розвитку підприємств в умовах негативних економічних тенденцій необхідно розробляти превентивні заходи з управління ризиками. Такі заходи дозволять знизити ймовірність настання ризику, а результати їх реалізації відображатимуть особливості управління та прийняття проактивних рішень в умовах можливих загроз і невикористаних можливостей.

Список використаних джерел

1. Боковець В.В. Роль економічного ризику у забезпеченні інноваційно-інвестиційного потенціалу промислових підприємств / Боковець В.В., Керезвас І.А. // Цифрова економіка та економічна безпека. – 2023. - № 6. – С. 114-118.
2. Русак О.П. Ідентифікація ризиків в умовах забезпечення сталого розвитку аграрних підприємств / Русак О.П., Паламарчук Т.М. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 12, Ч. 2.–С. 103-106.

Фурсенко Анастасія Русланівна

студентка кафедри менеджменту та МЕН

ТНУ імені В.І. Вернадського

спеціальності «073 Менеджмент»

ОП «Управління бізнесом»

Науковий керівник:

к.е.н., доцентка Петровська Юлія Василівна

МОДЕЛЮВАННЯ В ЛОГІСТИЦІ

В даний час теорія логістики та існуючий практичний досвід дозволяють звести різноманіття особливостей руху матеріальних, грошових та інших ресурсів, а також інформації на окремих підприємствах до обмеженої кількості стандартних моделей. Такий підхід скорочує час та економить значні кошти на створення індивідуальних алгоритмів та програм.

У зв'язку з цим усі логістичні суб'єкти класифікуються за різними ознаками. Так, за типом виробництва підприємства діляться на: поодинокі, серійні та масові [2, с. 142].

За характером технологічних процесів на: безперервні та дискретні. Застосовуються також особливі ознаки, за якими здійснюється класифікація логістичних суб'єктів. Наприклад:

- за структурою постачальників (споживачів);
- за середньою віддаленістю постачальників;
- за рівнем інтеграції з іншими підприємствами тощо.

Чим більша кількість ознак, що характеризують особливості підприємства залучається для ідентифікації моделей, тим більше вони відповідають реальним умовам, а, отже, відповідні програми розрахунків дають менше помилок і збоїв у роботі.

Природа моделювання в логістиці полягає в визначенні подібності аналізованих систем чи процесів. За цією ознакою всі моделі поділяються на дві категорії: ізоморфні та гомоморфні.

Ізоморфні моделі є такими, які включають всі характеристики реального суб'єкта та їх відповідність є повною. У тому випадку, якщо можна створити ізоморфну модель і спостерігати за її функціонуванням, отримані результати впевнено можна проектувати на діяльність реального об'єкта, що допомагає прогнозувати його поведінку в очікуваних умовах.

В основі гомоморфних моделей лежить неповна подібність обраної моделі об'єкту, що досліджується. Іншими словами, подібність є частковою. І тут деякі аспекти функціонування реального об'єкта можуть не піддаватися моделюванню зовсім. У логістиці цей недолік перетворюється на перевагу – спрощується побудова моделі та інтерпретація результатів досліджень.

Слід наголосити, що при моделюванні логістичних систем повної подібності просто не може бути. Йдеться про максимальне підвищення ступеня подібності. Найважливішою характеристикою логістичних моделей є їхня матеріальність. За цією ознакою вони поділяються на два класи: матеріальні та абстрактні моделі [1, с. 108].

Матеріальні моделі в логістиці, як і в інших випадках, відтворюють основні геометричні, фізичні, динамічні та функціональні характеристики суб'єкта, що вивчається (або процесів). Як приклад, можна навести створення зменшених макетів підприємств та окремих підрозділів, що входять або не входять до логістичної системи, що дозволяє вирішити завдання оптимального розміщення обладнання, організації вантажних потоків, дислокації матеріальних ресурсів, створення відповідної інфраструктури тощо.

Дуже часто у логістиці єдиним способом моделювання є абстрактне моделювання. Воно, своєю чергою, може бути символічним чи математичним. Символічні моделі поділяються на два види: мовні (словесні) моделі та знакові моделі.

Найбільш ефективним у логістиці є математичне моделювання. Воно представляє собою процес встановлення відповідності конкретному реальному об'єкту, який називається математичною моделлю. Найпоширенішими в логістиці є два види математичного моделювання: аналітичне та імітаційне.

Аналітичне моделювання – це своєрідний математичний підхід у процесі дослідження логістичних систем. Його мета – отримання максимально точних рішень. Сам процес аналітичного моделювання розбивається на три

етапи. На першому етапі формуються математичні закони та залежності, які пов'язують окремі об'єкти системи. Ці закони та залежності формалізуються у вигляді деяких функціональних співвідношень (алгебраїчних, диференційованих тощо).

На другому етапі здійснюється вирішення рівнянь та отримання теоретичних результатів. Для цього можуть бути залучені обчислювальна техніка та відповідні технології. На третьому етапі проводиться зіставлення отриманих результатів із реальністю, тобто здійснюється перевірка на адекватність.

Імітаційне моделювання полягає у проведенні на ЕОМ чисельних експериментів із математичною моделлю, що описує поведінку складної системи протягом періодів часу заданої тривалості. Імітаційне моделювання застосовується, як правило, у тих випадках, коли аналітичні способи дослідження тієї чи іншої логістичної моделі відсутні, або їх пошук вимагає надто великих витрат [3, с. 39].

Таким чином, найважливішу роль в розробці та створенні логістичних систем грає процес моделювання. Моделювання – це особлива форма експерименту, яка полягає у дослідженні об'єкта на його моделі.

Список використаних джерел

1. Мельничук Л. О. Моделювання динаміки логістичної системи підприємства. Держава та регіони. 2007. С. 106-111.
2. Мержинський Є. К. Концепція моделювання загроз логістичної системи підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. С. 142-145.
3. Тараненко Ю. В. Імітаційне моделювання логістичних процесів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2016. С. 38-44.

Цілуванська Діана Іванівна,
4 курс, 073 «Менеджмент»,
Житомирський економіко-гуманітарний
інститут Університету «Україна»

Науковий керівник:
Бабенко Крістіна Євгенівна,
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та туризму

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному ринковому середовищі неможливо успішно вести бізнес без налагодження ефективного управління фінансами. Постійне зростання конкурентного тиску та боротьба за різноманітні ресурси, в тому числі споживачів та кошти, змушують учасників ринку постійно шукати шляхи максимально раціонального залучення коштів, оптимізувати витрати, максимізувати доходи та прибуток, знаходити фінансові можливості для впровадження сучасних технологій виробництва та постійно працювати над покращенням своїх конкурентних позицій. Йдеться про постійну роботу над підвищенням конкурентоспроможності. Це вимагає ефективного управління фінансами підприємств.

Сьогодні кожна компанія, незалежно від її розміру, структури власності, виду та сфери діяльності, повинна мати чітко визначені цілі та стратегію розвитку. Так, в умовах нинішньої кризи «виживуть» лише ті підприємства та установи, які заздалегідь визначили стратегію свого розвитку, в тому числі й фінансову. Суб'єкти, які не мали жодного плану і «пливли за течією», втратили прибутковість і ліквідні активи або були оголошені банкрутами. Сьогодні до останніх належать банківські установи і навіть великі заводи, що мають стратегічне значення для країни в цілому.

Тому кожен суб'єкт господарювання повинен налагодити власний фінансовий менеджмент для того, щоб забезпечити ефективну господарську та фінансову діяльність підприємства в цілому. Кожен суб'єкт господарювання повинен розробити власну стратегію управління фінансами. Це може бути як стратегічний фінансовий план, так і виробничий фінансовий план (на місяць, півроку або будь-який інший період), план доходів і витрат, балансовий план і бюджетування, які є елементами оперативного фінансового плану.

Огляд фахової літератури дозволяє стверджувати, що створення та функціонування системи фінансового менеджменту підприємства має базуватися на певних принципах, які являють собою сукупність правил, положень та норм, спрямованих на підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства. Відповідно, система фінансового менеджменту повинна характеризуватися такими принципами, як різноманітність підходів до визначення напрямів розвитку підприємства, пошук та обґрунтування

альтернативних рішень, концентрація на стратегічних цілях розвитку підприємства.

Ефективно сформована система управління фінансами у довгостроковій перспективі сприяє стабільному функціонуванню компанії, її динамічному розвитку та зміцненню позицій на ринку.

Список використаних джерел

- 1 Максимова М.В. Система фінансового менеджменту в умовах розвитку цифрової економіки / Максимова М.В. // Ефективна економіка. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/60.pdf
- 2 Машлій Г. Напрями вдосконалення фінансового менеджменту підприємства / Машлій Г. - URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39299/2/FMNECPS_2022_Mashlii_H-Directions_of_improving_the_15-17.pdf
- 3 Прушківська Е.В. Напрями вдосконалення, формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві / Прушківська Е.В., Санакоєва М.А. - URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek7-3-2010-PDF/256-262.pdf.

Швець Олександра Анатоліївна

студентка кафедри менеджменту та МЕН

ТНУ імені В.І.Вернадського,

спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

ОП «Міжнародні економічні відносини»

Науковий керівник:

Пазиніч Ольга Валентинівна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків (ЗЕЗ) в Україні під час війни є складним, але надзвичайно важливим і вимагає уваги та дослідження. Військові конфлікти та геополітична напруга часто призводять до серйозних обмежень у торгівлі та економічній діяльності країни, але водночас вони створюють нові виклики та можливості для розвитку.

Під час війни Україна змушена була шукати нові стратегії та шляхи для збереження стабільності своєї економіки та забезпечення зовнішньої безпеки. Зміни у глобальному економічному середовищі, введення санкцій, обмеження на ринках та інші фактори впливали на способи ведення зовнішньої торгівлі та залучення іноземних інвестицій. [3]

Розвиток ЗЕЗ України під час війни має різноманітні аспекти, що відображаються в економіці, політиці та соціальній сфері країни. На перший

погляд, військовий конфлікт може здатися гальмом для зовнішньої торгівлі, але в той же час він стимулює перегляд стратегій та розвиток нових напрямків. [4]

Одним з аспектів є пошук альтернативних ринків збуту і постачання. Україна шукає нові торговельні партнерства, що допомагають зменшити залежність від тих ринків, які можуть бути наразі недоступними через воєнний конфлікт. Крім цього, спостерігається зміна структури експорту, зокрема збільшення обсягів продукції з вищою долею доданої вартості. Україна звертає увагу на розвиток високотехнологічних секторів, таких як ІТ та агротехнології, для розширення своєї конкурентоспроможності на світовому ринку.

Залучення інвестицій стає одним з пріоритетів. Умови війни вимагають повернення зовнішніх інвесторів, які можуть не тільки фінансувати економіку, а й принести нові технології та підвищити її конкурентоспроможність. [с. 61-62]

Реформування логістичної інфраструктури також важливий аспект. Розвиток транспортних мереж, спрощення митних процедур та підвищення ефективності логістики допомагають забезпечити безперебійну торгівлю навіть в умовах воєнного конфлікту.

Загалом, розвиток ЗЕЗ в умовах війни вимагає гнучкості, інновацій та пошуку нових можливостей. Це викликає не лише економічні, але й політичні та соціальні зміни, які можуть мати велике значення для майбутнього країни. [2]

Отже, військовий період становить виклик, але й можливість для країни знайти нові шляхи розвитку та зміцнення своєї економіки. Війна призвела до введення обмежень та перешкод у торгівлі, але Україна зуміла адаптуватися до цих умов і розвиватися в умовах глобальних викликів, продемонструвала свої вміння пристосовуватися до непередбачуваних обставин та ефективно працювати над збереженням та розвитком своїх зовнішньоекономічних зв'язків. В цілому, розвиток ЗЕЗ в Україні під час війни підкреслив важливість гнучкості, інновацій та міжнародної співпраці для забезпечення стабільності та економічного зростання у важких умовах.

Список використаних джерел

1. Салій Є. Ю., Салій О. О. Зміни у зовнішньоекономічній діяльності в умовах війни. *Проблеми розвитку економіки*. 2023р. №3(14). с. 58-71
2. Гладун Ю., Лісніченко С., ЗЕД в часи війни: нові рамкові умови та регулювання URL: <https://ukraine.ahk.de/ua/news/aussenhandel-in-zeiten-des-krieges>
3. Бебик Т., Кривецька О. ЗЕД: Зовнішньоекономічна діяльність в умовах війни. *Які умови створені для бізнесу задля перемоги у війні та одночасної підтримки торгового балансу*. 2022р. URL: <http://surl.li/ibfzn>
4. AVS(онлайн-школа бухгалтерії). Зовнішньоекономічна діяльність під час війни. *Ризики у ЗЕД під час війни*. 2023р. URL: <http://surl.li/rumui>

Ямкач Костянтин Сергійович
студент кафедри менеджменту та МЕН
ТНУ імені В.І.Вернадського,
спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
ОП «Міжнародні економічні відносини»
Науковий керівник
Пазиніч Ольга Валентинівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та МЕН

ФУНКЦІОНУВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В СУЧАСНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ

Функціонування криптовалюти в сучасному ринковому середовищі України - це процес використання криптовалют, таких як біткоїн, як засобу обміну та зберігання вартості на фінансовому ринку України. Це охоплює усі аспекти використання криптовалют, включаючи їхню прийнятність, регулювання, використання в різних галузях економіки та їхній вплив на фінансову систему країни. Таке функціонування може включати операції купівлі-продажу, інвестування та інші фінансові операції, які здійснюються за допомогою криптовалют [1, с.24].

Криптовалюта виступає як альтернативний засіб обміну, що дозволяє користувачам проводити транзакції та обмінювати активи без потреби інтермедіарів, таких як банки чи інші фінансові установи. Основна ідея полягає в тому, що користувачі можуть взаємодіяти один з одним напряму, обходячи традиційні системи платежів. Транзакції з криптовалютою можуть бути здійснені миттєво в будь-яку точку світу, і це забезпечує швидкі та ефективні фінансові операції. Крім того, технологія блокчейн, на якій ґрунтується більшість криптовалют, гарантує високий рівень безпеки та невідмінність транзакцій [2].

Міжнародний обмін, опосередкований криптовалютою дозволяє здійснювати трансграничні транзакції без складнощів, пов'язаних з обмеженнями валютних обмінів та фінансовими бар'єрами. Це особливо актуально для людей та компаній, що ведуть міжнародний бізнес. Більшість транзакцій з використанням криптовалют мають низькі комісії порівняно з традиційними фінансовими послугами. Це може бути особливо важливо для невеликих бізнесів та фрілансерів, які хочуть зекономити на операційних витратах.

Використання криптовалюти дозволяє користувачам зберігати свої фінансові дані в анонімності та у безпеці від вторгнень чи несанкціонованого доступу. Це стає важливим аспектом у сучасному цифровому середовищі, де забезпечення конфіденційності даних стає пріоритетом [2].

Криптовалюта в Україні вже стала невід'ємною частиною фінансового та економічного життя, виконуючи різноманітні ролі в сучасному ринковому

середовищі. Використання криптовалюти обумовлене її різнобічними функціями, серед яких можна виокремити засіб обміну, інвестиційний актив, платіжний засіб та інструмент для збереження вартості.

Переваги використання криптовалюти, такі як швидкі та безпечні транзакції, міжнародні перекази без обмежень, низькі комісії та конфіденційність, роблять її привабливою для користувачів. Основні способи використання охоплюють обмін на фіатні гроші, платежі за товари та послуги, а також різні види інвестування. Важливим аспектом є те, що криптовалютний ринок є молодим і незрілим, що може призвести до збільшення ризиків порівняно з традиційними фінансовими активами. Тому інвесторам рекомендується здійснювати ретельне дослідження та розуміти ризики, пов'язані з криптовалютами. Децентралізація та анонімність виступають ключовими аспектами криптовалют, надаючи їм стійкість до цензури та забезпечуючи рівність учасників мережі. Технологічні нововведення, такі як розподілені реєстри та смарт-контракти, підтримують технологічний прогрес у цій галузі [1, с.27].

Отже, криптовалюта представляє собою новий та динамічний аспект фінансового світу, який починає досить широко застосовуватись в Україні. Але важливо розуміти всі аспекти та ризики, перш ніж використовувати її. Попри потужний потенціал для розвитку, учасники ринку повинні бути обережними та інформованими, щоб максимально використовувати переваги криптовалюти та мінімізувати можливі ризики.

Список використаних джерела

1. Булгакова А., Васильєв О. (2024). Переваги та недоліки використання сучасних криптотехнологій. Науковий збірник «InterConf», (188), 23–34.
2. Бухарін Г. О. Фінтех як об'єкт нормативно-правового регулювання: теоретико-методологічний аспект. *Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук*. Запоріжжя, 2020. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/aref/07_2020/Bukharin_aref.pdf.

**Збірник студентських
наукових робіт**

**МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ
ГЕОПОЛІТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

**Матеріали II студентської науково- практичної
конференції
(Київ, 4 квітня 2024 року)**

Упорядник Грудцина Юлія Валентинівна