

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС – АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ



Матеріали
XV Міжнародної науково-практичної конференції

«СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ
ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ»

Київ, НАУ, 11-12 квітня 2024 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС – АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ**

**Матеріали
XV Міжнародної науково-практичної конференції
«СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ
ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ»**

ТОМ I

Київ, НАУ, 11-12 квітня 2024 р.

УДК 330.101(082)

ББК Уя 431

С916

Редакційна колегія:

Головний редактор: Ареф'єва О.В.

Заступник головного редактора: Антоненко К.В.

Члени редакційної колегії: Гораль Л.Т., Залознова Ю.С., Кирич Н.Б., Колещук О.Я., Маслак О.І., Мушнікова С.А., Петровська С.В., Прохорова В.В., Тульчинська С.О., Шпильова В.О., Aleksandra Kuzior, Aleksy Kwilinski, Dimitar Dimitrov, Naveen Das, Osinakachi Akuma Kalu.

Відповідальний секретар: Антоненко К.В.

Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами». К.: НАУ, 2024. 300 с.

Матеріали науково-практичної конференції містять короткий зміст доповідей науково-дослідних робіт теоретичного, методологічного та прикладного характеру, що присвячені питанням вирішення проблем ефективного управління підприємствами, галузями національної економіки та країни в цілому.

Розраховані на широке коло фахівців, студентів, аспірантів та викладачів.

Рекомендовано до друку кафедрою економіки повітряного транспорту Факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету (протокол №12 від 12 квітня 2024 року).

Матеріали публікуються у авторській редакції, мовою оригіналу. Автори несуть відповідальність за зміст і достовірність поданих матеріалів.

©Національний авіаційний університет, 2024

Ареф'єва О.В.,

*доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри економіки повітряного транспорту,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

СОЦІАЛЬНА СТРАТЕГІЯ МОТИВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасному світі, де конкуренція на ринку стає все більшою, ефективне управління та розвиток потенціалу підприємств є важливішими завданнями, ніж будь-коли раніше. Однак, ключовим фактором успіху у цьому процесі є не лише фінансові показники та технічні ресурси, але й людський капітал, мотивація та внутрішня культура організації. У цьому контексті, розробка та впровадження соціальної стратегії мотиваційного забезпечення стає ключовим елементом успішного формування підприємством потенціалу. Соціальна стратегія, спрямована на створення сприятливого середовища для працівників, їхньої мотивації та особистісного розвитку, не лише підвищує рівень задоволеності працівників, а й стимулює їхню продуктивність та залучення до спільних цілей розвитку потенціалу підприємства. «Джерелами для розвитку економічного потенціалу можна вважати: еволюція інвестиційної діяльності, розвиток інновацій, конкуренція, розширення поля для реалізації та формування потенціалу. Будь-яке підприємство для того, щоб вижити в ринковому середовищі повинно уміти адаптуватися до зовнішнього середовища, вивчати аспекти джерел, формування та використовувати їх в залежності від свої можливостей» [1, с. 135].

Соціальна стратегія мотиваційного забезпечення розвитку потенціалу підприємств включає в себе комплекс заходів, спрямованих на стимулювання та підтримку робочої сили для досягнення спільних цілей. Ця стратегія базується на розумінні соціальних потреб працівників та прагненні створення такого робочого середовища, де кожен працівник відчуває себе цінним та мотивованим. Значне місце у створенні необхідного клімату належить вибір моделі і побудова певної організаційної структури, втім слід зазначити, що «одна й та сама структура не є

однаково ефективною для усіх організацій внаслідок різних цілей діяльності та умов її здійснення. Особливо складним є процес визначення найприйнятнішої для організації структури управління, адже вона має забезпечувати її компетентність та, як логічний наслідок, ефективність функціонування шляхом визначення оптимального складу підрозділів, окремих посадових осіб апарату управління, розподілу між ними повноважень та основних завдань, встановлення взаємозв'язку та чіткої підпорядкованості» [2, с. 108].

Одним із ключових аспектів цієї стратегії є створення системи компенсації та винагород, яка відповідає рівню внеску працівника в успіх підприємства як передумові розвитку, спираючись на концепцію людського капіталу. Це може включати заробітну плату, бонуси, страхування, пенсійні програми та інші соціальні вигоди. Крім того, важливо створити сприятливі умови для професійного та особистісного розвитку працівників через навчальні програми, тренінги та курси підвищення кваліфікації. Також до цієї стратегії можуть входити ініціативи щодо забезпечення робочого балансу та підтримки здоров'я працівників. Всі ці заходи сприяють підвищенню мотивації, залученню та утриманню кваліфікованого персоналу, а також формуванню позитивної репутації підприємства серед працівників та суспільства в цілому. До вищезгаданих заходів можна віднести впровадження програм телемережної роботи або роботи з віддалених місць, а також створення спеціальних програм фізичного здоров'я та психологічної підтримки працівників. Забезпечення можливості працювати з будь-якого місця та у відповідності до власного графіку дозволяє працівникам більш ефективно керувати своїм часом і балансувати між роботою та особистим життям. Більш того, програми з підтримки здоров'я можуть включати фітнес-абонементи, пільгові страхові поліси, регулярні медичні огляди та консультації, а також розвиток здорового способу життя серед працівників як складових людського капіталу. Ці заходи сприяють покращенню загального фізичного та психічного стану колективу, зменшенню втрат від відсутності на роботі через хвороби та стрес, а також сприяють підвищенню продуктивності праці та загальному підвищенню задоволеності працівників від їхньої роботи. «На рівні компаній такі дослідження дозволяють запроваджувати

інноваційні способи управління людським капіталом з метою забезпечення розвитку зі стратегічної точки зору. Потребує подальшої розробки та обґрунтування інтелектуалізація людського капіталу з позицій конкурентоспроможності та формування стратегічних орієнтирів на інноваційній основі. Отже, це підкреслює актуальність теми для розвитку економічних відносин та можливість її адаптації до інноваційних перетворень» [5]. Такий комплексний підхід до соціальної стратегії мотиваційного забезпечення є ключовим для збереження талановитого персоналу та підтримки успішного функціонування підприємства в довгостроковій перспективі.

Така стратегія може передбачати впровадження програм корпоративного соціального відповідальності (CSR), спрямованих на покращення умов праці, сприяння соціальному розвитку у місцевих громадах, захист довкілля та підтримку суспільних ініціатив. Впровадження програм корпоративного соціального відповідальності (CSR) є важливим елементом соціальної стратегії мотиваційного забезпечення розвитку потенціалу підприємств. Ці програми можуть включати різноманітні ініціативи, спрямовані на покращення умов праці, такі як підвищення безпеки на роботі, забезпечення доступу до освіти та професійного навчання для працівників, а також створення комфортного та здорового робочого середовища. Крім того, програми CSR можуть включати ініціативи з підтримки соціального розвитку у місцевих громадах, такі як партнерство з місцевими організаціями або фондами для реалізації проектів у сферах освіти, охорони здоров'я, культури та інфраструктури. Захист довкілля також може бути важливою складовою CSR, і включати в себе ініціативи щодо зменшення викидів та відходів, використання екологічно чистих технологій та збереження природних ресурсів. Підтримка суспільних ініціатив може включати благодійність, участь у громадських заходах та спонсорство різноманітних проектів, спрямованих на благо громадськості. Всі ці заходи демонструють зобов'язання підприємства перед соціальною відповідальністю та сприяють побудові позитивного впливу на суспільство, що сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства, залученню та утриманню талановитих співробітників та сприяє розвитку у регіонах, де воно діє.

Соціальна стратегія мотиваційного забезпечення також може включати заходи щодо збереження здоров'я та безпеки на робочому місці, програми підтримки робочого колективу в складних життєвих ситуаціях та сприяння взаємному розумінню та співпраці серед працівників різних культур та соціальних груп. До того ж, «зміни у складі персоналу компаній призводить до необхідності адаптації організаційної культури компаній до цінностей, важливих для представників саме цих поколінь. Людей одного покоління об'єднує як економічний чи соціальний контекст. Кожне покоління має свою сформовану систему пріоритетів і особистих поглядів життя, вироблена під впливом безлічі навколишніх чинників епохи, причому зміна цих цінностей періодично повторюється» [4]. Важливо також регулярно здійснювати моніторинг ефективності цих заходів та відкрито спілкуватися з працівниками щодо їхніх потреб та очікувань. Це допомагає адаптувати стратегії до змін у соціальному та організаційному середовищі, а також підвищує рівень задоволеності працівників та забезпечує підтримку їхнього особистісного розвитку та здоров'я. У цілому, соціальна стратегія мотиваційного забезпечення розвитку потенціалу підприємства сприяє підвищенню ефективності роботи колективу, покращенню внутрішнього клімату та створенню умов для досягнення спільних цілей.

Отже, соціальна стратегія мотиваційного забезпечення виявляється не лише етичною, але й стратегічно важливою для підприємства. Вона дозволяє покращити внутрішній клімат організації, підвищити мотивацію та продуктивність працівників, знизити текучість кадрів та залучити талановитих співробітників. Крім того, така стратегія сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства в очах співробітників, споживачів та суспільства в цілому, що може стати вагомим конкурентним перевагою. Реалізація соціальної стратегії мотиваційного забезпечення вимагає системного підходу, постійного аналізу та вдосконалення, але відповідно до багатьох досліджень, такі заходи можуть мати значний позитивний вплив на успішність підприємства у довгостроковій перспективі. Таким чином, вироблення та реалізація ефективної соціальної стратегії мотиваційного

забезпечення є одним із ключових факторів для досягнення стабільного та сталого розвитку підприємства в сучасному економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Ковальчук А. М., Загайна С.Ю. Дослідження підходів формування економічного потенціалу підприємства у контексті транспарентності розвитку інвестиційних процесів. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. №3(83). С. 131-139.
2. Лепейко, Т., Грузіна, І. (2023). Концептуальні підходи до формування структури управління компетентною організацією. *Економічний простір*, (184), 107-113. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-18>.
3. Прохорова В.В., Чобіток І.О. Форсайтно-інноваційний механізм управління підприємствами в умовах цифровізації: теоретичні аспекти. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 78-85.
4. Arefieva O., Arefiev S. Impact of the change of generations of personnel on an organizational culture of a company. *Економіка та суспільство*. Випуск 52 / 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-57>.
5. Kuzior A, Arefieva O, Kovalchuk A, Brožek P, Tytykalo V. Strategic Guidelines for the Intellectualization of Human Capital in the Context of Innovative Transformation. *Sustainability*. 2022; 14(19):11937. DOI: <https://doi.org/10.3390/su141911937>.
6. Buleev Ivan, Bryukhovetska Natalya, Korytko Tetyana, Piletska Samira, Patlachuk Vasyl. Evaluation of the level of personnel adaptation to enterprises intellectualization in terms of the economy digitalization. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development* eISSN 2345-0355. 2023. Vol. 45. No. 1: 94-104 DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.10>.
7. Korytko Tetyana, Piletska Samira. Management of Enterprises' Business Processes Under the Condition of European Integration. *Entrepreneurial Ventures*. November 13, 2023. P. 27-35. DOI: <https://doi.org/10.52305/KZZV1105>.

Акімова О.В.,

доктор економічних наук, доцент

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ

Петченко М.О.,

аспірант

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна

ОЦІНКА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ПОВЕДІНКУ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРИ ПРИЙНЯТТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Невід’ємним етапом будь якого інвестиційного проекту, визначеного як процес довгострокового вкладення грошових та інших ресурсів з метою одержання економічної вигоди. [1], є прийняття інвестиційного рішення. Сучасна наукова думка визначає це поняття, як рішення про витрати з метою одержання доходів у майбутньому, яке носить стратегічний характер, розраховане на тривалий період часу та пов’язане з невизначеністю і ризиком. [2]

Ключовим аспектом такої дефініції є розуміння необхідності внесення корегувань до первинного передінвестиційного рішення, які неодмінно виникають під впливом змін різного роду факторів в період часу реалізації.

З огляду на розвиток економічної думки та приймаючи до уваги, постулати теорії зацікавлених сторін, такими факторами впливу можуть стати наслідки дії стейкхолдерів основним з яких є вигода.

Враховуючи сучасні позиції поведінкових напрямків економічних досліджень показник вигоди можна представити як поєднання множин фінансових та нефінансових елементів. В такому разі загальну вигоду від реалізації інвестиційного проекту можна представити у вигляді наступної множини:

$$V_F = \{V_{f_1} \cup V_{f_2} \cup \dots \cup V_{f_n}\} = V_{fin_F} \cup V_{nofin_F}, \quad (1)$$

де n – кількість стейкхолдерів;

V_{fi} – загальна вигода окремого стейкхолдера

V_{fin_F} – загальна фінансова вигода підприємства

V_{nofin_F} загальна нефінансова вигода підприємства

Рационально припустити, що в результаті взаємодії стейкхолдерів, показник загальної вигоди V_F повинен досягти максимального значення, як індикатор успішності реалізації інвестиційного проекту, але ж це в будь-якому випадку не означає, що при розподілі цієї загальної вигоди між зацікавленими сторонами вимоги окремо взятих стейкхолдерів V_{fi} будуть повністю задоволені. Можна представити ситуацію, коли в процесі реалізації інвестиційного проекту окремі його учасники виявлять бажання вийти з даного проекту у зв'язку з розумінням неможливості досягнення бажаного особистого результату, що очевидно ставить під загрозу успішність реалізації запланованого заходу. Таким чином, при прийнятті коригуючих управлінських рішень, виникає необхідність врахування впливу цих рішень на вигоду окремої зацікавленої сторони.

В той же час, враховуючи наявність елементів нефінансового характеру у складі показника вигоди, очевидно, що встановити його об'єктивне значення неможливо, оскільки результат приймає вірогідний або суб'єктивний характер. В такому випадку, об'єктивно можна лише констатувати факт достатності очікуваної вигоди стейкхолдерами до моменту появи процесів розбалансування множини зацікавлених сторін F (виходу із складу учасників проекту). Отже, виникає питання визначення індикатора рівноваги стану множини зацікавлених сторін F .

На відміну від характеристик показника «вигода», з достатньо високим рівнем достовірності та об'єктивності можна визначити характеристики показників, несприятливі значення яких, свідчать про «невигоду» стейкхолдера, наприклад зміна рівня оплати праці менеджерів або підвищення процентної ставка по кредиту.

З огляду на це, можна припустити, що інвестиційний процес залишається стабільним тоді і тільки тоді, коли дії всіх стейкхолдерів не приводять до ситуації, при якому подальша участь в інвестиційному проекті хоча б для одного з стейкхолдерів становиться для нього невігідною або значення показника «невигода» приймає значення істини $\neg V_{fi} = 1$. Очевидно, що саме в такому випадку стейкхолдер гарантовано намагатиметься вийти з множини F , що й достеменно приведе до початку процесів порушення рівноваги.

Отже, індикатором стану рівноваги множини зацікавлених сторін, на нашу думку, доцільно вважати відсутність невигоди зацікавленої сторони, що може бути представлено наступним чином:

$$\forall f_i \in F \Rightarrow \neg V_{f_i} = 0 \quad (2)$$

Тобто будь-який стейкхолдер залишається елементом множини F тоді і тільки тоді, коли його «невигода» не є істиною або множина F знаходиться в умовній рівновазі, до моменту виконання даної умови для кожної з зацікавленої сторони.

Враховуючи вищенаведене, можна зазначити, що аналіз впливу факторів поведінки зацікавлених сторін інвестиційного процесу при прийнятті управлінських рішень має проводитись з врахуванням прийнятного значення індикатору стану рівноваги множини зацікавлених сторін.

Список використаних джерел:

1. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. / С.В. Качула, С.М. Халатур, Г.Є. Павлова, Л.В. Лисяк, Н.П. Дуброва. – Дніпро: Монолит, 2022. – 204 с.
2. Петрушенко Ю.М., Токаренко М.О. Поведінкові аспекти прийняття інвестиційного рішення венчурним інвестором. // Електронний журнал «Ефективна економіка» № 10 – 2017 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5795>.

Андрієнко М.М.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ

Науково-технічний прогрес є основою різноманітних економічних змін, які позитивно впливають на розвиток виробничих і фінансових відносин у створенні та управлінні промисловими ринками. Умови ринкового розвитку ринкової галузевої економіки є основою для розвитку самостійних господарських організацій та прийняття стратегічних рішень. Процес реалізації рішень, прийнятих в умовах

економічної нестабільності, пов'язаний із проблемами зміни зовнішнього середовища, яке визначається гострою економічною кризою, спричиненою військовими діями на території України, розвалом економіки; відсутністю власних та позикових коштів тощо, що зменшує можливості інноваційної діяльності багатьох підприємств порівняно з прийнятими міжнародними стандартами. Інноваційний розвиток бізнесу є дуже складним комплексом етапів, оскільки передбачає поєднання інвестиційної підтримки з інноваціями різних класифікаційних ознак.

Основним чинником, який істотно впливає на ефективність проєкту, є його інноваційний розвиток. Під ефективністю діяльності ми розуміємо створення нових видів продукції, підвищення якості, економне використання опорної бази, негативне зниження навколишнього середовища. Таким чином, основою розвитку нового підприємства є постійні зміни, засновані на створенні та впровадженні інновацій навколо якісних і кількісних змін для моніторингу конкурентоспроможності та захисту своїх ринків.[1]

Тип інноваційного розвитку досліджують вітчизняні та зарубіжні вчені та практики на мікро- та макроекономічному рівнях. Модель інноваційного розвитку країни базується на реалізації заходів НТП на регіональному, державному та міжнародному рівнях з обов'язковим залученням економіки знань. Підприємства обирають тип економічного розвитку у разі впровадження інновацій для вдосконалення всіх сторін своєї господарської діяльності. [2] Таким чином, необхідні умови для вибору основної моделі розвитку спрямовані на моніторинг своїх інноваційних можливостей та впровадження якісних змін, пов'язаних із стабілізацією та/або розширенням власних економічних інтересів. Одним із способів впровадження інноваційних рішень на макrorівні є розробка інноваційних планів підприємства. Спосіб розробки та впровадження розвитку стратегічної інновації характеризується збалансованими рівнями її реалізації відповідно до потреб і вимог ринку. Дослідження інноваційної реалізації алгоритму розробки стратегії включає розробку: на першому етапі – цілі та завдання інноваційного плану; на другому етапі – важлива ідея; на третьому рівні – інноваційні проєкти; на четвертому кроці – інновація плану та його інформаційної бази. [3] Таким чином, на всіх етапах розробки технічного

плану інноваційної стратегії розвитку очікуються якісні зміни виробничої системи, яких вимагають мінливі умови внутрішнього і зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Кубатко О.В., Омеляненко Ю.О. Інноваційний розвиток підприємств в умовах економічної нестабільності / *Механізм регулювання економіки*. 2015. № 2. С. 54-60 URL: <http://surl.li/octlr>.
2. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с. URL: <http://surl.li/bsuia>.
3. Пригара О. Ю. Механізм розробки інноваційної стратегії розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6128>.
4. Ареф'єва О.В., Андрієнко М.М., Шевчук І.О. Економічні аспекти інноваційної стратегії розвитку підприємства в умовах макроекономічної нестабільності / *Економічний вісник Дніпровської політехніки: наук. журнал* / 2023. Вип. 4 (84). URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/en/archive?arh_issue=84.

Антоненко К.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Враховуючи важливість функції організації в життєвому циклі підприємства та її безпосередній вплив на формулювання стратегії та виконавчі процедури, необхідно проаналізувати сукупність внутрішніх факторів, які впливають на життєвий цикл організації. Найбільш важливою для вимірювання прогресу організації є її продуктивність, яка має більше значення, ніж зайнятість і продажі. Теорія життєвого циклу також застосовується до таких категорій як продукти, ринок, технології та

промисловість. Тому позиціонуючи кожен із цих факторів на кривій життєвого циклу, ми можемо мати чітке уявлення про заходи, які необхідно вжити в майбутньому.

Слід зазначити, що декілька факторів, таких як місія організації, технологія, організаційна структура, корпоративне право власності, ринковий статус і багато інших факторів безпосередньо беруть участь у формуванні кожного з етапів життєвого циклу організації. Потужні маркетингові програми, спрямовані на продаж більшості товарів і утримання клієнтів є одним із досягнень у цьому напрямку.

Багато керівників вважають, що компанія не повинна оплачувати витрати на будь-якому рівні прибутковості, щоб залучити кожного клієнта, але вона повинна витрачати свої обмежені ресурси, щоб оптимально залучити та утримати ключових клієнтів. Увага до клієнта та його цінностей є важливим фактором для організації, який може бути досягнутий за допомогою чітко сформульованого плану.

Вплив комплексного управлінського підходу на клієнтоорієнтовність, участь і креативність персоналу, вдосконалення організаційної структури, зниження витрат і підвищення ефективності та прибутковості було доведено шляхом комплексних досліджень.

Рівень делегування в організації є одним із найважливіших факторів, пов'язаних з управлінням, і має прямий зв'язок із тривалістю життя організації. Згідно з дослідженнями, делегування може бути як природним, так і шкідливим. За допомогою делегування організація рухається від швидкого зростання до зрілості. Прискорення прийняття рішень і виділення більше часу для стратегічного планування та створення політики є одними з переваг делегування.

Таким чином, до внутрішніх факторів, які впливають на життєвий цикл організації належать, зокрема, філософія організації, професійна підготовка і набутий досвід, організаційна структура, фактори, які впливають на виробництво та фактори, що впливають на обіг.

Зовнішнє середовище є тим джерелом, що поставляє організації ресурси, необхідні для її життєдіяльності, однак вони обмежені, і на них претендують багато інших організацій. Тому є загроза того, що організація не отримає потрібні ресурси, що послабить її потенціал і призведе до неприємних наслідків [1]. Отже, необхідно

виявляти та контролювати фактори зовнішнього середовища, що мають вплив на життєвий цикл організації, а саме соціокультурні, технологічні, економічні, демографічні, політичні, міжнародні та правові фактори.

Таким чином, щоб визначити положення підприємства на кривій життєвого циклу, по-перше, необхідно визначити основні досягнення організації на різних етапах її життєвого циклу, для чого спочатку слід визначити ключові фактори, які змінюються на протязі життєвого циклу підприємства, завдяки чому впроваджуються зміни в організації.

Керівники намагаються підтримувати розвиток підприємства та рухати його до стадії зрілості, чим коротший проміжок часу між ростом і зрілістю, тим вища важливість науково-дослідної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єв С. О., Патлай А. І. Теоретичні підходи до визначення сутності та особливостей формування масштабу підприємства. *Економічний вісник*. 2023. №3 (83). С. 178-186. URL : <https://doi.org/10.33271/ebdut/83.178>.

Берташ А.С.,
здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Васюткіна Н.В., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

У сучасних умовах при вивченні можливих способів поліпшення ефективності та конкурентоспроможності підприємств часто акцентується увага на економічних аспектах. Проте, важливо розуміти, що ключовою фігурою у господарській діяльності є людина, і результати діяльності організацій у значній мірі залежать від її поведінки та культури.

Корпоративна культура грає ключову роль у ефективності діяльності підприємства на ринку з кількох причин: підвищення продуктивності,

конкурентоспроможність та реалізація стратегії, адаптація до змін, залучення та утримання талантів, стимулювання інновацій, клієнтське співвідношення.

Культура, спрямована на підтримку співпраці, комунікації та розвитку працівників, може позитивно впливати на їхню продуктивність та здатність до досягнення поставлених цілей. Позитивна корпоративна культура створює сприятливу репутацію компанії, що може бути конкурентною перевагою та сприяти збільшенню частки ринку. Сильна корпоративна культура приваблює та утримує талановитих працівників, оскільки вони відчують себе частиною команди, що ділить спільні цінності та має чіткість мети. Гнучка корпоративна культура сприяє швидкій адаптації до змін у ринкових умовах, технологіях та вимогах споживачів. Може створювати атмосферу, сприятливу для інновацій, де працівники відчують відповідальність за внесення новацій та пропонування кращих підходів. Корпоративна культура, яка покликана підтримувати високі стандарти обслуговування клієнтів і задоволення їхніх потреб, може допомогти зберегти та залучити нових клієнтів.

Однак в понятійному трактуванні даної категорії, в наукових колах, ще й досі не сформувалось цілісного розуміння даного поняття. У табл. 1 представлено основні визначення поняття «корпоративної культури».

Таблиця 1

Сутність поняття «корпоративна культура»

№	Автор	Ключовий зміст визначення
1.	Г. Хофстеде	Колективне програмування думок, яке відрізняє членів однієї організації від іншої.
2.	Є. Шейн	Сукупність колективних базових правил, пов'язаних з адаптацією до зовнішнього середовища й внутрішньою інтеграцією...
3.	У. Оучі	Символи, церемонії і міфи, які повідомляють членам організації важливі уявлення про цінності і переконання.
4.	Г. Морган	Один із засобів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших способів передачі основних цінностей, переконань, ідеологій...
5.	Н. Браун	Набір переконань, цінностей і засвоєних способів вирішення реальних проблем...
6.	Є. Жак	Образ мислення, що став звичкою та традицією, спосіб дії, який розділяють всі працівники підприємства...
7.	О. Бала	Сукупність матеріальних і духовних цінностей, культурних, етичних та соціальних потреб...
8.	Н. Барановська	Добре сформована система ключових переконань, принципів і технологій...

Джерело: сформовано на основі [1, 3]

Проаналізувавши наведені вище визначення, поняття «корпоративна культура» можна узагальнити і подати у синтезному розумінні як - комплексну систему цінностей, переконань, традицій, норм та звичаїв, що визначає унікальну ідентичність та спосіб функціонування підприємства. Вона поєднує в собі систему матеріальних і духовних цінностей, етичних та соціальних потреб, образ мислення та способи дії, які формуються протягом життєвого циклу компанії та передаються через внутрішню взаємодію між працівниками.

Вплив корпоративної культури на ефективність діяльності підприємства потрібно розглядати з урахуванням її відповідності загальній стратегії компанії. Впровадження стратегії підприємства може стикатися з проблемами, які виникають внаслідок неефективного залучення керівництвом потенціалу підприємства, зокрема людських ресурсів, до процесу втілення стратегії. Ефективне функціонування підприємства безумовно залежить від правильно сформованої корпоративної культури, що узгоджена зі стратегією підприємства та відповідає особливостям бізнесу[4].

Тому саме інструменти корпоративної культури допомагають сформувати у співробітників почуття єдності, приналежності та соціальної захищеності, що сприяє збереженню лояльності до підприємства. Така корпоративна ідентичність дозволяє ефективно реалізовувати місію компанії, стимулюючи індивідуальний ріст працівників. В таких умовах здійснюється швидка адаптація нових працівників і загальна адаптивність колективу у турбулентних умовах постійних змін. [2].

Запровадити корпоративну культуру на підприємстві – означає створити умови для комфортної праці та позитивної робочої атмосфери, що буде сприяти утриманню та залученню співробітників. Така система забезпечить хороші відгуки працівників, що стане безкоштовною рекламою, яка приверне увагу клієнтів та партнерів.

Для створення та розвитку корпоративної культури на підприємстві необхідно врахувати наступні особливості у її побудові[2]:

— створення корпоративної культури – це побудова бренду і розробка комерційного продукту, культура підприємства має великий потенціал як маркетинговий інструмент;

- постійне вдосконалення, найкращі практики, адаптація до потреб ринку, натхнення успіхом великих компаній;
- прояв ініціативи кожного працівника, залучення їх до процесу змін;
- постановка мети, яка буде стимулювати вашу команду на розвиток і стане центром уваги. Наприклад, місією компанії «Google» є «Організація всієї наявної в світі інформації, зробити її доступною та зручною для використання в універсальному масштабі»;
- підбір персоналу у відповідності цінностей місії та візії компанії;
- створення умов для підвищення ефективності всього колективу, наприклад, застосування системи КРІ для оцінки продуктивності керівного складу та підлеглих, яка відображатиме вплив і рейтинг всієї команди.

Висновки. Значення корпоративної культури для ефективності діяльності підприємства є безсумнівним. Вона відіграє ключову роль у встановленні основних параметрів діяльності, мотивації працівників, інформуванні їх та інших зацікавлених сторін про орієнтири та цілі організації, а також стимулюванні їх до співпраці. Корпоративна культура є одним з визначальних факторів ефективного розвитку підприємства, тому важливо підходити до процесу її формування та функціонування з відповідальністю, щоб забезпечити успішне і конкурентоспроможне позиціонування на ринку в сучасних умовах конкуренції.

Список використаних джерел

1. Стамбульська Х. Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. № 1, 2022. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/206.pdf.
2. Таранич О.В., Рибчук А.О. корпоративна культура як чинник підвищення ефективності управління сучасного підприємства. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали III-ої Міжнародної науково-практичної конференції. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 410 с. URL: https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/conference_2022.pdf#page=272.
3. Харченко Г.А. Корпоративна культура як ключовий чинник успішного розвитку організації. Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові

трансформації, моделі інноваційного розвитку : збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 554 с. URL: http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2023/06/Zbirnik_menegment_2022.pdf#page=237.

4. Запухляк І.Б., Сабадош В.В. Корпоративна культура у реалізації стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник ІФНТУНГ: *Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2021. URL: <https://www.eung.nung.edu.ua/index.php/ecom/article/view/322/281>.

Богатирьов Є.О.,

аспірант

Науковий керівник: Пілецька С.Т., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, Київ, Україна

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вступ. На ринку гнучкість та реакція на зміни важливі для конкурентної стратегії. Управління зливається в єдиний простір зі стратегічним контролем, що базується на обліку. Інтеграція функцій управління сприяє оптимальній взаємодії та розвитку стратегічного контролю поряд із управлінням. Потреба у контролі обумовлена нестабільністю середовища та складністю структур управління.

Витрати є ключовим показником для оцінки конкурентоспроможності та ризиків стратегії. Класифікація витрат допомагає краще контролювати їх витрачання та оцінювати ефективність.

Класифікація витрат спрощує контроль за фінансами. Система аналітичного обліку витрат передбачає їх групування в кожній із зазначених галузей залежно від цілей менеджменту.

Кожна організація має свої методи інвентаризації витрат, але загальні принципи залишаються такими самими: матеріальні витрати, робоча сила та накладні витрати.

Це допомагає визначити вартість продукції, планувати та управляти рішеннями, а також контролювати процеси.

Однак, варто пам'ятати, що класифікація може бути складною через різні підходи та терміни. Але, незважаючи на це, правильна система класифікації витрат відіграє важливу роль у фінансовому управлінні.

Формування показника собівартості продукції (робіт, послуг) є найважливішим пріоритетом у системі управлінського обліку. Собівартість продукції визначається як розрахункова вартість використаних у процесі виробництва природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних фондів, трудових ресурсів та інших витрат, понесених на її виробництво та реалізацію.

Виклад основного матеріалу. Вартість продукції грає важливу роль у керуванні підприємством, включаючи оптимальне управління витратами та ресурсами. Вона відображає результати діяльності та ефективність прийнятих рішень. У сучасних умовах ціна та прибуток стали пріоритетнішими показниками, а вартість продукції відійшла на другий план. Проте, зниження витрат залишається ключовим фактором для збільшення прибутковості.

Функції витрат: облік та контроль витрат, економічне обґрунтування інвестицій, визначення оптимального розміру підприємства та прийняття управлінських рішень.

Формування витрат базується на принципах: розподіл витрат на прямі та непрямі, відступ від консерватизму та виключення непогашених витрат.

Необхідно шукати нові способи зниження витрат та вдосконалення методів обліку та аналізу, щоб забезпечити ефективне управління витратами.

Класифікація витрат на наукових засадах має велике значення для належної організації обліку витрат. Це допоможе не лише краще планувати та враховувати витрати, а й аналізувати їх більш точно, а також виявляти певні взаємозв'язки між різними типами витрат та розраховувати їх вплив на витрати виробництва та прибутковість.

Необхідно ділити витрати на фіксовані та змінні до певної міри, оскільки неможливо провести чітку межу між ними. Це називається тимчасово змінними та напівфіксовими витратами, оскільки в певних ситуаціях деякі витрати можуть

переходити з однієї категорії в іншу. Наприклад, електроенергія, споживана для роботи обладнання, є змінною витратою, чим більше обладнання працює, тим більше продуктів виробляється, але електроенергія для освітлення офісу - це фіксована витрата, оскільки її споживання неможливо залежить від обсягу вироблених продуктів.

Таблиця 1

Класифікація виробничих витрат

№	Ознака класифікації	Типи витрат
1	За економічним змістом	Складова вартості та пункт витрат
2	У відношенні до технологічного процесу	Базові та додаткові витрати
3	У відношенні до обсягу виробництва	Постійні та змінні
4	За включенням у витрати виробництва	Прямі та непрямі
5	Про участь у процесі виробництва та продажу продукту	Виробничі та не виробничі (торговельні) витрати
6	За часом виникнення	Поточні та майбутні
7	За обсягом плану	Планові та непланові
8	За доцільністю витрат	Виробничі та невиробничі
9	За видом діяльності	Основні та допоміжні витрати на виробництво
10	Під контролем, якщо можливо	Контрольовані та неконтрольовані витрати

Управлінський облік, що включає системні показники, звіти та контроль витрат, є ключовим інструментом аналітики витрат. Правильно організований управлінський облік дозволяє уникнути помилок та фінансових ризиків, сприяючи ефективному керівництву та розвитку підприємства. Стратегічний управлінський облік є важливою системою для прийняття стратегічних рішень, формуючи ключові фінансові та нефінансові показники. В умовах конкурентного середовища інновації в стратегічному управлінському обліку, включаючи моделі оптимізації витрат, стають все важливішими. Витрати виступають як центральний об'єкт стратегічного планування та аналізу, впливаючи на прибутковість організації та ступінь управління. Чітке визначення категорії «витрати» є надзвичайно важливим у цьому контексті. Також досліджено теоретико-методологічні аспекти формування системи управлінського обліку, звертаючи увагу на її взаємозв'язок з процесом самоорганізації та синергетичним ефектом.

Висновок. Чітке визначення витрат, їх класифікація та аналіз є ключовими елементами управлінського процесу, сприяючи ефективному управлінню ресурсами та прийняттю обґрунтованих стратегічних рішень. Інновації в системі управлінського обліку, такі як моделі оптимізації витрат, стають все більш важливими в умовах постійно змінюючогося середовища. Дослідження також підкреслює важливість системи контролю та аналізу витрат як інструменту для запобігання фінансовим ризикам та забезпечення стабільності та успішності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Титикало В. С., Ареф'єв С.О. Розвиток підприємства на основі комплексної вартості в контексті цифрового маркетингу. Адаптивне управління: теорія і практика. Випуск 15 (30), 2023.

2. Ареф'єва О.В., Пілецька С.Т., Резніченко Д.С. Стратегічне управління потенціалом інноваційного підприємства. *Інноваційні платформи управління економічними процесами в умовах цифровізації економіки*: кол. моногр. За ред. д.е.н., проф. Прохорової В.В. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2020. 293 с. підр. 4.1. С. 183-194.

3. Васюткіна Н. В., Смірнова А.С. Формування стратегічних орієнтирів забезпечення економічної безпеки підприємства як засобу підвищення конкурентоспроможності. *Бізнес-інформ*, 2022, №09, С.53-59
<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-9-53-59>

4. Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю. Ефективність управління підприємством, підходи та методи щодо її оцінки. *Проблеми системного підходу в економіці* : зб. наук. праць. К. : НАУ, 2018. Вип. 5(67). С. 100–106.

5. Пілецька С.Т. Формування конкурентної стратегії аеропорту в умовах невизначеності. *Бізнес Інформ*. 2022. №10. С. 193–198. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-193-198>.

4. Korytko Tetyana, Piletska Samira, Arefieva Olena, Pidhora Yelizoveta, Fomichenko Inna. The system of evaluating the effectiveness of employees motivation as a factor of the enterprise sustainable development. *Management Theory and Studies for Rural Business*

Бочко А.О.,

здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: Васюткіна Н.В., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ДИНАМІЧНА РОЛЬ ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

У швидкоплинному середовищі в сучасних організаціях роль лідера вийшла за традиційні межі, ставши ключовою силою, що керує кораблем у турбулентних водах. Динамізм полягає у широті охоплення тих викликів з якими зіткаються лідери і вмінні демонструвати стійкість перед обличчям несприятливих обставин, приймати зважені рішення в умовах невизначеності та вести свої команди через часи змін і потрясінь.

В умовах зовнішнього динамізму слід виокремити такі ключі чинники як глобалізація, технологічний прогрес, демографічні зміни та динаміка робочої сили, що змінюють бізнес-середовище, де лідери стикаються з багатогранними викликами, які вимагають від них гнучкості, стійкості та адаптивності [1, с.53].

Глобалізація має свої особливості де лідеру необхідно орієнтуватися в усіх складнощах і різноманітні взаємопов'язаних процесів. У взаємопов'язаному світі, де ринки виходять за межі географічних кордонів, лідери повинні мати глобальне мислення, вміти розуміти різні культури, динаміку ринку та регуляторні рамки. Вони відіграють вирішальну роль в організації глобальних стратегій, які використовують можливості, одночасно зменшуючи ризики, сприяючи сталому зростанню та конкурентним перевагам в економіці без кордонів.

Технологічний прогрес став як викликом, так і можливістю для сучасних організацій, а лідери слугують каталізаторами інновацій та цифрової трансформації. Вони повинні впроваджувати нові технології, підтримувати цифрові ініціативи та надавати командам можливість використовувати технології для підвищення ефективності, гнучкості та клієнтоорієнтованості.

Наступним з найважливіших викликів, що стоять перед сучасними лідерами, є управління різноманітною динамікою робочої сили. Сьогодні організації складаються з людей різного культурного походження, поколінь і навичок, кожен з яких має унікальні перспективи та сильні сторони. Ефективні лідери розуміють цінність різноманіття і прагнуть створити інклюзивне середовище, де всі голоси будуть почуті і поважатимуться.

Цей динамізм потребує чіткої орієнтації лідерів у тенденціях змін пов'язаних з впливом зовнішніх чинників на стратегічне бачення, ефективні комунікації та розвиток культури інновацій.

Лідери старшого покоління, як правило, демонструють більш традиційні підходи до керівництва, такі як авторитарність та ієрархічність. Вони можуть мати більшу впевненість у своїх знаннях та досвіді, що може призводити до більш великої самоідентифікації як "експерти" або "мудрого керівника".

Проте деякі лідери також можуть адаптуватися до нових тенденцій у керівництві, особливо якщо вони визнають необхідність змін для успішного функціонування організації. Вони можуть навчатися новим навичкам та стратегіям, таким як сприяння інноваціям, стимулювання участі та підтримка розвитку підлеглих. [2]

Гнучкі лідери частіше виступають як фасилітатори, які стимулюють і підтримують співпрацю та командну роботу, замість того, щоб диктувати вирішення. Вони також активно використовують емпатію, комунікаційні навички та здатність до співпраці для досягнення спільних цілей. Цей процес еволюції лідера відбувається під впливом різних чинників, таких як культурні зміни, зміни в управлінських парадигмах, технологічні інновації та суспільні потреби. [3]

Центральним елементом ефективного лідерства в сучасних організаціях є здатність стратегічного бачення. Лідери повинні мати чітке розуміння галузевих тенденцій, конкурентного середовища та нових можливостей і загроз. Сформулювавши цілісне бачення майбутнього, лідери можуть спрямувати свої команди та зацікавлені сторони на досягнення спільних цілей, сприяючи узгодженості та відданості в межах всієї організації.

Лідери повинні володіти винятковими комунікативними навичками, щоб сформулювати своє бачення, об'єднати різні команди та сприяти розвитку культури прозорості та співпраці. Розвиваючи культуру експериментів і безперервного навчання, лідери розкривають творчий потенціал своїх команд, гарантуючи, що організація залишається на передовій технологічних інновацій.

В епоху, коли інформаційні потоки швидко поширюються, а кордони стираються, лідери слугують провідниками ясності серед складностей, гарантуючи, що кожен член організації розуміє свою роль і внесок у досягнення спільних цілей.

Отже, роль лідера в сучасній організації є багатогранною та динамічною і вимагає поєднання гнучкості в стратегічному баченні, ефективній комунікації та адаптивності до глобалізаційних процесів, технологічних проривів та управління різноманітною динамікою робочої сили. Лідери слугують архітекторами організаційного успіху, проводячи свої команди крізь різні рівні складнощів, сприймаючи зміни, сприяючи інноваціям та розвиваючи культуру співпраці, надихають до досконалості та сприяють сталому зростанню в умовах невизначеності.

Список використаних джерел:

1. Vasiutkina N. The role of leaders in the creation of new knowledge and their impact on the development of industries and sectors of the economy. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of scientific and pedagogical internship (February 13 – March 26, 2023, Riga, Latvia). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2023. P. 53-56.

2. Якушко Н. О. Теорія лідерства: генеза та сучасна інтерпретація. *Право та державне управління*. №4 (25). 2016. С.130-135. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/4_2016/24.pdf.

3. Вікіпедія. Фасилітатор (професія). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80_\(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80_(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F)).

Василега В.Є.,
аспірант

Науковий керівник: Пілецька С.Т., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, Київ, Україна

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТА СТРАТЕГІЯ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДО УМОВ РИНКУ

Діяльність кожного підприємства протікає в економічному середовищі. Зовнішнє середовище є джерелом ресурсів підприємства, необхідні підтримки його внутрішнього потенціалу. Підприємство перебуває у стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи цим можливість виживання. Завдання стратегічного управління полягає у забезпеченні такої взаємодії підприємства з середовищем, яке дозволяло б йому підтримувати потенціал на рівні, необхідному для досягнення її цілей, і тим самим давало б можливість функціонувати в довгостроковій перспективі.

Зовнішнє середовище складає сукупність активних господарюючих суб'єктів, економічних, суспільних та природних умов, національних та міждержавних інституційних структур, інших умов та факторів, що діють на підприємство та впливають на різні сфери його діяльності.

Зовнішнє середовище складає сукупність активних суб'єктів господарювання, економічних, суспільних та природних умов, національних та міждержавних інституційних структур, інших умов та факторів, що діють на підприємство та впливають на різні сфери його діяльності.

Класифікація чинників довкілля внаслідок їх різноманітності досить різна й у її основу може бути покладено різні принципи. Пропонуємо наступну класифікацію прямого та непрямого впливу. Прямого впливу: характер та стан ринкових відносин; господарські чинники фірми Непрямого впливу: регулювання підприємницької діяльності; загальноекономічні; загальнополітичні.

Облік цих факторів дозволяє об'єктивно оцінити умови їхньої діяльності та визначити найбільш ефективні шляхи розвитку.

Для того щоб визначити стратегію поведінки підприємства, керівництво повинно мати поглиблене уявлення не тільки про внутрішнє його середовище, його потенціал і тенденції розвитку, а й про зовнішнє середовище, тенденції її розвитку і місце, яке займає в ньому підприємство. При цьому зовнішнє оточення вивчається стратегічним управлінням у першу чергу для того, щоб виявити ті загрози та можливості, які підприємство має враховувати при визначенні своїх цілей та їх досягненні.

Аналіз зовнішнього середовища є оцінку стану та перспектив розвитку найважливіших з погляду підприємства суб'єктів і зовнішнього середовища: галузі, ринків, постачальників і сукупності глобальних чинників середовища на що підприємство неспроможно безпосередньо впливати.

Аналіз зовнішнього середовища дозволяє підприємству своєчасно спрогнозувати появу загроз та можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка дозволить досягти поставленої мети та перетворити потенційні загрози на вигідні можливості.

При адаптації підприємства важливо правильно вибрати стратегію. Вибір стратегії адаптації підприємстві залежить від безлічі чинників і без всебічного аналізу стану підприємства та навколишнього середовища визначитися складно.

Стратегії адаптації доцільно дати таке визначення: цілісна сукупність взаємопов'язаних стратегічних рішень, що визначають пріоритетні напрямки діяльності підприємства для активного пристосування до умов змінного середовища.

Вибір того чи іншого напрямку розвитку підприємства залежить від таких факторів, як потенціал, цілі підприємства, особливості технології виробництва продукції, стан ринку та становище підприємства на ньому, стратегії конкурентів, потреби клієнтів, економічна та політична обстановка в країні та ін. При класифікації стратегій можна назвати активну (інноваційно орієнтовану), пасивну (вичікувальну) і компенсаційну стратегії.

Пасивна стратегія полягає в очікуванні підприємством змін у зовнішньому середовищі, які можуть забезпечити йому ефективне функціонування. Активна – передбачає ініціативу, пристосування до мінливих чинників зовнішнього середовища, пошук внутрішніх резервів, ефективного використання потенціалу. Характеризується створенням умов активної інноваційної політики, впровадження передових технологій з урахуванням співробітництва з галузевою наукою і зарубіжними підприємствами, використанням мотиваційного управління.

Можлива також компенсаційна стратегія, що базується на компенсації втрат від основної діяльності підприємства доходами від інших додаткових видів діяльності. Цей вид адаптації використовується підтримки стійкості підприємства у складних і непередбачуваних економічних умовах.

Для вибору стратегії адаптації підприємства необхідно провести аналіз внутрішньої системи управління, що дає можливість визначити потреби адаптації, вибрати прийнятні способи її проведення та виявити резерви.

Інструментами адаптації можуть бути: створення інформаційної системи, прогнозування можливих змін у розвитку зовнішнього середовища та здійснення стратегічного планування; злиття та поглинання підприємств, створення стратегічних альянсів, створення гнучкої організаційної структури, встановлення партнерських відносин керівництва підприємства та її персоналу.

Таким чином, для вироблення стратегії адаптації підприємства необхідно провести аналіз зовнішнього середовища – дуже важливий і складний процес, що вимагає відстеження змін у середовищі, оцінку та встановлення зв'язків між факторами, а також сильними та слабкими сторонами, можливостями та загрозами у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Арєф'єва О., Титикало В. Збалансований механізм формування стратегії машинобудівного підприємства в умовах трансформацій при просторово-процесному управлінні. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка. 2022. Вип. 13(26). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-13\(26\)-10](https://doi.org/10.33296/2707-0654-13(26)-10).

2. Ареф'єва О.В., Пілецька С.Т., Кравчук Н.М. Адаптивне управління фінансовою стійкістю підприємства при забезпеченні його економічної безпеки. Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2020. – Вип. 1(75). Ч. 1 – 170 с. – С. 80–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-1-12>.

3. Buleev I., Bryukhovetska N., Korytko T., Piletska S., Patlachuk V. Evaluation of the level of personnel adaptation to enterprises intellectualization in terms of the economy digitalization. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development eISSN 2345-0355. 2023. Vol. 45. No. 1: 94-104 DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.10>.

4. Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю., Лукаржевська – Мялик В.М. Економічний потенціал розвитку підприємства в системі управління його безпекою. Економіка та суспільство. 2022. Випуск № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-3> URL : <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1791/1726>.

Васильєва М.О.,

старший викладач кафедри економіки та менеджменту

Компанієць О.О.,

аспірант

Науковий керівник: Крутова А.С., д.е.н., професор

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»

Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Творчий потенціал підприємства вважається одним з найбільш ефективних ресурсів покращання раціональності ведення бізнесу. Він передбачає пошук креативних ідей з метою підвищення ефективності бізнес-процесів підприємства, постійну генерацію шляхів поліпшення виробничо-господарської діяльності

суб'єктів господарювання. Моделі та процеси управління творчим потенціалом співробітників сучасного підприємства відрізняються різноманітністю стратегічних цілей, наявних знань, здібностей та навичок співробітників. Основні процеси включають формування, використання, розвиток творчого потенціалу. До допоміжних процесів управління творчим потенціалом співробітників відносять ті процеси, які у тому чи іншою мірою включені у всі основні процеси, пронизують їх, забезпечують їх протікання: накопичення, поширення, захист, оцінка, контроль [4].

Процеси управління творчим потенціалом співробітників можуть бути спроектовані як окремі бізнес-процеси, а можуть бути інтегровані як частини в основні бізнес-процеси організації. Вони пов'язані зі стратегією, управлінням змінами та управлінням співробітниками як людським капіталом, який можна розвивати як з якісного боку – знання, творчі здібності, так і з кількісної сторони. Формування в суспільстві креативного класу як головної продуктивної сили суспільного виробництва визначає об'єктивну необхідність формування творчого потенціалу на сучасних підприємствах в умовах інноваційної економіки.

Потенціал творчої команди співробітників організації дозволяє отримати більші результати, ніж зусилля окремих осіб організації, виходить синергетичний ефект. Творчий потенціал команди визначається корпоративною культурою, яка сприяє нагромадженню знань, набуттю нових навичок, збагаченню досвіду та вдосконаленню професійних якостей. Використання творчого потенціалу команди вимагає об'єднання зусиль багатьох співробітників, тому в організаціях формуються новаторські групи: ділові спільноти, спільноти з інтересів, творчі групи, новаторські команди, тематичні групи, команди найкращої практики [3].

Креативний менеджмент базується на методології системно-креативного аналізу як інструменті розробки нестандартних, оригінальних і некопіруємих управлінських рішень. Саме поєднання, з одного боку, системності пізнання специфічних особливостей взаємозв'язків, взаємозалежностей і закономірностей взаємодії елементів систем креативного менеджменту, а з іншого — можливості застосування інструментів і методів, технік і технологій прийняття креативних управлінських рішень дозволяє вирішити проблему створення ефективних моделей

креативного менеджменту.

Методи креативного менеджменту це сукупність визначених прийомів і способів управлінської діяльності, спрямованих на прийняття нестандартних управлінських рішень складних проблем в умовах невизначеності, непередбачуваності, надзвичайних і кризових ситуацій [1].

Нові ідеї, технології та обладнання не допоможуть досягти успіху в бізнесі без підготовлених, грамотних та лояльних співробітників. Тільки правильний кадровий менеджмент формує середовище, в якому реалізується трудовий та творчий потенціал персоналу, що, зрештою, сприяє підвищенню ефективності діяльності компанії. Таким чином, соціальне замовлення на дослідження творчого потенціалу особистості зумовило особливу актуальність проблеми креативності. Під креативністю ми розуміємо здатність до творчості, яка передбачає відхилення від традиційних схем мислення і породження незвичайних ідей, лежать в різних областях знань, а також швидке рішення проблемних ситуацій. Система цінностей та мотивації має вирішальне значення у будь-якій компанії, але вона стає ще більш важливою в компаніях з креативними працівниками. Це допомагає формувати корпоративну культуру, сприяти інноваціям, залучати кращих фахівців, підвищувати залученість співробітників і не тільки ефективно використовувати їх творчий потенціал, а й розвивати його.

Список використаних джерел:

1. Бурачек І.В., Закапко О.І., Ярмолюк Д.І. Креативний менеджмент як основний інструмент розвитку сучасного бізнесу в Україні. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 42. С. 146–150.
2. Воронков О. О. Потенціал і розвиток підприємства : конспект лекцій для студентів заочної форми навчання Еспеціальності 051 – Економіка) / О. О. Воронков ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 133 с.
3. Кузьмін О.Є., Князь С.В., Жежуха В.И., Савіцька Н.В. Креативний потенціал підприємства як чинник формування інноваційних технологічних процесів : монографія. Львів : Видавництво ТзОВ «Тріада плюс», 2012. 464 с.

4. Савіцька Н.В. Креативний потенціал підприємства як чинник формування інноваційних технологічних процесів / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, В.Й. Жежуха, Н.В. Савіцька – Львів : Видавництво ТзОВ «Тріада плюс», 2012. – 464 с.
5. Танасюк І.М., Кіршо С.М. Формування кадрового потенціалу підприємства через розвиток креативних здібностей персоналу. Бізнес Інформ. 2021. №4. С. 310–315. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-310-315>.
6. Харцій О.М. Розвиток креативного потенціалу у майбутніх менеджерів організації. Наукові записки Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. 2006. С. 31–34.
7. Швець Г.О. Теоретичні аспекти креативного менеджменту. Менеджер. 2016. № 4. С. 54–61.

Васильєва С.Д.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ

У роботі розглядається вплив інновацій на підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку. Зазначається, що інновації є ключовим фактором успіху в умовах глобалізованої економіки. Проаналізовано різні типи інновацій та їх вплив на економічні та підприємницькі сфери, відзначаючи їхню значущість у зміні бізнес-моделей та підвищенні ефективності. Зазначено ключові аспекти взаємозв'язку між інноваціями та глобалізацією.

Сучасна глобалізована економіка вимагає від країн постійного підвищення рівня конкурентоспроможності для успішної участі у світовому співтоваристві. Одним із ключових факторів, що впливають на конкурентоспроможність, є інновації.

На жаль, українська економіка ще не використовує інновації системно для підвищення своєї конкурентоспроможності. Отже, стратегічним завданням є збільшення інноваційності для забезпечення гідного місця на міжнародних ринках поряд із світовими лідерами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій підтверджує важливість інновацій у економіці та суспільстві. Великий внесок у це дослідження зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Ф. Янсен, Е. Менсфілд, Л. Браун, І. Ф. Пригожий, Н. Л. Фролова, А. А. Дагаєв тощо. Вони підкреслюють, що інновації мають вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності, та є ключовим чинником економічного розвитку.

Комплексне дослідження сутності інновацій та їх впливу на конкурентоспроможність підприємства підтверджує важливість розрізнення між зростаючими та радикальними інноваціями. Зростаючі інновації, спрямовані на удосконалення продуктів і технологій, підтримують поступове підвищення конкурентоспроможності, тоді як радикальні інновації [1], які створюють нові технології та бізнес-концепції, можуть забезпечити тривалу конкурентну перевагу.

Вплив інновацій розглядається у трьох ключових сферах: економіці та секторах, підприємствах та їхній діяльності, а також у продуктах і процесах (табл. 1). В усіх цих сферах інновації сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності.

Таблиця 1

Сфери впливу інновацій

Види інновацій	Сфери впливу інновацій		
	Економіка та її сектори	Підприємства, бізнес діяльність	Продукти і процеси
Зростаючі	Стосунки між підприємствами (B2B). Інтеграція ланцюга поставок	Процеси удосконалення організації, (реінжиніринг, TQM)	Модифіковані процеси і продукти
Радикальні	Нові, інноваційні структури секторів і економіки	Створення нових бізнес-концепцій	Зміна конфігурації процесів. Нові продукти

Завдяки інноваціям підприємства можуть здобути стратегічні переваги, які стануть основою їхньої конкурентоспроможності. Однак, важливо зазначити, що для підтримки конкурентної переваги необхідно постійно працювати над інноваціями, оскільки конкурентність ринку постійно змінюється.

Втім, інноваційність полягає не лише у впровадженні нових технологій, але й у перетворенні організаційних підходів та соціальних норм. Це означає, що інновації можуть охоплювати всі сфери діяльності, від технічних вдосконалень до зміни корпоративної культури та взаємодії зі споживачами.

Погляд на інновації як на ключовий елемент стратегічного планування та бізнес-моделювання відображає нові реалії глобального бізнесу. Подальше розвиток підприємств та країн в цьому контексті залежить від їх здатності до постійних змін та впровадження інноваційних підходів.

Наукові дослідження, зокрема праці Я. Бжуска, вказують на ключові елементи інноваційних бізнес-моделей, які включають стратегію, відносини з клієнтами та цінності мережі. Ці елементи формують основу для розвитку інноваційної культури та досягнення конкурентоспроможності.

Важливо відзначити, що інноваційний розвиток не тільки змінює структуру бізнесу, але й має суттєвий вплив на економічні пріоритети країни. Для успішного конкурування на світових ринках необхідно не лише залучати інновації, а й активно інвестувати в розвиток високотехнологічних галузей.

Отже, інновації стають критичним фактором для економічного зростання та конкурентоспроможності. Наша країна має стратегічний імператив переходу до інноваційного розвитку як основи для забезпечення сталого економічного успіху.

Список використаних джерел

1. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С.29-35.
2. Богма О. С., Болдуєва О. В., Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки // *Вісник Запорізького національного університету*. №3 (7), 2010, С. 166-170.

Васюткіна Н.В.,
д.е.н., професор,

професор кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИЯВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ОСОБИСТІСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Підвищення економічної ролі інновацій, зміна темпів, напрямів та механізмів розвитку інноваційних процесів виступають основними факторами, які зумовлюють глобальні зрушення у структурі економіки промислово розвинених та багатьох країн, що розвиваються. Вони проявляються у збільшенні обсягів інвестицій в освіту та науку, технологічні та організаційні нововведення. В XXI столітті посилюється роль людського фактора в економічному зростанні. Відбувається процеси заміщення фізичного і природного капіталу людським капіталом. В сучасних реаліях концепція людського капіталу посідає одне з перших місць у теоріях економічного розвитку [1, с.9]. Теорії сталого розвитку та концепції національного багатства базуються на визнанні людини як основної рушійної сили суспільства.

Для підвищення ефективності діяльності, в реаліях середовища сучасних компаній, виникає необхідність інтенсифікації впровадження різних підходів, стратегій спрямованих на стимулювання особистісного потенціалу працівників. Такі заходи сприяють підвищенню продуктивності, творчості та ефективності управління людськими ресурсами підприємств.

Згідно досліджень психологів, виділяють три блоки, які входять до структури потенціалу особистості [2, с.412]: мотиваційний, стильовий, інструментальний блок. До мотиваційного відносять особистісні властивості, що визначають і спрямовують розкриття і реалізацію потенціалу особистості: інтереси; цінності; потреби; мотиви; цілі. Стильовий блок це ті властивості, що забезпечують регуляцію зусиль та поведінки в процесі розкриття і реалізації потенціалу особистості: особливості структури діяльності; вольові якості; стиль саморегуляції;

локус контролю тощо. Визначають потенційні ресурси особистості в інструментальному блоці такі особистісні властивості, як: задатки; досвід; неактуальні набуті знання, уміння, навички; знання, уміння, навички недостатнього рівня розвитку.

Потенціал особистості розглядається як динамічне інтегративне утворення, що забезпечує успішність процесів індивідуалізації, соціалізації та професіоналізації особистості [2, с.411]. Індивідуалізація реалізується як процес набуття індивідом специфічних властивостей, якостей, рис, ознак, способів прояву себе, що забезпечують реалізацію його власної індивідуальності та цілісність «Я». Соціалізація проявляється як двосторонній процес, що включає в себе, з одного боку, засвоєння індивідом соціального досвіду шляхом долучення до соціального середовища, системи соціальних зв'язків, а з іншого боку, процес активного відтворення індивідом системи соціальних зв'язків за рахунок його активної діяльності, активного включення в соціальне середовище. Під професіоналізацією розуміється не лише процес професійного становлення особистості фахівця, а набуття компетентності в будь-якому виді діяльності.

Враховуючи такі особливості особистісного потенціалу розвитку персоналу на ринку набувають все більшого впровадження нові інноваційні підходи до роботи з персоналом: персоналізація та гіперперсоналізація, гейміфікація в навчанні та розвитку, менторство та обмін знаннями, стимулювання креативності і інновацій, поділ відповідальності та автономія.

Все більше інноваційно активних компаній сьогодні зосереджуються на забезпеченні індивідуального, унікального досвіду для кожного працівника. Новим трендом в роботі з персоналом є персоналізація, гіперперсоналізація [3]. Це концепції, які фокусують свою увагу на адаптації досвіду відповідно до особистих особливостей працівника, натомість відрізняються ступенем кастомізації та рівнем інсайтів, що закладаються в основні дані. Персоналізація робить акценти на: розробці кадрових програм, політик і практик відповідно до потреб і вподобань працівника; констатацію на різності навичок, кар'єрних цілей, схильностей до роботи; забезпечення гнучкого графіка в роботі, індивідуальне оцінювання

кінцевого результату діяльності і відповідно соціального пакету. Гіперперсоналізація є вже більш просунутим рівнем, зокрема використовує алгоритми штучного інтелекту для збору та аналізу даних про співробітників, тобто сприяє забезпеченню високо індивідуалізованого і адаптивного досвіду роботи з персоналом.

Гейміфікація являє собою інтеграцію ігор або подібних до них елементів у бізнес-процеси компаній, що сприяє участі та залученості співробітників, а також створює мотивувальну та захопливу робочу атмосферу. Гейміфікація у роботі з персоналом допомагає: стимулювати співпрацю між співробітниками, спростити процес адаптації, сприяє інноваціям, підвищує продуктивність праці, ефективність програм навчання та розвитку[4].

Корпоративна навчальна платформа TalentLMS провела дослідження впливу гейміфікації в HR. Це дослідження дало кілька цікавих результатів[4]:

- Гейміфікація під час рекрутингу робить компанію привабливішим роботодавцем — думка 78% респондентів;
- на думку 88% працівників, гейміфікація позитивно впливає на їх щастя та продуктивність;
- 83% працівників, які закінчили навчання з елементами гейміфікації, відчують мотивацію порівняно з 61% працівників, які вважають навчання без гейміфікації нудним.

Одним із найбільш ефективних форматів передачі та обміну знання в сучасних компаніях є менторство. Це дієвий інструмент, який сприяє розвитку людей на основі передачі досвіду «з рук в руки; з уст в уста». Він являє собою процес синергії для двох категорій персоналу – хто має бажання розвивати себе, в своїй професії, в інших суміжних областях знань та ті хто має бажання передавати свої експертні знання, розвиватись як наставник [5].

Менторство у взаємодії «менті-ментор» дозволяє скоротити шлях у розкритті особистісного потенціалу персоналу шляхом прискорення процесів індивідуалізації та соціалізації, а саме підвищити впевненість та мотивацію до досягнення мети, урізноманітнити свою діяльність, розширити коло спілкування,

побудувати нові соціальні зв'язки та ін. Натомість компанії отримують утримання талановитих і лояльних людей, створення бази навчальних матеріалів і експертів, напрацювання професійних стандартів, підвищення кваліфікації своїх співробітників.

Стимулювання креативності та інновацій у компаніях відбувається у разі дотримання нею трьох ключових принципів: допомога персоналу досягати найкращих результатів у роботі, вдала побудова управлінського процесу на засадах лідерства, сприйняття клієнтського середовища як партнерського дозволяє генерувати створення нової продукції, удосконалювати існуючу. Реалізація цих принципів здійснюється з впровадженням наступних заходів: створення сприятливого середовища, інноваційної культури, заохочення до ризику та відкритості до невдач, заохочення інновацій знизу-вгору, використання технологій інновацій, створення інноваційних структур та програм.

Організація створює середовище, що сприяє креативності, шляхом стимулювання співпраці, відкритості до нових ідей, а також надання зручних просторів для роботи із заохоченням до експериментів. Таке середовище формує клімат, де працівники відчуються вільними випробувати нові ідеї, навіть якщо це означає прийняття ризику. При цьому важливо навчатися на помилках і використовувати їх як можливість для вдосконалення. Створення інноваційної культури дозволяє сформувати відповідну систему цінностей, етичні орієнтації і систему відповідальності, що сприяє розкриттю особистісного потенціалу персоналу. Активно заохочує співробітників пропонувати інноваційні ідеї, надаючи їм засоби для реалізації цих ідей і визнання їхнього внеску. Впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн тощо; спеціальних програм та структур, такі як конкурси ідей, лабораторії інновацій тощо, полегшує процеси розвитку та стимулювання, впровадження інновацій. Забезпечення працівників можливістю отримання нових знань і навичок у сфері креативності та інновацій синергізує їх досвід та дозволяє працівнику розкривати свій особистісний потенціал та здатності.

Таким чином, узагальнюючи вище наведені інноваційні підходи до виявлення та розвитку особистісного потенціалу персоналу слід зазначити, що прослідковується синергія між всіма наведеними методами. Так як особистісний потенціал працівника являє собою інтегральне ціле, який розвивається у збалансованому середовищі підприємства, яке зорієнтовано на створення таких ефективних інструментів та програм, що дозволяють співробітникам розкрити свої таланти та досягти максимальної продуктивності.

Список використаних джерел:

1. Пищуліна О. Розвиток людського капіталу шлях до якісних реформ. Вид-во: Заповіт, 2018. 365 с. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf
2. Міляєва В. Р. , Лебідь Н. К., Бреус Ю. В. Теоретичний аналіз поняття потенціалу особистості. Проблеми сучасної психології : збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. Вип. 15. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2013. С. 405 – 415.
3. Ждогола А. Гіперперсоналізація в HR: акцент на індивідуальності в сучасному управлінні людськими ресурсами. Медіаплатформа про роботу та життя. URL: <https://budni.robota.ua/hr/giperpersonalizatsiya-v-hr-aktsent-na-individualnosti-v-suchasnomu-upravlinni-lyudskimi-resursami>.
4. Білецька К. Гейміфікація в HR: успішні кейси для ідей. 2023. StudPoint.URL: https://stud-point.com/blog/for_hr/heymifikatsiia-v-hr-uspishni-keysy-dlia-idey-2023/
5. Кучковська П. Менторство в компаніях: як і навіщо впроваджувати. Hurma. URL: <https://hurma.work/blog/mentorstvo-v-kompaniyah-yak-i-navishho-vprovadzhuвати/>

Веселий Д.О.,
здобувач вищої освіти

Сімкова Т. О.,
*к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У нинішньому світі конкурентоспроможність є провідним поняттям, оскільки цей термін використовується для визначення категорій на різних рівнях: конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі національної економіки і навіть держави.

Підвищення якості визначає конкурентоспроможність підприємства на ринку, темпи технічного прогресу, впровадження інновацій, зростання ефективності виробництва та економію всіх видів ресурсів, що використовуються на підприємстві. І конкурентні війни ведуться, в першу чергу, в сфері якості продукції та послуг, що надаються. Проблема якості стосується абсолютно всіх товарів і послуг. Особливо гостро вона постає при переході до ринкової економіки і при роботі в умовах жорсткої конкуренції. Двоїстість конкуренції найбільш чітко відображається в одній з характеристик транспортних послуг - конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність послуги - це її здатність конкурувати на ринку з аналогічними послугами, що надаються конкуруючими учасниками ринку. У свою чергу, конкурентоспроможність транспортних послуг відображає можливості підприємства, рівень кваліфікації його працівників та організаційний рівень виробництва. Іншими словами, конкурентоспроможність транспортних послуг є проявом конкурентоспроможності транспортного підприємства. Реальний успіх підприємства визначається його перевагами над конкурентами за основними параметрами конкурентоспроможності - якістю та ціною. Підприємства намагаються дотримуватися стратегії ідеального поєднання

помірних цін і високої якості продукції. При цьому ступінь уваги, що приділяється кожному з цих параметрів, варіюється від підприємства до підприємства. Неуспішні підприємства приділяють менше уваги якості, намагаючись компенсувати це низькими цінами. Успішні підприємства, з іншого боку, не йдуть на компроміс між якістю та ціною.

Таким чином, конкурентоспроможність транспортного підприємства можна визначити як здатність надавати найкращі транспортні послуги порівняно з конкурентами, задовольняти потреби різних сегментів транспортного ринку за умови дотримання стандартів якості підприємства та галузевих стандартів.

Найбільш суттєвими характеристиками конкурентоспроможності є: відносність поняття, оцінки та вимірювання конкурентоспроможності; прив'язка оцінок конкурентоспроможності до ринку, умов і часу продажу; суспільна корисність для споживача послуги, що враховується при оцінці конкурентоспроможності, тобто представлення тільки тих властивостей послуги, які становлять суттєвий інтерес для споживача.

Конкурентоспроможність транспортних послуг характеризується: технічними (параметри придатності до експлуатації, нормативні параметри, екологічні параметри); економічними (рівень тарифу, система знижок, рентабельність); організаційними (пунктуальність надання послуги, збереження вантажу, безпека транспорту).

При оцінці конкурентоспроможності транспортних послуг можна виділити такі основні особливості оцінки: об'єктом оцінки конкурентоспроможності послуг є діяльність підприємства у невиробничій сфері; особливості оцінки послуг в основному пов'язані з оцінкою якості процесу обслуговування; замовник оцінює якість послуги за місцем її виконання і, в першу чергу, вона повинна відповідати вимогам замовника; при оцінці конкурентоспроможності послуги необхідно враховувати характеристику часу, тобто час, витрачений на виконання роботи, час обслуговування, час, витрачений на виконання замовлення тощо; при оцінці конкурентоспроможності необхідно враховувати застосування специфічних стандартів для різних видів послуг.

ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Сучасні виклики розвитку теорії та методології просторової економіки продиктовані структурними змінами в розподілі ресурсів й капіталів, розширенням інформаційно-цифровізаційних технологій, що формують віртуальні нашарування й цифрові сфери в економічних системах, появою нових технологій інтелектуалізації економічних систем, котрі дозволяють більш поглиблено аналізувати стан і зміни, а також створюють умови для капіталізації інформаційних ресурсів. В окреслених умовах потребує детальнішого дослідження інфраструктура просторового розвитку, її елементів та процесів трансформації. Це зумовлюється і структурними змінами у економічних системах мезо- та макро рівнів через формалізацію неоіндустріального типу економічних відносин, розширення інтелектуально-цифровізаційних процесів та активізацію віртуальних ринків, що в сукупності провокують перерозподіл капіталу та джерел формування доходів – зокрема, інфраструктурна сфера стає незалежною від обсягів функціонування промисловості, перетворюється на дохідофомуєчий сектор економіки. В сучасних наукових дослідженнях має місце дискусійність трактувань поняття «інфраструктура», що полягає у плюралізмі поглядів на сутність поняття, яке розглядають або як забезпечуючий простір розвитку промисловості, або як економічну систему нижчого рівня, або як ринкову формація, що виконує допоміжну роль в реалізації продукції [1-2]. Тим не менш, інфраструктурна сфера є частиною економічної системи, без якої неможливе функціонування та розвиток комплексу взаємопов'язаних галузей, що, базуючись на дослідженнях інноваційного простору розвитку національної економічної

системи, розкривають сутність просторово-промислової, просторово-інституційної, просторово-процесної та модернізаційної концепцій розвитку інфраструктурної сфери економіки [2, 3-6]. Отже, інфраструктура в дослідженнях економічного простору та модернізаційних процесах його трансформації – це матеріально-технічний й інформаційний базис функціонування всієї економічної системи, що формує додану вартість обслуговуваних галузей економіки, забезпечує надання послуг і задоволення нематеріальних потреб людини, а також створює потокові переміщення енергії, інформації, матеріальних ресурсів, що в сучасних закономірностях є доходуутворюючою функцією та об'єктом концентрації капіталу та інвестування.

У сучасних викликах зміни парадигми економічного розвитку та прискорення циклічності інноваційна активність підприємств інфраструктурної сфери визначає спрямованість та структурну перебудову економічного простору підприємства. Актуальними характеристиками модернізації підприємств інфраструктурної сфери стають гнучкість та адаптивність, динамічність та багатокмпорентність, синергізм та стохастичність. Однофункціональність та спрямованість реалізації кожного секторального виду потенціалів у одному – модернізаційному – векторі досягається через концентрацію ресурсів та можливостей на одному напрямку інноваційного розвитку. Модернізаційний потенціал у такій інтерпретації можна представити у просторовій моделі спіралеподібної модернізації підприємства (рис.1.).

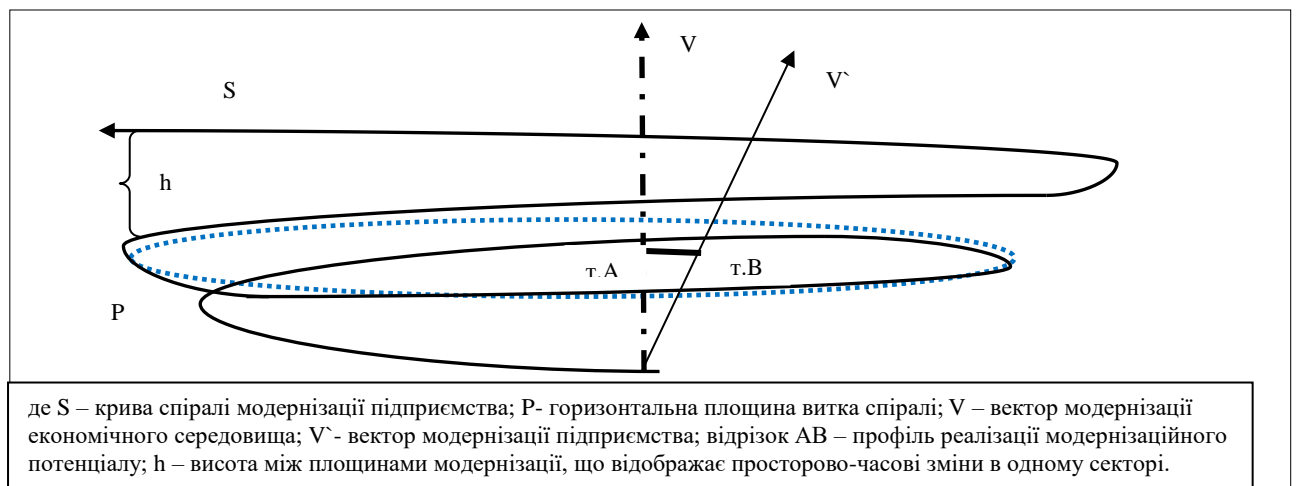


Рис.1. Спіралеподібна модель просторової модернізації підприємств
Джерело: запропоновано авторкою.

Запропонований підхід відображає секторальність площин модернізації, тривалість етапів та об'єктність впливів, а також характеризується ресурсомісткістю, пріоритетністю та результативністю. Спрямованість та кут нахилу вектору від вісі в моделі SVMM дозволяє аналізувати рівень модернізаційного потенціалу – за профілем модернізації (рис. 2).

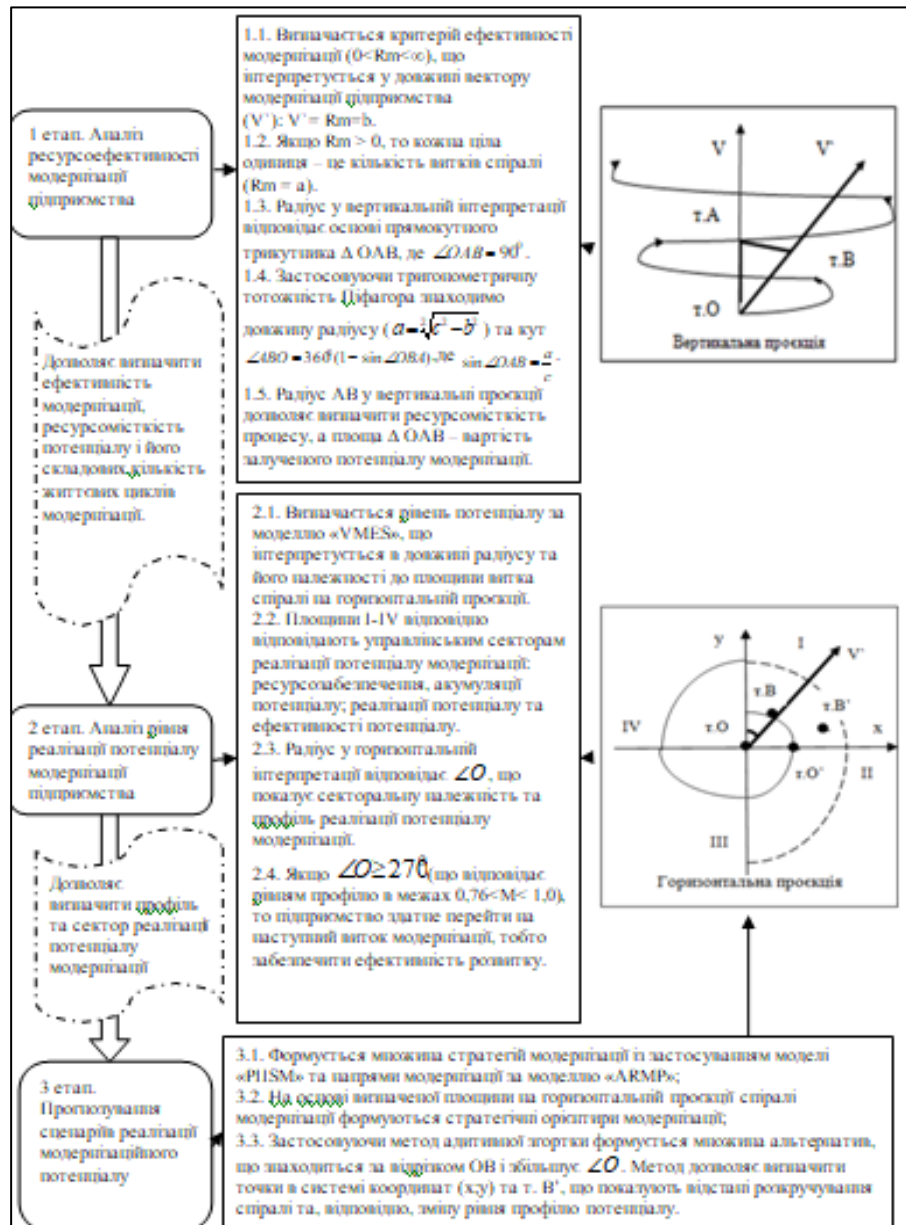


Рис.3. Адаптований економіко-математичний інструментарій просторової спіралеподібної проекції прогнозування поведінки підприємства під час управління модернізацією.

Джерело: побудовано авторкою

Запропонований економіко-математичний інструментарій просторової аналітики спрямованості модернізації дозволяє обґрунтувати векторність та програмні результати імплементації імперативів для підприємств інфраструктурної сфери.

Список використаних джерел:

1. Смерічевський, С., Райчева, Л., Михальченко, О. Проблеми і перспективи модернізації транспортного комплексу національної економіки. *Економіка та суспільство*. №38. 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-76>. (дата звернення 05.04.2024).
2. Вовк О.М. Детермінанти модернізації підприємств інфраструктурної сфери: теорія, методологія, практика. Київ : ФОП Маслаков, 2020. 480 с.
3. Ареф'єва, О., Титикало, В. Збалансований механізм формування стратегії машинобудівного підприємства в умовах трансформацій при просторово-процесному управлінні. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*, 2022, 13(26). URL: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-13\(26\)-10](https://doi.org/10.33296/2707-0654-13(26)-10). (дата звернення 05.04.2024).
4. Lundvall B-A. National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London, Printer, 1992.
5. Ясковець Ю.В. Теоретичні аспекти дослідження інфраструктури національних господарств в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Випуск 114 (Частина II), 2013 С.173-180.
6. Пепа Т., Чернюк Л. Потенціал модернізації як базис ефективного соціально-економічного розвитку країни в контурі відтворювальних процесів. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2017. Вип. 44. Ч. С. 42-49.

Вовк П.П.,
аспірант

Науковий керівник: Гречко А.В., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗОВАНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОЄКТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНЖИНІРИНГОВОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні зміни у науковій парадигмі економічного розвитку докорінно змінили погляди на роль й цінність інформації: вартість та здатність формувати капітал спровокували дослідження з позиції детермінізму цього активу у сукупності факторів суспільного виробництва, капіталізації та результативності застосування як засобу праці. Технології, що містять інформаційний вимір та вартість інтелектуальної праці, стають ресурсним активом, поряд із природними ресурсами, працею і підприємницьким хистом людини, капіталом [1, 2]. Крім того останні світові кризи прискорили процеси цифровізації, забезпечивши глобалізацію і швидкість поширення інформації, потреби у створенні інтелектуалізованих технологій обробки та систематизації інформації, її застосування при регулюванні ринкових відносин та обліково-аудиторських, логістичних й інших сферах обслуговування економічних процесів.

В цілому можна виділити такі стадії розширення сфер застосування інтелектуалізованих технологій при проєктування розвитку цифрової економіки.

1. Проникнення інтелектуалізованих технологій у виробництво.
2. Масове впровадження інтелектуалізованих технологій і стандартизація економічних процесів із застосуванням штучного інтелекту (ШІ).
3. Зростання результативності у сфері виробництва інтелектуалізованих інформаційних технологій над іншими галузями в національних економіках та на світових ринках.
4. Структурні зміни у співвідношенні дохідних галузей на домінування виробництва інформації і знань, як найбільш капіталоформуючих сфер.

В умовах глобальної цифровізації економіки інжинірингові підприємства не тільки стикаються з інтелектуально-технологічними трансформаціями структури капіталу та виробництва, котрі провокують потреби адаптації й до гнучкості, посилення спеціалізації виробництва та компетенцій персоналу, а й з викликами швидких технологічних зміни у комунікації й запитих споживачів, трансформацією інституційно-правового середовища, що в сукупності потребують застосування інноваційних підходів та технологій, швидкого формування і реалізації інтелектуального потенціалу. На думку сучасних вчених-економістів інтелектуальний потенціал у парадигмі цифрової економіки є комплексним критерієм, що визначає стратегію розвитку сучасного суспільств та соціально-економічних систем, в тому числі впливаючи на формування так званого «цифрового капіталу» [3-5].

Проектування стратегічного вектору розвитку інжинірингових підприємств в умовах цифрової економіки та із застосуванням інтелектуалізованих технологій забезпечення ефективності потребує уточнення етапів та узгодженості локальних стратегій і цілей (рис. 1).



Рис. 1. Проектування послідовності інтелектуалізації процесів розвитку інжинірингових підприємств в умовах цифровізації.

Джерело: побудовано автором.

Описане проектування послідовності інтелектуалізації процесів розвитку інжинірингових підприємств в умовах цифровізації включає комплексні проєктно-конструкторські, комунікаційні та логістичні, техніко-технологічні та виробничі, маркетингові процедури, котрі забезпечують формування відповідної інформаційної бази, аналітичного та кваліметричного інструментарію, управлінських технологій обміну та аудиту економічної інформації.

Список використаних джерел:

1. Вовк, О. М. Формування інноваційного потенціалу підприємств в умовах цифровізації регіональних економічних систем. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2023. №21(3(52)), С. 65–79. [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3\(52\).275784](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3(52).275784) (дата звернення 05.04.2024).

2. Косенко, А., Касич, А., Лега, О., Ареф'єва, О.. Вплив управлінських та вартісно-цінових детермінант інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*, 2023. № 3. С. 86–92. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.3.86>. (дата звернення 05.04.2024).

3. Peter C. Verhoefa, Thijs Broekhuizen^a, Yakov Bartb, Abhi Bhattacharyaa, John Qi Donga, Nicolai Fabiana, Michael Haenlein Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319305478?via%3Dihub> (дата звернення 05.04.2024).

4. Bughin J., Manyika J. Measuring the full impact of digital capital. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/measuring-the-full-impact-of-digital-capital#0> (дата звернення 05.04.2024).

5. Інтелектуалізація підприємств: концептуальні підходи та механізми стимулювання: монографія / Н. Ю. Брюховецька, І. П. Буляєв та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2022. 424 с.

Говсєєв Д.Д.,
аспірант

*Науковий керівник: Ареф'єва О.В., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ІННОВАЦІЙНЕ ВИПЕРЕДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Формування структури соціальної відповідальності підприємства сьогодні є важливим елементом корпоративного управління. Інноваційні впровадження у цьому контексті спрямовані на вдосконалення підприємницької діяльності, забезпечення сталого розвитку та врахування соціокультурних і екологічних аспектів. Один із важливих напрямків - це екологічна відповідальність, яка передбачає використання чистих технологій, впровадження відновлюваної енергії та зменшення впливу на довкілля. Розробка і впровадження інноваційних технологій та методів виробництва сприяють удосконаленню процесів щодо створення екологічно безпечних продуктів та послуг. Це є ще одним напрямом соціальної відповідальності функціонування підприємства, що включає в себе також розвиток соціальних програм для підтримки співробітників та покращення життєвого рівня споживачів. Інноваційні соціальні ініціативи можуть включати створення умов для розвитку робочого потенціалу, врахування інтересів різних соціальних груп та забезпечення інклюзивного робочого середовища. До того ж «стратегічноорієнтована група забезпечує дотримання стратегічних цілей та завдань із метою досягнення активного накопичення та використання інтелектуального потенціалу. До них відносяться: управління знаннями; використання цифрових технологій; упровадження інструментів інновінгу; використання методів та прийомів холістичного управління інтелектуальним потенціалом; розвиток когнітивно-орієнтованих інструментів управління» [1, с. 62].

Інноваційне випередження розвитку соціальної відповідальності підприємства обумовлює здійсненню інновацій в постачальницькому ланцюгу

через включення застосування етичних стандартів та систем моніторингу партнерських відносин, що сприяє забезпеченню відповідності високим стандартам ділової етики та соціальної відповідальності. Підтримання сталості фінансових ресурсів включає інноваційні підходи до фінансової транспарентності та інвестування у проекти, що сприяють сталому розвитку. Також, співпраця з громадськістю та взаємодія з неприбутковими організаціями можуть стати кроком до впровадження інноваційних партнерств з урахуванням основних положень соціальної відповідальності, які підтримують соціально важливі ініціативи. Основна ідея полягає в тому, що інноваційні впровадження дозволяють підприємствам створювати не лише ефективні бізнес-моделі, але й збалансовані, враховуючи інтереси співробітників, клієнтів, громад і навколишнього середовища. Це стає ключовим чинником успішної реалізації соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасного бізнес-середовища.

На нашу думку інноваційні впровадження на підприємстві є ключовим елементом стратегії розвитку соціальної відповідальності, спрямованої на покращення продуктивності та конкурентоспроможності. Цей процес передбачає впровадження нових ідей, технологій, або методів у різні сфери діяльності підприємства з метою оптимізації процесів та досягнення позитивних результатів. «Модернізація вітчизняної економіки та перехід до інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств має стратегічне завдання та не може бути вирішено без створення істинного інституту конкуренції, який стимулює ефективну економічну поведінку підприємств, з урахування змінних потреб ринку і вимагає від кожного промислового підприємства до раціонального використання потенційних ресурсів, зниження цін, зростання якості і конкурентоспроможності продукції та задоволенню потреб суспільства в цілому» [2, с. 101].

Інновації можуть охоплювати різноманітні аспекти, такі як виробничі технології, продуктові рішення, стратегії маркетингу та управління задля розвитку соціальної відповідальності підприємства при реалізації конкурентних переваг. Підприємства, які активно впроваджують інновації, здатні адаптуватися до змін в економічному середовищі, створюючи тим самим умови для стабільного та сталого

розвитку. Успішні інновації можуть призвести до поліпшення якості продукції, зниження витрат, розширення ринкової долі та залучення нових клієнтів. Крім того, інноваційний підхід може сприяти створенню унікальних конкурентних переваг, що дозволяє підприємству виходити за межі стандартних ринкових очікувань та визначати нові тренди в своїй галузі. Здійснення інноваційних впроваджень вимагає від підприємства гнучкості, відкритості до новаторських ідей, а також ефективного управління змінами. Постійний моніторинг та аналіз ринкових тенденцій дозволяють підприємству залишатися на передових позиціях у своїй галузі, забезпечуючи стійкий розвиток та уникнення застою.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О. В., Ареф'єв С. О., Зиз Д.О. Адаптивне управління капіталізацією інтелектуального потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2021. 61. С. 58-65. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/61_2021/13.pdf
2. Прохорова В.В., Проценко В.М. Імперативи сталого розвитку промислових підприємств залізничного транспорту як основа інтенсифікації управління їх економічною поведінкою в умовах неоіндустріальної модернізації. *Вісник КНУТД*. 2020. № 2 (145). С. 94-102.
3. Arefieva, O., Tytykalo, V., Kalyniuk, V., Sytnik, N., & Gnitetskyi, I. (2023). Formation of the Adaptive Management System for the Economic Security of Enterprises in the COVID-19 Context. *Journal of the University of Zulia*, 14(40), 539-554. DOI:10.46925//rdluz.40.30
4. Buleev Ivan, Bryukhovetska Natalya, Korytko Tetyana, Piletska Samira, Patlachuk Vasyl. Evaluation of the level of personnel adaptation to enterprises intellectualization in terms of the economy digitalization. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development* eISSN 2345-0355. 2023. Vol. 45. No. 1: 94-104 DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.10>
5. Lutskyi M., Arefieva O., Kovalchuk A., Tytykalo V. and Y Kopcha. Spatial management of enterprise resource supply adaptation in circular economy conditions. *IOP Publishing Earth and Environmental Science* 1150 (2023) 012011 doi:10.1088/1755-1315/1150/1/012011
6. Popelo O., Arefiev S., Rogulska O., Rudnitska K., Derevianko D. Higher education as a determinant of sustainable development. *Revista de la Universidad del Zulia*. 2022. № 38. 13. P. 734-746.

Дацюк А.О.,
здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Сафонік Н П., к.е.н., старший викладач
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У сучасних умовах економічної нестабільності рентабельність підприємства стає одним із ключових показників їхньої успішності та стійкості. Стійкі показники рентабельності відображають ефективність використання ресурсів, здатність підприємства генерувати прибуток та його конкурентоспроможність на ринку. Умови економічної нестабільності створюють складнощі та виклики для підприємств, але водночас вони виявляють потенціал для розвитку та зростання. У цьому контексті дослідження рентабельності підприємств та шляхів її підвищення стає актуальним завданням, спрямованим на розкриття факторів, які впливають на прибутковість, та розробку стратегій, які дозволять підприємствам ефективно оптимізувати свою діяльність у непередбачуваних умовах ринкової нестабільності.

Отримання прибутку є однією із основних цілей ведення будь-якого бізнесу. По-перше, якщо немає прибутку, то підприємство не може зростати. По-друге, розмір прибутку може слугувати одним із перспективних факторів в контексті залучення інвесторів чи бізнес-партнерів. По-третє, він слугує одним із інструментів самофінансування, розширеного відтворення, вирішення проблем економічного стимулювання та забезпечення умов для сталого розвитку підприємства.

Рентабельність підприємства – це ключовий показник його успішності, на який впливає широкий спектр факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх (рис. 1). Підприємство зазвичай не може впливати на зовнішні фактори, а лише пристосовуватись до них, оскільки ці умови є визначеними історично або ж встановлюються державою і ринковими умовами. Внутрішні фактори виникають у виробничому та позавиробничому середовищі, і для мінімізації їх негативного впливу керівництво повинно використовувати всі доступні інструменти [4].

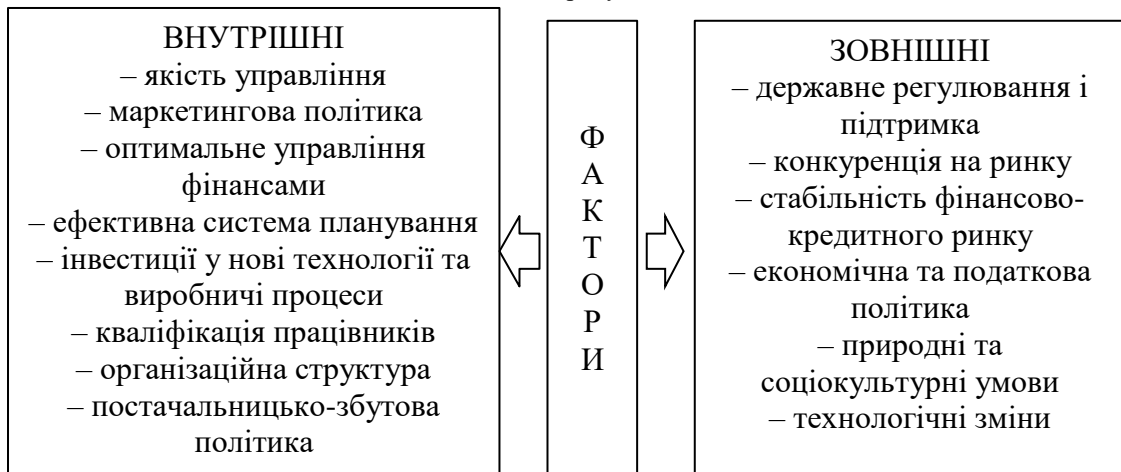


Рис. 1. Фактори впливу на рентабельність підприємств

Джерело: складено автором за даними [1, 2, 3].

Останнім часом на показники рентабельності операційної та всієї діяльності підприємств в Україні помітно вплинули COVID-19 (про що свідчить значне зниження показників у 2020 році) та повномасштабне вторгнення (про що свідчить значне погіршення показників у 2022 році) (рис. 2).



Рис. 2. Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств в Україні за 2010-2022 рр., %

Джерело: складено автором за даними [3].

Таким чином, для підвищення рентабельності підприємств в Україні, в умовах внутрішніх та зовнішніх викликів, необхідно приділити увагу кільком

ключовим напрямкам діяльності. По-перше, ефективне управління витратами та оптимізація процесів можуть допомогти знизити витрати, збільшити продуктивність та підвищити загальну ефективність виробництва. Для цього необхідно провести аналіз кожного етапу виробництва та ідентифікувати можливість оптимізації. По-друге, розробка та впровадження інноваційних технологій та методів роботи може сприяти створенню конкурентних переваг, підвищенню якості продукції чи послуг та розширенню асортименту. Інвестування в дослідження та розвиток може допомогти підприємствам адаптуватися до змінних умов ринку та вирішувати нові виклики. По-третє, активний пошук нових ринків збуту, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, може допомогти компенсувати можливі збитки внаслідок внутрішніх чи зовнішніх факторів. Диверсифікація бізнесу може знизити ризики та забезпечити стійкість підприємств у непередбачуваних умовах. Важливо також встановити ефективні системи управління ризиками, щоб забезпечити стійкість та витривалість в умовах невизначеності.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Сафонік Н.П., Дудік А.О. Стратегічний аналіз розвитку транспортних підприємств в умовах інноваційних тенденцій. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. №7. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-16>.
2. Данкевич А. Є., Міліневська В. Д. Фактори та резерви підвищення рівня рентабельності на підприємстві. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2020. №18. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2020-18>.
3. Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств за видами економічної діяльності / Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Степаненко О. І., Павловська Х.Ю. Аналіз рентабельності підприємства та шляхи її підвищення в умовах економічної нестабільності. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 75. С. 93–101. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.75-15>.

Дацюк Є.О.,

здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: Васюткіна Н.В., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТІЙНИХ КАТЕГОРІЙ В ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Підприємницька діяльність будь-якого підприємства забезпечує задоволення основної його мети це одержання прибутку. Однією з ключових функцій підприємства у цьому аспекті є здійснення збутової діяльності, яка є завершальним етапом у всьому процесі від створення та виробництва до поставки кінцевої продукції споживачам. Щоб визначити сутність ефективності збутової діяльності як соціально-економічної проблеми необхідно, по-перше, усвідомити загальноекономічну сутність понять „збут”, „збутова діяльність”, по-друге, визначити якісну специфіку збуту як об’єкта управління та на базі цього знайти основні протиріччя процесу управління збутом і шляхи їх розв’язання.

Балабанова Л. В. у своїх працях зазначає, що збутова діяльності у повному її розумінні - «низка процесів, щодо організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових та роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування та реалізації товарів», їх метою являється задоволення потреб цільової аудиторії та завдяки яким підприємство отримує прибуток [1]. Окрім цього визначення, дослідниця наводить ще й інше твердження: «Збут у вузькому розумінні (продаж, реалізація) - це процес безпосередньої комунікації продавця і покупця, спрямований на отримання прибутку, і такий, що вимагає знань, навичок і певного рівня торговельної компетенції» [2].

У своїй роботі «Основи маркетингу» Котлер Ф. наводить вираз провідного теоретика з питань управління Друкера П.: «Мета маркетингу - зробити зусилля зі збуту непотрібними. Його мета - так добре пізнати і зрозуміти клієнта, що товар або послуга будуть підходити останньому і продаватимуть самі себе» [3].

Зміст збутової діяльності підприємства визначається його концептуальною орієнтацією. Продажі становлять лише один аспект загальної ринкової стратегії підприємства, і вся діяльність повинна бути зорієнтована на концепцію маркетингу. Продаж продукції та управління збутом нерозривно пов'язані з аналізом потреб та побажань потенційних клієнтів. Отже, збут товарів розглядається в ширшому контексті, ніж просто їх продаж, оскільки останній є лише одним з елементів та результатом цього процесу. Отже, можна сказати, що усі вищезазначені автори єдині в тому, що називають збут важливою складовою процесу розширеного відтворення, і, що без налагодження ефективно функціонуючої системи збуту товарів не можуть успішно розвиватись сфера виробництва й економіка в цілому [4, с. 133].

Ямкова О.М. в своїй праці [5 с. 54] зазначає, що дослідники чітко не розділяють процесів, пов'язаних із фізичним доведенням продукції по каналах товароруху, комунікаційних процесів на етапі «розподіл -обмін-споживання» та кінцевого задоволення попиту.

Дослідження наукових підходів до визначення сутності економічної категорії «збут» надало можливість виокремити наступний ключовий зміст [2; 4; 5; 6]: це певний комплекс заходів з реалізації продукції підприємства (товарів, робіт чи послуг); це певний процес переміщення продукції підприємства; це відповідний процес налагодження взаємодії між покупцем та продавцем; це відповідні інструменти маркетингової діяльності підприємства.

Поняття „збут”, на нашу думку, можна розглядати в широкому і вузькому розумінні. В широкому розумінні, це поняття означає процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника і закінчуючи переданням товару покупцеві. Звужений підхід до розуміння процесу збуту обмежується лише безпосереднім взаємодією між продавцем та покупцем, тоді як всі інші аспекти, що охоплюють ширший спектр дій, відносяться до сфери "розподілу". Отже, збут у широкому розумінні включає в себе організацію транспортування, складського господарства, управління запасами, обробки, маркетингу для оптових і роздрібних торговельних мереж, підготовки до продажу,

упаковки та реалізації товарів з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку на цій основі.

Аналізуючи понятійний апарат збутової діяльності, а саме “рух товарів”, “збут”, “збутова діяльність”, “продаж”, “розподіл”, “логістика”, слід зазначити, що вони можуть розглядатися відособлено, тому що мають різний операційний зміст. При цьому слід відмітити, що всі ці поняття логічно взаємозалежні та однаково впливають одне на одне, що дозволяє розглядати збут на основі комбінації двох підходів - логістичного і маркетингу взаємовідносин.

За своєю сутністю “збут” ґрунтується виходячи з формування системи взаємовідносин і удосконалення управління потоками товарів, послуг та інформації. На основі цього, стратегія збуту являє собою комплекс заходів, що створюються для формування каналів збуту та забезпечують досягнення поставлених цілей за допомогою системи взаємовідносин між збутовими каналами. Якщо спробувати узагальнити різноманітні завдання, які вона охоплює, збутова діяльність може бути визначена як процес, що спрямований на досягнення максимальної вигоди для кожного з учасників у торговій операції, з основним урахуванням інтересів та потреб проміжного або кінцевого споживача. Ця діяльність потребує всебічного знання не лише питань організації виробництва, постачань, фінансових операцій, правових норм, рекламної діяльності, але й блискавичної адекватної реакції на поточні зміни на ринку, невпинного пошуку все нових і нових ринків збуту, постійного вдосконалювання роботи збутового персоналу.

Отже, можна зробити висновок, що збутова діяльність являє собою цілісний процес, що охоплює планування об’ємів реалізації товарів з урахуванням прогнозованого рівня прибутку; пошук і вибір найкращого партнера – постачальника або покупця; проведення торгів, враховуючи встановлення ціни, відповідної якості товару та інтенсивності попиту; виявлення та активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В., Балабаниць А. В. Маркетинговий аудит системи збуту: монографія. Донецьк : ДонГУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2003. 189 с.
2. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л., Павленко А.Ф. Маркетинговий менеджмент. Київ : Хімджест, 2010. 720 с.
4. Сеншин О.С. Харковець Ю.П. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність». Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. 2011. С. 132-134.
5. Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. Економіка і управління. 2012. № 2. С. 52-59
6. Васюткіна Н.В. Марченко С.В. Оцінювання ефективності маркетингу в збутовій діяльності підприємств. Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки», № 2(103). 2021, С. 111-120.

Долженко Д.Ю.,

аспірант

*Науковий керівник: Арєф'єва О.В., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ЗАХОДИ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНОЇ ІННОВАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІДТВОРЮВАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Формування структурної адаптації підприємства в умовах відтворювальної економіки є важливим завданням, оскільки відтворювальна економіка передбачає стійке використання ресурсів і збереження природних джерел. Це вимагає від підприємства прийняття таких функціональних стратегій, як екологічна орієнтованість, соціальна відповідальність, економічна ефективність, інновації та

гнучкість. Ці принципи взаємодоповнюються змістовною скерованістю, сприяючи створенню стійкої та конкурентоспроможної моделі бізнесу в умовах відтворювальної економіки.

Підтримка та заохочення підприємств стати основними стимуляторами технологічних інновацій, що обумовлює відповідні ключові завдання за рівнями економіки. Ринкова конкуренція виступає важливим стимулом для технологічних інновацій, а самі інновації стають фундаментальним підґрунтям та способом підвищення конкурентоспроможності підприємств. Заходи з глибокої реформи інституційного забезпечення та економічних процесів на підставі їхньої відкритості допомагають підприємствам займати все більш важливу роль у реалізації переваг при впровадженні технологічних інновацій. Важливо створювати такі умови, щоб оптимізувати також оточуюче середовище та ефективно підвищувати потужність та життєздатність технологічних інновацій підприємств. Також «інвестиційна діяльність завжди здійснюється в умовах невизначеності, ступінь якої може суттєво відрізнятись. Так, на момент придбання нових основних засобів ніколи не можна точно визначити економічний ефект від цієї операції. Тому рішення часто приймаються на інтуїтивному рівні» [1, с. 149]. Це включає реалізацію направляючої ролі економічної та науково-технічної політики, створення механізмів для збільшення інвестицій в дослідження та розробки, реформування методів підтримки науково-технічних планів, підтримку передачі технологій, створення сприятливого інноваційного середовища та підтримку діяльності малих та середніх підприємств у галузі технологій.

Нарощування потужностей підприємств у сфері технологічних інновацій передбачає ряд його стратегічних дій. По-перше, необхідно забезпечити інтенсивний розвиток інвестицій в наукові та технічні дослідження. Це може бути здійснено шляхом оптимізації податкової, фінансової та іншої політики для підтримки підприємств, що здійснюють дослідження та розробки. Крім того, важливо активізувати роботу у напрямку створення спільних інноваційних проєктів між університетами, науково-дослідними інститутами та підприємствами для сприяння технологічним інноваціям.

По-друге, реформування методів підтримки науково-технічних планів та підтримка підприємств у виконанні національних завдань у галузі досліджень та розробок визначаються як важливі кроки. Це передбачає створення ефективних механізмів управління, які б допомагали залучати більше підприємств до виконання наукових і технічних завдань, спрямованих на задоволення потреб галузі та розвиток нових продуктів та технологій.

По-третє, для підвищення рівня технологічних інновацій необхідно поліпшити механізми передачі технологій та сприяти їх інтеграції та застосуванню на підприємствах. Це може бути здійснено через створення та вдосконалення механізмів стимулювання інтелектуальної власності, сприяння розвитку посередницьких послуг у сфері науки та техніки, а також широкого відкриття національних ключових лабораторій та центрів інженерних досліджень для підприємств. Це сприятиме також «організації ефективної господарської діяльності та оптимальне управління нею є найсуттєвішими факторами пришвидшення інноваційного розвитку та технологічного вдосконалення, оскільки саме вони визначають повне й ефективне використання ресурсів транспортного підприємства (трудових, матеріальних та фінансових), зниження собівартості та підвищення якості продукції, що збільшує продуктивність праці та ефективність діяльності підприємства» [2, с. 88].

По-четверте, для створення сприятливого інноваційного середовища та підтримки технологічних інновацій у малих та середніх підприємствах необхідно розробити відповідну політику та механізми фінансування та підтримки.

По-п'яте, створення ефективних механізмів фінансування, які підтримуватимуть малі та середні підприємства в сфері технологічних інновацій, є важливим аспектом. Це може включати розвиток систем венчурного інвестування та інших фінансових інструментів, спрямованих на підтримку інноваційних ініціатив в цих секторах.

Технологічні інновації на підприємствах стимулюються та підтримуються з метою збільшення інвестицій у дослідження та розробки, а також розширення можливостей технологічних інновацій. «Саме просторовий підхід до управління

економічним потенціалом виробничого підприємства в умовах неотехнологічного оновлення дає можливість активізувати можливості економічного зростання по відношенню до досягнення поставлених цілей виробничого підприємства із урахуванням сучасних тенденцій постіндустріального розвитку» [3, с. 79]. В данному контексті доцільно зменшувати інтенсивність стимулюючої політики, такої як відрахування, і реалізувати привілейну податкову політику для сприяння розвитку високотехнологічних підприємств. У поєднанні з реформою корпоративного податку на прибуток та корпоративних фінансових систем рекомендується підприємствам створити спеціальну систему фондів для наукових досліджень та розробок. Дозволити підприємствам прискорити амортизацію науково-дослідницького обладнання. Забезпечити необхідну податкову підтримку для придбання передових наукових приладів та обладнання. Збільшити валютну та фінансову підтримку компаній для створення закордонних науково-дослідницьких інститутів, а також надання зручних та високоякісних послуг для іноземних інвестицій.

Крім того, створення сприятливого правового середовища для малого та середнього бізнесу, яке б заохочувало інновації, та розробка програм технологічного навчання та підтримки також можуть значно сприяти розвитку технологічних інновацій у цих секторах.

Загалом, формування структурної адаптації підприємств в умовах відтворювальної економіки передбачає комплексний підхід до реформування політики, створення сприятливих умов для розвитку технологічних інновацій, підвищення фінансової підтримки та сприяння розвитку малого та середнього бізнесу в цьому напрямку. Це допоможе підприємствам адаптуватися до нових умов та забезпечити стаке зростання та конкурентоспроможність у відтворювальній економіці.

Список використаних джерел:

1. Арєф'єва О.В. Інноваційні імперативи формування економічної безпеки машинобудівних підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2014. № 50. С. 132-142.

2. Ареф'єва О.В., Вовк О.М., Соборайчук Т.Ю. Управління ефективністю використання виробничого потенціалу транспортного підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. №24. – [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/24-2018>.

3. Тульчинська С.О. Просторовий підхід до управління економічним потенціалом підприємства в умовах неотехнологічного оновлення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 2. Том 2. С. 77-79.

4. Arefieva O. V., Miagkyh I. M., Solovei N. V. The impact of investment climate and financial analysis implications in making investment decisions. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Серія Економічні науки. 2018. № 6 (129). С. 143-152.

5. Korytko T., Piletska S. Model of the Adaptive Management System of an Industrial Enterprise in the Conditions of Industry 4.0. *Economic Herald of the Donbas. Quarterly scientific journal*. Kyiv – Poltava. № 4 (70). 2022. С. 76-80. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-4\(70\)-76-80](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-4(70)-76-80)

6. Kuzior, A.; Arefiev, S., Poberezhna, Z. (2023). Informatization of innovative technologies for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular economy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9 (1), 10-20.

Єременко К.Ю.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

НЕДЕРЖАВНЕ ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасному світі успішна державна діяльність у напрямі соціального захисту населення неможлива без ефективної пенсійної системи. Тому актуальним є залучення до підтримки осіб пенсійного віку як через традиційний державний Пенсійний фонд, так і через приватні пенсійні формування.

Україна, обираючи європейський шлях, потребує зміцнення ринкових відносин у сфері страхового захисту. Однак, розвиток вітчизняного страхового ринку гальмується через застаріле законодавство, економічну нестабільність та війну, а також недостатнє врахування позитивного зарубіжного досвіду у сфері страхування життя [1, С. 171].

Національна модель пенсійного забезпечення нашої держави зараз базується на засадах колективної відповідальності та індивідуальному ризику. Система пенсійного забезпечення в Україні є трирівневою. Консолідована дія усіх трьох рівнів пенсійного забезпечення спрямована на гарантування права на соціальний захист і на гідний рівень фінансування життєвих потреб [2, С. 45].

Недержавні пенсійні фонди у світі поділяються автономні й неавтономні; страхові й нестрахові; договірні й інституційні; індивідуальні й колективні; корпоративні, засновницькі й трастові; із внутрішнім, зовнішнім та змішаним управлінням; відкриті, закриті й змішані.

Переваги недержавних пенсійних фондів полягають у їхній надійності та захищеності від банкрутства, яку забезпечує чинне законодавство. Крім того, контрактні зобов'язання допомагають зберегти пенсійні накопичення від витрат на поточні потреби, забезпечуючи можливість зняти кошти у випадку критичних обставин, таких як лікування або інвалідність. Система управління та контролю фонду забезпечує захист накопичень, а регулярні аудиторські перевірки діяльності НПФ сприяють підвищенню довіри до їхньої роботи.

Недержавні пенсійні фонди є неприбутковими організаціями, тому доходи від інвестицій не оподатковуються, що сприяє максимальному розподілу прибутку серед учасників фонду. Учасники фонду також можуть скористатися податковими знижками під час накопичення пенсій та отримати пільгове оподаткування пенсійних виплат, що є додатковим стимулом для їхнього участі.

Розвиток недержавних пенсійних фондів (НПФ) в Україні ускладнений рядом проблем, таких як нестабільна політична та економічна ситуація, низький рівень довіри громадян, обмежений вибір об'єктів для інвестування, недосконале законодавство з розподілу пенсій, а також проблеми у менеджменті та кадровому забезпеченні.

У зв'язку з військовим конфліктом з росією, що триває більше двох років, соціальні виплати та пенсії продовжуються, але за рахунок міжнародних дотацій, що призводить до зростання дефіциту Пенсійного Фонду. Після завершення війни передбачається значний спад економіки, що може погіршити ситуацію з пенсійною

системою, особливо з урахуванням демографічної ситуації та еміграції молодих працездатних громадян [3, С. 17].

Не всі пенсійні реформи вчасно реалізовані, що ускладнює швидку їх впровадження. Можливі два сценарії: активна підтримка з боку міжнародних партнерів та відновлення економіки, або загострення економічної кризи зі зменшенням інвестицій, що може вплинути на пенсійну систему.

У таких умовах роль недержавних пенсійних фондів стає надзвичайно важливою, оскільки вони можуть забезпечити додаткові джерела доходу для працівників у подальших роках життя через індивідуальні пенсійні рахунки. Крім того, ці фонди можуть збільшити внутрішні інвестиції та сприяти довгостроковому економічному відновленню.

Уряд має прийняти стратегічні заходи для поліпшення роботи НПФ, зокрема, розробити вимоги до інвестиційних інструментів, які гарантують повернення пенсійних коштів та індексацію доходів. Для цього потрібно вдосконалити законодавство, підтримувати прозорість та ефективність в роботі НПФ, організувати освітні програми для підвищення усвідомленості громадян про недержавне пенсійне забезпечення та забезпечити захист інтересів вкладників.

Список використаних джерел:

1. Виговська В. Сучасні проблеми розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні / *Проблеми і перспективи економіки та управління* / 2020. №4 (24). С.170-178.

2. Коваленко Ю. М., Коваленко І. І. Еволюційні тренди в системі інвестиційних і пенсійних фондів в Україні / *Економічний вісник* / 2020. № 4. С. 43-52. URL: <https://doi.org/10.33244/2617-5932.4.2020.43-52> (дата звернення 05.04.2024)

3. Олешко А. А., Будякова О. Ю., Квас В. О. Регулююча роль держави у відновленні національної економіки / *Економіка та держава* / 2022. № 8 С. 15-18.

4. Васюткіна, Н. В., Андрієнко, М. М., Самітов, Р. О. Стратегічне управління людськими ресурсами підприємства на основі інноваційно-креативних компетенцій / *Сталий розвиток економіки* / 2024. № 2(49), С. 15-22. URL:

<https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/929>

5. Kostyunik, O., Andriienko, M., Voinalovych, I., Bosa, I. and Bilychenko, M. (2023) «ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR THE FORMATION OF THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INTELLECTUAL AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SOCIETY», *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 45(4), pp. 399–405. doi: 10.15544/mts.2023.39. <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/5111>

Зуєв В.В.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Маслак О.І., д.е.н., професор

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,

м. Кременчук, Україна

МЕРЕЖЕВІ РИНКИ ТА РЕВОЛЮЦІЯ ПЛАТФОРМ У КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ: РОЗВИТОК ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

В умовах нової діджитал-економіки на основі цифрових технологій, що використовує онлайн-фреймворки, для її позначення та відокремлення від традиційної економіки, дослідниками було запропоновано широкий спектр дефініцій, які часто стають взаємозамінними (так з'явилися терміни «creative economy» або креативна економіка, «sharing economy» та «peer economy» для позначення економіки спільного використання тощо), однак ми зупинимося на загальновживаному терміні «економіка платформ» для креативних індустрій.

Креативна економіка охоплює види діяльності, що базуються на знаннях, творчості, інтелекті, технологіях та інноваціях, які мають високий потенціал прибутковості та створення робочих місць.

Економіка платформ – це багатогранне явище, коли задіяним може бути будь-який тип цифрової платформи, яка використовує Інтернет для з'єднання розрізнених груп зацікавлених сторін для полегшення цифрової взаємодії між ними.

Під поняттям «платформа» мається на увазі така бізнес-модель, за рахунок якої можливо об'єднати дві і більше взаємозалежні групи продуктів задля збільшення прибутку усіх груп стейкхолдерів [1].

Можна виокремити декілька ключових теорій, які слугують поясненням впливу мережевих ринків та платформ на креативну економіку. Перша з них, теорія двосторонніх ринків, описує платформи як посередників, які з'єднують дві групи учасників (наприклад, творців контенту та споживачів) та створюють цінність для обох сторін.

Друга теорія (теорія екосистем) розглядає креативну економіку як складну систему, де різні учасники (творці контенту, платформи, інвестори) взаємодіють один з одним.

Ще одна теорія, що акцентує увагу на трансформації традиційних галузей (теорія платформної революції), пояснює успіх платформ за рахунок надавання нових способів створення, розповсюдження та монетизації контенту.

Якщо поглянути ретроспективно, то за поглиблення суспільного поділу праці та розвитку спеціалізованого виробництва кожен виготовлений продукт набуває специфічної суспільної форми, відомої як товар. З розширенням товарного господарства розширюються його сфери впливу, і головними суб'єктами товарних відносин стають виробники товарів. У цьому контексті мережеві ринки виступають як нова основа для формування бізнес-цінності. [2].

У випадку застосування лінійних бізнес-моделей активності розширювалися шляхом інвестування та використання централізовано накопичених внутрішніх ресурсів. У контексті платформеного бізнесу масштабованість обумовлюється створенням екзогенної мережі функціонування підприємства. Це відбувається через те, що платформи не володіють засобами виробництва; вони формують засоби взаємодії між користувачами. Іншими словами, традиційні лінійні бізнес-

моделі створюють цінність шляхом створення продуктів і послуг, які споживач може придбати.

Стратегія підприємства в сучасних умовах відіграє роль не лише засобу отримання конкурентних переваг, завоювання нових ринків та збільшення прибутковості. При цьому невірно визначати стратегію як бачення компанією своєї місії, оскільки прагнення виступають лише мотивом.

Приступаючи до формування каскаду стратегічних рішень, найпростіше розпочинати з верхнього рівня. Отже, починати побудову стратегії слід з визначення мети компанії: а то й зрозуміти від початку те, чого прагнеш, важко оцінити значення стратегічних рішень на наступних етапах вибору [3].

Однак не слід забувати, що створення стратегії – ітеративний процес і що необхідно буде повертатися назад і уточнювати своє прагнення перемоги з урахуванням варіантів, вибраних на пізніших етапах.

На противагу такому підходу, бізнес-моделі, засновані на засадах платформенної економіки, створюють власну цінність, з'єднуючи користувачів (і споживачів, і виробників) в онлайн-форматі [4].

Головною метою управління в умовах економіки платформ має стати заохочення інновацій та розвитку, а його регулювання має бути достатньо інклюзивним та виваженим, оскільки платформенна економіка (у т.ч. в Україні) усе ще знаходиться на ранній стадії розвитку.

Невпинна світова цифровізація зростає день за днем, а по мірі розвитку цифрових технологій відбулися чотири серйозні зміни, які і вплинули на цифрові бізнес-стратегії. Маються на увазі такі фактори змін: демократизація ІТ-сектору, зниження вартості комунікації, розвиток сенсорів та широкого доступу до мережі, а також зростання прибутку за рахунок ефекту масштабу у сфері аналізу даних.

Водночас ці зміни зумовили виникнення так званої мережевої революції – економічної та соціальної трансформації, під час якої стрімко застаріли механізми, що визначали розвиток організацій XX століття.

Список використаних джерел:

1. Хігні Дж., Філдінг Пол Дж. Основи управління проектами. Вид-во. «Фабула». 2020. 512 с.
2. Маслак О.І., Коломицева О.В., Гришко Н.Є., Яковенко Я.Ю. Конкурентоспроможність бізнес-моделей авіаційних підприємств: інноваційний аспект. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 62. С. 45–52.
3. Shalmo D., Christopher A. W., Boardman L. Digital transformation of bussines models – best practice, enablers and roadmap. International Journal of Innovation Management. 2017. Vol. 21 (08). P. 1–17. doi: <http://dx.doi.org/10.1142/S136391961740014X>.
4. Отенко І.П., Чепелюк М.І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 256 с.

Іванець Д.В.,
аспірант

*Науковий керівник: Вовк О.М., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

**АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВІАЦІЙНИХ
ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ**

Збереження конкурентоспроможності українських авіапідприємства, інтеграція в світові авіаційні ринки є однією із стратегічних задач розвитку національної державної політики в сфера авіаційного транспорту. Аналіз динаміки українського ринку авіаційних перевезень свідчить про динамічний розвиток за умов економічного зростання національної економіки. Так, посткризовий період після 2008 року відображає зростання, що надалі змінилось зниженням темпів внаслідок війни рф про України[1]. Проте з 2016 року український ринок пасажирських авіаперевезень починає знову зростати попри військові загрози, що

було зумовлено відкриттям кордонів з ЄС та лібералізаційною політикою уряду в авіаційній сфері (до 25 % зростання щорічно), також можемо констатувати залежність від зростання доходів населення та розвитку міжнародних туристичних перевезень (рис. 1) [2-4].

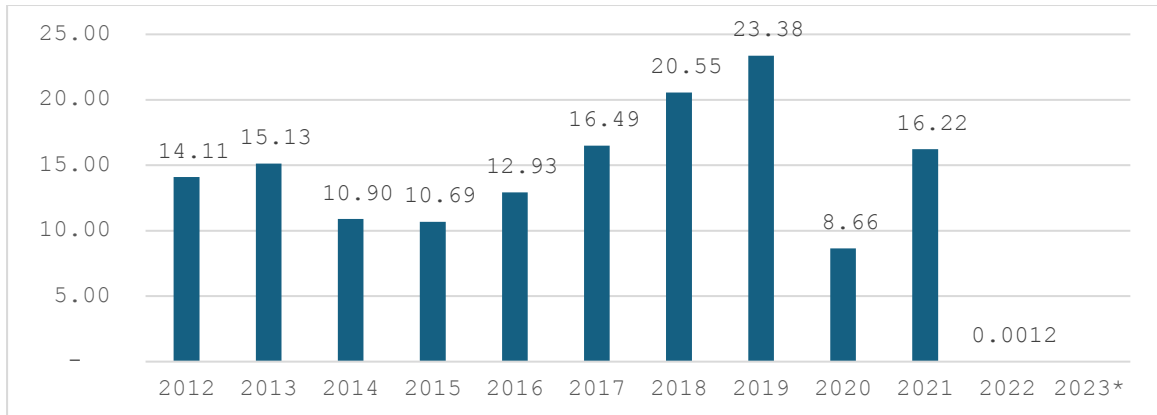


Рис. 2. Динаміка пасажиропотоків в українських аеропортах, млн. пас.

**в 2023 році офіційні дані відсутні, побудовано за даними [2-4]*

Швидкозростаючий український ринок став привабливий для міжнародних авіакомпаній, що було зумовлено підписанням ряду міжнародних угод в сфері гарантування авіаційної безпеки та лібералізації ринку, відкритістю для міжнародних авіакомпаній. Так, в 2019 році 38 іноземних авіакомпаній працювали на вітчизняному ринку, що за обсягами перевезень на міжнародних рейсах склало 56,5 % [3]. При цьому кризові роки, зумовлені світовою пандемією показували також відновлення обсягів авіаперевезень (наприклад, за січень 2022 р. зростання відбулось загалом на 51,6 % в порівнянні із січень 2021 р) [2]. Такі тенденції дозволили українським авіапідприємствам сформувати конкурентні переваги і освоїти європейський, азіатський та африканський ринки авіаційних послуг[5]. Після повномасштабного вторгнення й відсутності ресурсів для постковідного відновлення операційної діяльності стійкість українських авіакомпаній зазнала критичних змін: найбільша і найстаріша авіакомпанія МАУ проходить процедуру банкрутства, більшість, за відсутності польотів, зберігають платоспроможність завдяки державній та міжнародній фінансовій підтримці [4]. Проте креативна, інноваційна конкурентна політика таких українських авіакомпаній як «SkyUp», «Beez Airline» дозволила освоїти нові маршрути на північноамериканських ринках.

Список використаних джерел:

1. Смерічевський, С., Райчева, Л., Михальченко, О. Проблеми і перспективи модернізації транспортного комплексу національної економіки. *Економіка та суспільство*. №38. 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-76>. (дата звернення 05.04.2024).
2. Офіційний сайт ДП «Украерорух». URL: (дата звернення: 9.04.2024).
3. Офіційний сайт Державної авіаційної служби України. URL: <http://www.avia.gov.ua>. (дата звернення: 10.04.2024).
4. Офіційний сайт Центру транспортних стратегій. Аналітика. URL: https://cfts.org.ua/infographics/passazhiropotok_aeroportov_ukrainy_2021(дата звернення: 10.04.2024).
5. Вовк О.М. Детермінанти модернізації підприємств інфраструктурної сфери: теорія, методологія, практика. Київ : ФОП Маслаков, 2020. 480 с.

Іллєв Д.О.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

**ЗНАЧЕННЯ ВЛАСНОГО АВІАПЕРЕВІЗНИКА ДЛЯ ЕКОНОМІКИ
КРАЇНИ: ТЕОРІЯ ТА ПРИКЛАДИ**

Багато авіакомпаній надають послуги по авіаперевезенню. Найвідоміші з них Singapore Airlines (національна авіакомпанія Сінгапуру), Qatar Airways (національна авіакомпанія Катару), ANA All Nippon Airways (авіакомпанія Японії), Emirates (авіакомпанія, що базується в Дубаї), Japan Airlines (національна авіакомпанія Японії), Turkish Airlines (авіаперевізнак Туреччини).[1] Ці та інші авіаперевізнаки відіграють ключову роль у економічному розвитку країни.

Значення підтримки туризму: власний авіаперевізнак сприяє розвитку туризму, що позитивно позначається на економіці. Забезпечення доступних авіарейсів до країни збільшує туристичний потік, що приносить значні доходи. Гарний приклад – це авіаперевізнак Emirates та країна, яку він представляє: ОАЕ.

Чимало людей схилиються до думки, що основним джерелом доходу ОАЕ є видобування та продаж нафти. Проте це насправді це не зовсім так, оскільки туризм приносить економіці Дубаю в 4 рази більше доходів.[4]

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків та міжнародної торгівлі мають велике значення для економіки країни. Авіаперевізники полегшують переміщення товарів та осіб[5]. Забезпечення ефективних і швидких транспортних зв'язків збільшує обсяг міжнародної торгівлі, що сприяє її економічному зростанню. Яскравим прикладом є компанія FedEx Express, яка є провідною на ринку авіаперевезень вантажів та використовує різні типи літаків для перевезення вантажів. До їх флоту входять такі літаки, як Boeing 777F, Boeing 767F, Boeing 757F, Airbus A300F, і McDonnell Douglas MD-11F.[3] Ця авіакомпанія сприяє налагодженню та покращенню зовнішньоекономічних зв'язків та міжнародної торгівлі, що в свою чергу позитивно сприяє економіці США.

Зупинимось на значення регіонального розвитку для економіки країни. Регіональний розвиток може забезпечувати повітряне сполучення з менш розвиненими регіонами країни, що сприяє соціальному та економічному зростанню та допомагає зменшити рівень відсталості і, як наслідок, покращити рівень розвитку мало розвинених регіонів. Вдалими прикладами авіакомпаній, що вплинули на регіональний розвиток є багато китайських компаній: China Eastern Airlines, China Express Airlines, China Norwest Airlines, China United Airlines.[2] Всі ці авіакомпанії були засновані доволі недавно (80-ті, 90-ті роки XX століття) і перші 20 років займалися лише внутрішніми перевезеннями. За рахунок цього країна дуже розвинулась всередині і в результаті на сьогоднішній день більшість китайських міст є мегаполісами, що свою чергу дуже позитивно впливає на економіку країни.

Таким чином, власний авіаперевізник має велике значення для економіки держави, оскільки він сприяє економічному зростанню, розвитку туризму, зовнішній торгівлі та зміцненню міжнародних зв'язків. Інвестування в цю індустрію та розвиток її державою матиме значний позитивний вплив на економіку та соціальний прогрес країни.

Список використаних джерел:

1. Названо найкращі авіакомпанії світу в 2023 році. Уніан, Назва з екрану.
URL: <http://surl.li/spxmq>
2. Авіакомпанії Китаю. Вікіпедія: Назва з екрану. <http://surl.li/spxmj>
3. Літаки, що перевозять вантажі. DSL. Назва з екрану. URL:
<http://surl.li/spxmz>
4. Не Париж: розкішний мегаполіс став новим найбільш відвідуваним містом світу. УНІАН. Назва з екрану. URL: <http://surl.li/spxmw>
5. Авіаперевезення, міжнародні перевезення. Good Logistics. Назва з екрану.
URL: <https://goodlogistics.com.ua/uk/aviaperevozki/>

Ісаншина Г.Ю.,

*старший викладач кафедри обліку, оподаткування та економічної безпеки
Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна*

**ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасний світ потребує все більше різноманітної звітної інформації, тому наряду з фінансовою звітністю слід приділяти увагу і нефінансовим показникам діяльності суб'єкта господарювання. Тобто грошовий вимірник поступово втрачає статус єдиного вимірника звітної інформації.

Користувачами звітної інформації є широке коло зацікавлених осіб, так звані стейкхолдери (англ. *stakeholder*), вони не обмежуються лише інвесторами, аудиторами та керівництвом.

Якщо в Україні Звіт керівництва було включено до нормативних вимог з 2018 року, а Звіт про управління – з 2019 року, то в Європі Звіт про управління діє з початку 2000-х років. Правила ЄС щодо нефінансової звітності поширюються лише на великі компанії, що становлять суспільний інтерес та мають понад 500

працівників. Це охоплює близько 6 000 великих компаній та груп по всьому ЄС. Директива 2014/95/ЄС, яку також називають Директивою про нефінансову звітність (NFRD), встановлює правила щодо розкриття нефінансової інформації великими компаніями. Компанії ЄС повинні включати нефінансові звіти у свої щорічні звіти з 2018 року. Все це створює умови для розвитку відповідального управління. Крім того, в світі передбачена окрема звітність суб'єктів господарювання: звітність про сталий розвиток; екологічна звітність; звітність з корпоративного управління [1].

Динаміка веб-пошуків Google після аналізу Google Trends представлена на рис. 1. Було проведено дослідження пошукових термінів *Sustainability reporting* та *Integrated reporting* для всього світу і пошукових термінів *Звітність сталого розвитку* та *Інтегрована звітність* для України. Досліджувався період з лютого 2019 року по лютий 2024 року. Графіки на рис. 1 демонструють збільшення інтересу до цих термінів з часом у англomовному світі та епізодичність інтересу до аналогічних україномовних термінів в Україні. У період Різдвяних свят кожен рік має місце зменшення інтересу до цих термінів у світі, що вказує на Різдвяні канікули та відпустки.

В останні роки в Європі набирає обертів Інтегрована звітність, яка повинна поєднати інформацію розрізнених звітів з метою можливості її порівняння за різними суб'єктами та періодами. Інтегрована звітність, як і всі інші види нефінансової звітності не є обов'язковою (рис. 2) та може поєднувати у собі інші види нефінансової звітності.

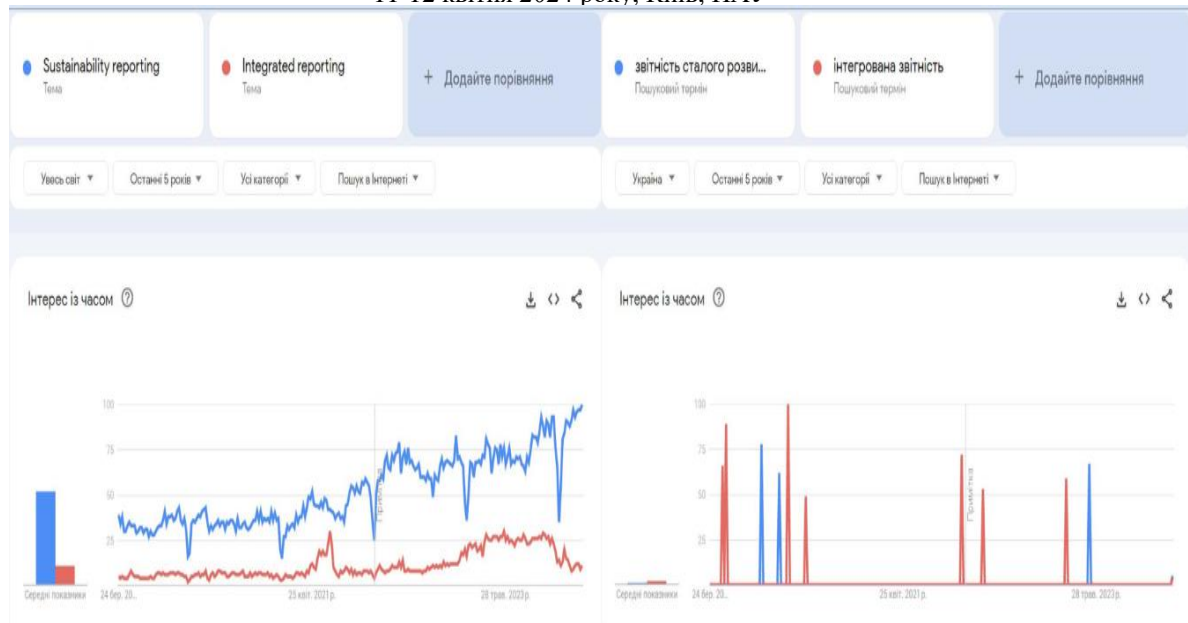


Рис. 1. Динаміка веб-пошуків Google після аналізу Google Trends

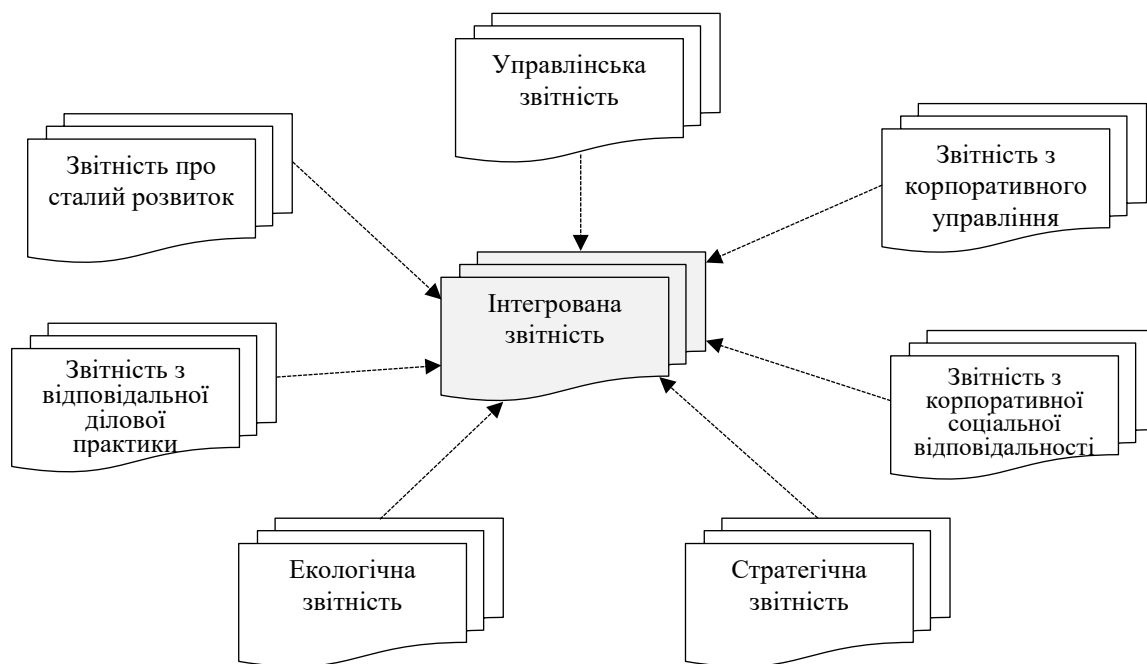


Рис. 2. Добровільна річна звітність юридичних осіб у Європі [1]

У таблиці 1 показано, які цілі сталого розвитку (Sustainable Development Goal – SDG) вирішуються в рамках кожного із учасників діалогу на рівні тем та/або показників.

Вплив на досягнення цілей сталого розвитку [1]

Цілі сталого розвитку	CDP	CDSB	GRI	ISO	IIRC*
1 Подолання бідності			√	√	√
2 Подолання голоду			√	√	√
3 Міцне здоров'я і благополуччя			√	√	√
4 Якісна освіта			√	√	√
5 Гендерна рівність			√	√	√
6 Чиста вода та належні санітарні умови	√	√	√	√	√
7 Доступна та чиста енергія	√	√	√	√	√
8 Гідна праця та економічне зростання			√	√	√
9 Промисловість, інновації та інфраструктура			√	√	√
10 Скорочення нерівності			√	√	√
11 Сталий розвиток міст та спільнот	√	√	√	√	√
12 Відповідальне споживання та виробництво	√	√	√	√	√
13 Вплив на клімат	√	√	√	√	√
14 Збереження водних ресурсів		√	√	√	√
15 Захист екосистем суші	√	√	√	√	√
16 Мир, справедливість та сильні інститути			√	√	√
17 Партнерство заради стійкого розвитку		√	√		√

* опосередкований вплив

Інтегрована звітність базується на наступних принципах: стратегічна спрямованість та орієнтація на майбутнє; взаємозв'язок інформації; відносини зацікавлених сторін; суттєвість; лаконічність; надійність та повнота; послідовність і порівнянність.

Формування стратегії розвитку підприємства слід здійснювати з урахуванням впливу його розвитку на досягнення «Цілей сталого розвитку». Зазначена інформація цікава європейським користувачам, у першу чергу інвесторам, ресурси яких необхідні для відновлення нашої країни в подальшому.

Список використаних джерел:

1. Ісаншина Г.Ю. Тенденції розвитку звітування суб'єктів господарювання та державного управління. *Економіка України*. 2021. № 1. С. 54—68.
<https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.01.054>

Ішков Д.Р.,

здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: Антоненко К.В., к.е.н., доцент
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ВПЛИВ СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Зміна парадигми у світі міжнародного бізнесу і економіки та перехід від точки зору, яка зосереджується виключно на прибутку, до точки зору, яка використовує більш збалансований і довгостроковий підхід, щоб також розглянути екологічні, управлінські та соціальні фактори, обговорювалися протягом багатьох років. Зростає розуміння того, що підприємства не можуть зосереджуватися лише на короткостроковій прибутковості та внутрішніх факторах, таких як підвищення продуктивності, щоб бути успішними в довгостроковій перспективі. З іншого боку, для багатьох бізнес-секторів конкуренція тепер є справді глобальною та жорсткішою, ніж завжди, що робить необхідним зосередитися на зростанні прибутку та здатності дуже гнучко реагувати на зміни вимог ринку. Стародавня цитата «Зміна – єдина константа в житті» (яку зазвичай приписують Геракліту з Ефесу, грецькому філософу, який жив із 535 до н. е. до 475 р. до н. е.) сьогодні актуальна як ніколи.

Постає питання, як цю стрімку бізнес-реальність, яка неминуче націлена на короткострокову та довгострокову прибутковість, можна поєднати з необхідністю збалансувати довгострокові фінансові, екологічні, управлінські та соціальні наслідки та вигоди?

Традиційний погляд на управління навколишнім середовищем, а потім і на управління сталим розвитком можна охарактеризувати таким чином:

- зосередження на внутрішніх операціях («у стінах фабрики»);
- цільова економія коштів за рахунок підвищення ефективності та відповідного скорочення використання матеріалів та енергії, а також утворення відходів;

- забезпечення відповідності нормативним та іншим чітко зазначеним вимогам (міжнародні стандарти, запити клієнтів тощо);
- управління ризиками головним чином для уникнення проблем з відповідальністю та репутаційної шкоди.

Ця точка зору, яку поділяли більшість урядів та інших зацікавлених сторін, була поширеною в більшості бізнес-організацій з початку 1990-х років і до кінця нового тисячоліття, досі є стандартом для багатьох організацій сьогодні.

Очевидно, що цей внутрішньо орієнтований підхід до економії витрат, відповідності та управління ризиками може бути лише основою, але ніколи не буде достатнім для вирішення вищезазначених бізнес-завдань і узгодження з основними цілями прибутковості будь-якої бізнес-організації в ринковій економіці.

Процес управління життєвим циклом – це концепції, які застосовуються в промисловості та сферах послуг для удосконалення продуктів і послуг, одночасно покращуючи загальну ефективність сталого розвитку бізнесу та його ланцюжків створення вартості. У цьому відношенні управління життєвим циклом – це можливість виділитися на ринку за рахунок показників сталого розвитку, працюючи з усіма відділами компанії, такими як дослідження та розробки, закупівлі та маркетинг, а також покращити співпрацю із зацікавленими сторонами вздовж всього ланцюжка створення вартості компанії. Вони використовуються не тільки для досягнення короткострокового успіху в бізнесі, але й спрямовані на довгострокові досягнення, мінімізуючи навантаження на навколишнє середовище та соціально-економічний тягар, одночасно максимізуючи економічну та соціальну цінність.

Концепція життєвого циклу має вагоме значення в сучасному економічному середовищі. Це обумовлено низкою факторів, серед яких можна назвати інфляцію, спад виробництва, соціальну напругу, стратегічну невизначеність, зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, зменшення темпів зростання, нехватку ресурсів, волатильність зовнішнього середовища, що спричинила світова економічна криза.

Калинюк В.Є.,
аспірант

*Науковий керівник: Ареф'єва О.В., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СТРУКТУРИ НЕОТЕХНОЛОГІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Структура побудови неотехнологічного відтворення на підприємстві передбачає ретельне аналізування внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на його функціонування. На першому етапі необхідно визначити стратегічні цілі та завдання підприємства, а також встановити ефективний механізм контролю за виконанням цих цілей. Далі важливо оптимізувати використання ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові та людські ресурси.

Управління персоналом грає ключову роль у неотехнологічному відтворенні, оскільки від кваліфікованих та мотивованих працівників залежить ефективність виробничих процесів. Крім того, забезпечення стійкої фінансової бази підприємства через правильне фінансове управління є важливою складовою. Також важливою є побудова ефективної комунікаційної системи всередині підприємства та зовнішньої співпраці з партнерами, клієнтами та постачальниками.

Особливості побудови структури неотехнологічного відтворення на підприємстві полягають у врахуванні специфіки виробничих процесів та економічного середовища. В першу чергу, необхідно аналізувати наявні ресурси, які включають у себе людські, матеріальні та фінансові ресурси, щоб забезпечити їх ефективне використання. При побудові структури неотехнологічного відтворення важливо враховувати специфіку галузі, в якій діє підприємство, та конкурентні переваги, які може використовувати підприємство. Крім того, необхідно розробляти ефективні стратегії управління персоналом, фінансовими ресурсами та оптимізації бізнес-процесів з урахуванням особливостей виробничої діяльності. Важливою складовою структури є також впровадження сучасних технологій та інновацій, що дозволить підприємству підвищити продуктивність та

конкурентоспроможність. Крім того, забезпечення ефективної комунікації всередині підприємства та зовнішніх стейкхолдерів також є важливою складовою успішної структури неотехнологічного відтворення.

Інновації в галузі знань та технологічний прогрес виникають і мають свій початок у загальній соціальній та економічній діяльності. Іншими словами, соціальна та економічна діяльність породжує і застосовує інновації в галузі знань та технологій. Людина - це свідоме, активне і організоване соціальне істота, цивілізоване істота, що має розвинений мозок, використовуючи мову, активно працююче, маючи складні інтерактивні соціальні організації і технологічний розвиток. Коли люди стикаються з необхідністю виживання і розвитку та мають здатність мислити і працювати, вони можуть постійно створювати нові товари та галузі шляхом виробництва, обміну, розподілу та застосування знань, а також підвищувати продуктивність праці в певних товарах, конкретних галузях і навіть у всьому суспільстві.

Також «раціональне використання матеріальних ресурсів – це доцільне обґрунтоване їх використання, їх витрати на рівні мінімуму при виробництві одиниці продукції. Система управління матеріально-технічним забезпеченням повинна відповідати сучасним інноваційним трансформаціям, що відбуваються у сфері забезпечення основними засобами та сфері матеріально-технічного постачання» [1, С. 17].

Причина, з якої виникають інновації, полягає в розвитку поділу праці, диференціації промисловості та зростанні економіки, що в кінцевому підсумку означає, що інновації в галузі людських знань одночасно є новими та винятковими, а також невиключними та неконкурентними. Інновації, навчання, поширення та застосування знань стали основними методами збільшення капіталу. Інноваційні знання - це неперевершені нові відкриття та винаходи людей про природу та людське суспільство. Вони відкривають нові явища або факти, пропонують нові теорії та створюють нові технології. «Впровадження форсайт-інноваційного механізму управління підприємствами в умовах цифровізації має будуватися у визначеному порядку, оскільки при побудові механізму для кожного підприємства

необхідно враховувати його специфіку діяльності та детально розробляти та реалізовувати стратегію з метою організації процесу створення інноваційного продукту та реалізації його на ринку» [3, с. 82]. Інновації в галузі знань можна поділити на базові інновації, прикладні інновації та інновації в розвитку, оригінальні інновації, поліпшені інновації та інтегровані інновації.

Оскільки інновації в знаннях мають новий та творчий характер, патенти на винаходи також повинні бути практичними, що передбачає надання (виключності), тимчасовості, регіональності та інших аспектів захисту. «При цьому на державному рівні не розроблена і недоступна єдина методика розрахунку основних показників та методичних рекомендацій щодо впровадження інноваційно-впроваджувальних та інноваційних технологій: інноваційна діяльність, норма прибутку, термін окупності, загальний економічний ефект, чиста приведена вартість, індекс рентабельності (рентабельності) з урахуванням застосовності двох основних принципів оцінки ефективності реалізації інноваційного проекту або інноваційного продукту: принципу порівняння вплив на вартість реалізації та принципу врахування імовірнісного характеру ефекту від впровадження нововведення» [2, с. 89]. Це сприятиме більшій увазі, захисту та стимулюванню ентузіазму та творчості людей в інноваційній інтелектуальній роботі, а також загальні, міжсегментні, стійкі та конкурентоспроможні інновації в галузі знань стануть основним шляхом економічного зростання та соціального значення.

До того ж «сьогодні роль цифрових технологій та їхній вплив докорінно змінився не лише по відношенню до суб'єктів господарювання, а й по відношенню до всього суспільства та його подальшого розвитку. Завдяки приєднанню до цифрових систем підвищується раціональність та ефективність використання ресурсів, виробництва та реалізації продукції та послуг, відкриваються нові можливості та формуються нові цінності на ринку» [5, с. 360].

Завдяки систематичному контролю та оцінці результатів діяльності підприємства можливо вчасно виявляти проблемні ситуації та розробляти стратегії їх подолання. Остаточною метою структури побудови неотехнологічного відтворення є забезпечення сталого розвитку підприємства в умовах низької

технологічності середовища, зберігання його конкурентоспроможності та стійкості на ринку.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О. В., Сафонік Н. П., Кривенко Є. А. Фактори інноваційного розвитку системи матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неотехнологічного відновлення. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 13-20.
2. Косенко, А., Касич, А., Лега, О., & Ареф'єва, О. (2023). Вплив управлінських та вартісно-цінових детермінант інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*, (3), 86–92. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.3.86>
3. Прохорова В.В., Чобіток І.О. Форсайтно-інноваційний механізм управління підприємствами в умовах цифровізації: теоретичні аспекти. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 78-85.
4. Arefiev S., Lagodiienko V., Tkachev V., Stavroiani S., Shevchenko O. Marketing and logistics in the adaptive management of enterprises in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2023. Vol.101. No 8. P. 3121-3132.
5. Arefiev, S., Zhyhlei, I., Pereguda, Y., Kryvokulska, N., & Lushchyk, M. (2023). El uso de tecnologías digitales para garantizar la seguridad ambiental en el contexto del desarrollo de una Economía Verde. *Revista De La Universidad Del Zulia*, 15(42), 353-369. <https://doi.org/10.46925//rdluz.42.20>
6. Korytko Tetyana, Piletska Samira. Management of Enterprises' Business Processes Under the Condition of European Integration. *Entrepreneurial Ventures*. November 13, 2023. P. 27-35. DOI: <https://doi.org/10.52305/KZZV1105>. <https://nova-publishers.com/shop/recent-trends-in-business-and-entrepreneurial-ventures/>

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В ГЛОБАЛІЗОВАНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У світлі постійних змін у глобалізованій економіці виникає актуальна проблема стратегічного управління людським капіталом. Зростання конкуренції, швидкі технологічні зміни та зміщення центрів економічної активності створюють складні умови для підприємств і організацій. Проблема полягає в необхідності розробки та впровадження стратегій управління людським капіталом, які відповідають сучасним викликам глобалізації та забезпечують підприємствам конкурентоспроможність і стійкість на міжнародному ринку.

Людський капітал є важливою складовою нематеріальних активів, що допомагають підприємствам будувати конкурентні переваги та забезпечувати високі прибутки.

Людський капітал відображається у різних характеристиках, таких як відповідальність, ефективність, мотивація та готовність до співпраці. Однак він не може бути оцінений з використанням традиційних фінансових інструментів [2, с. 48-49].

Стратегічне управління людським капіталом є доволі складним та тривалим процесом. Концепція стратегічного управління людським капіталом знайшла відображення в різних моделях, таких як «Мічиганська», «Гарвардська» та «модель Шулера». «Мічиганська модель» показує процес стратегічного управління людським капіталом з урахуванням зовнішнього середовища, місії та організаційної структури. В ній виділено чотири основні напрями роботи з персоналом: підбір працівників (рекрутинг), оцінка результатів їх роботи, винагорода та розвиток персоналу. Індивідуальні елементи управління людським капіталом взаємопов'язані, створюючи цикл їх кругообігу. Роль керівництва полягає в забезпеченні зв'язку між формальною структурою та системою

управління людським капіталом для досягнення стратегічних цілей організації [5, с. 141-142].

Свою чергою «Гарвардська модель» враховує вплив ситуаційних чинників на підприємство та включає чотири змінні: корпоративна відданість, компетентність, командна узгодженість та корпоративна ефективність з точки зору витрат. Політика управління людським капіталом повинна бути спрямована на підвищення рівня кожної з цих змінних. Вплив управління людським капіталом характеризується прямими та довгостроковими ефектами.

Згідно з моделлю Шулера, стратегічне управління людськими ресурсами має бути в рамках стратегії розвитку підприємства та відображатися в його місії та цілях, враховуючи впливи зовнішніх і внутрішніх чинників [2, с. 50-51; 5, с. 139].

Варто зауважити, що стратегічне управління в глобалізованій економіці має часову протяжність, зосереджуючись на довгостроковому плануванні та прогнозуванні. Оцінка якості людського капіталу визначає стратегію його управління, але виявляється складною через визначення цінності людини. Потенціал стратегічного управління людським капіталом залежить від інтеграції з інституціональним середовищем формування капіталу на макрорівні, включаючи взаємодію з установами освіти, підготовки кадрів, охорони здоров'я та ринку праці [5, с. 140-141].

Стратегічне управління розглядає кожного працівника як стратегічного партнера у досягненні мети розвитку підприємства. Це означає залучення та розвиток індивідуального людського капіталу [1, с. 50-51; 4, с. 47].

Таким чином правильне стратегічне управління людським капіталом сприяє отриманню додаткової вартості підприємства та покращує його імідж. Застосування стратегічних підходів до управління людським капіталом допомагає досягти узгодженості між макроекономічними змінами та управлінськими діями на рівні підприємств [3, с. 18].

Отже, у світі глобалізованої економіки стратегічне управління людським капіталом стає критично важливим елементом для успішної діяльності підприємств. Враховуючи постійні зміни та нестабільність у міжнародному

економічному середовищі, ефективне управління людським капіталом вимагає глибокого розуміння глобальних тенденцій та культурних різниць. Підприємства, які успішно інтегрують стратегічне управління людським капіталом у свою ділову стратегію, мають значні переваги в конкурентній боротьбі. Забезпечення гнучкості, інноваційності та підтримки корпоративної культури сприяє залученню та утриманню талановитого персоналу. Такі підприємства можуть ефективно реагувати на зміни та використовувати людський капітал як стратегічний ресурс для досягнення своїх бізнес-цілей.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В., Настиченко Ю. В. Теоретичні засади стратегічного управління людським капіталом підприємства. *Економічний простір*. 2021. № 176. С. 53-57.
2. Ліпич Л., Хілуха О., Кушнір М., Загоруйко В. Стратегічне управління людським капіталом як складова розвитку підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: «Економіка та суспільство»*. 2023. Вип. 58. С. 45-55.
3. Манн Р., Ляшов Д. Розвиток людського капіталу як детермінанта економічного зростання суспільства. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: «Економічні науки»*. 2020. Вип. 59. С. 17–25.
4. Турило А. Концепція оцінки і управління людським капіталом підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2019. С. 44–50.
5. Шахно А. Ю. Закономірності розвитку людського капіталу в умовах глобалізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 20. С. 139-143.

Коваленко С.В.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Ковальчук А.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ

Аналіз фінансового стану підприємства є складовим елементом загального, повного аналізу його фінансово-господарської діяльності[2]. В основі фінансового аналізу лежить аналіз та управління фінансовими ресурсами суб'єктів підприємництва. Для того, щоб підприємство мало змогу вижити в умовах жорсткої конкуренції та бути прибутковим і рентабельним, керівництву необхідно володіти методикою фінансового аналізу, мати певну інформаційну базу для його проведення.

Аналіз фінансового стану є одною із найважливіших функцій управління, та дає змогу визначити конкурентоспроможність підприємства в ринковій економіці. Кожен господарюючий суб'єкт для здійснення своєї діяльності повинен мати певні фінансові ресурси, які формуються за рахунок власних і прирівняних до них позикових коштів. За рахунок цих джерел здійснюється фінансове забезпечення процесу кругообігу засобів підприємства. Рух коштів, його швидкість і масштаби визначають ефективність фінансового забезпечення. З руху коштів розпочинається і рухом коштів закінчується кругообіг засобів господарюючого суб'єкта, оборот всього капіталу підприємства (рис. 1.)[1].

Для того, щоб розпочати виробництво, необхідні гроші (стадія фінансування), за які купуються необхідні складові виробничого процесу - машини, устаткування, сировина, матеріали, приймаються на роботу робітники. Далі здійснюється безпосередньо виробничий процес (стадія виробництва продукції і формування її собівартості). Вироблену готову продукцію продають на стадії реалізації товару. Після продажу продукції отримують гроші, але не ті, які були на стадії фінансування, а гроші нові.

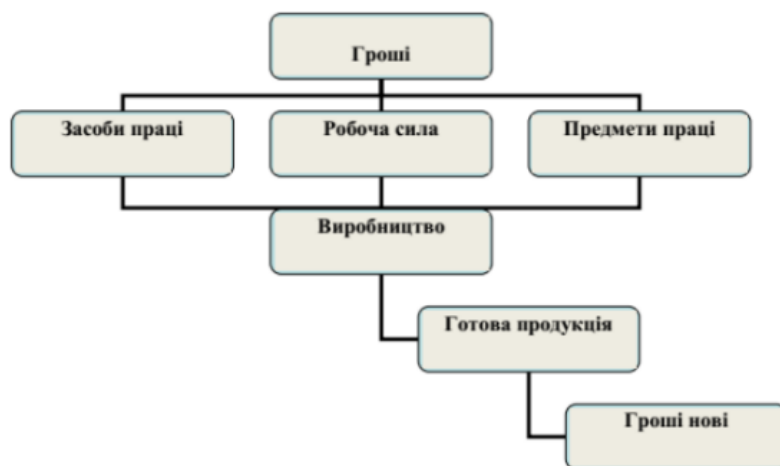


Рис 1. Схема кругообігу коштів підприємства

Тут відбувається процес формування фінансових результатів підприємства, їх розподіл. Одна частина спрямовується на подальший розвиток виробництва, інша - на накопичення, залежно від того, яке підприємство, якої форми власності, яка його основна діяльність (стадія формування і розподілу фінансових результатів)

Отже, з усіх видів ресурсів першочергове значення мають фінансові ресурси. Для того щоб вижити в умовах кризової економіки і не допустити банкрутства підприємства необхідно розуміти як управляти фінансовими ресурсами та як формувати фінансову політику.

Зміст і цільовий напрям фінансового аналізу, основні елементи якого представлені на рис. 2, полягає в оцінюванні результатів діяльності та фінансового стану господарюючого суб'єкта, виявленні можливостей підвищення ефективності його функціонування за допомогою раціональної фінансової політики [5].

Розробка заходів щодо поліпшення фінансового стану підприємства - це ключовий етап стратегічного управління, який спрямований на вирішення фінансових проблем та покращення ефективності фінансової діяльності підприємства [4], яка може ґрунтуватися на таких заходах:

1. Аналіз фінансових показників, які дозволяють детально проаналізувати фінансовий стан підприємства (аналіз фінансових звітів, визначення ключових показників ефективності, ідентифікація проблемних сфер);

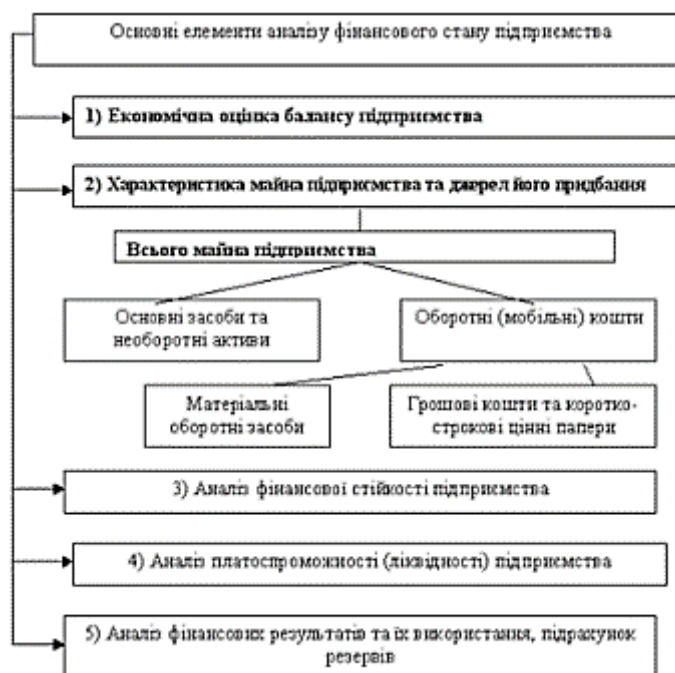


Рис 1.2. Основні елементи аналізу фінансового стану підприємства

2. Визначення пріоритетів через виділення найбільш критичних аспектів фінансового стану, що потребують негайного втручання (зниження рентабельності, зростання заборгованості, недостатній рівень ліквідності);

3. Розробка стратегій на основі виявлених проблем (оптимізація витрат, пошук нових джерел фінансування, покращення управління запасами);

4. Впровадження заходів розроблених стратегій (внесення змін до фінансової політики підприємства, впровадження нових процедур та контрольних механізмів);

5. Моніторинг та оцінка результатів на постійній основі (аналіз ефективності) та вчасне коригування стратегії, якщо це необхідно. Регулярний аналіз фінансових показників дозволить вчасно виявляти будь-які проблеми та приймати необхідні заходи.

Висновки.Отже, аналіз фінансового стану підприємства є важливим інструментом для оцінки його діяльності(зокрема фінансової). Під час аналізу визначаються ключові фінансові показники, такі як ліквідність, платоспроможність та рентабельність, які допомагають ідентифікувати проблемні сфери та можливості для поліпшення. На основі результатів аналізу розробляються конкретні заходи, спрямовані на оптимізацію фінансового стану, включаючи

управління витратами, збільшення прибутковості та зменшення заборгованості. Важливою частиною процесу є постійний моніторинг та коригування стратегій для забезпечення сталого фінансового успіху підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бандоріна Л. М., Удачина К. О., Татарчук А. Д. Моделювання системи аналізу фінансового стану підприємства *Проблеми економіки та політичної економії*. 2019. № 1 С. 127-135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/perre_2019_1_11
2. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. К.: КНЕУ, 2005. 592 с.
3. Вознюк А.О. Оцінка фінансового стану підприємства як необхідна складова його економічного розвитку. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. 2012. № 11 С. 101 – 105.
4. Гогой І.Д. Аналіз і оцінка фінансового стану підприємства. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua>.
5. Кандирал О. О. Економічний аналіз як метод визначення дійсного фінансового стану підприємства. *Криміналістика і судова експертиза*. 2019. Вип. 64. С. 763-771. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/krise_2019_64_75
6. Ареф'єва О. В., Кравчук Н. М., Пілецька С. Т. Адаптивне управління фінансовою стійкістю підприємства при забезпеченні його економічної безпеки. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Вип. 1(1). С. 80-89.

Ковальчук А.М.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ ДО КРИТИЧНИХ УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Діяльність цивільних підприємств, які належать до галузі повітряного транспорту у сучасних умовах української економіки є досить складним та критичним. Проблеми для підприємств повітряного транспорту в Україні розпочалися ще у 2020 році із карантинними обмеженнями у зв'язку з світовою пандемією COVID-19, коли підприємства авіаційної інфраструктури (авіакомпанії,

аеропорти та інші) майже повністю зупинили свою роботу, за винятком вантажних перевезень.

Для сучасної історії підприємств української галузі повітряного транспорту, зокрема для перевезення пасажирів авіаційним транспортом піковим роком розвитку вважається 2019 рік, коли пасажиропотік становив 24334,5 тис. чол., що на 18,4% більше ніж у 2018 р. (рис 1) [1]. У 2020 році даний показник був лише 8664,5 тис. осіб, або 35,6% від 2019 р, тобто діяльність підприємств, що забезпечувала авіаційне перевезення пасажирів скоротилась більше ніж на 60%.

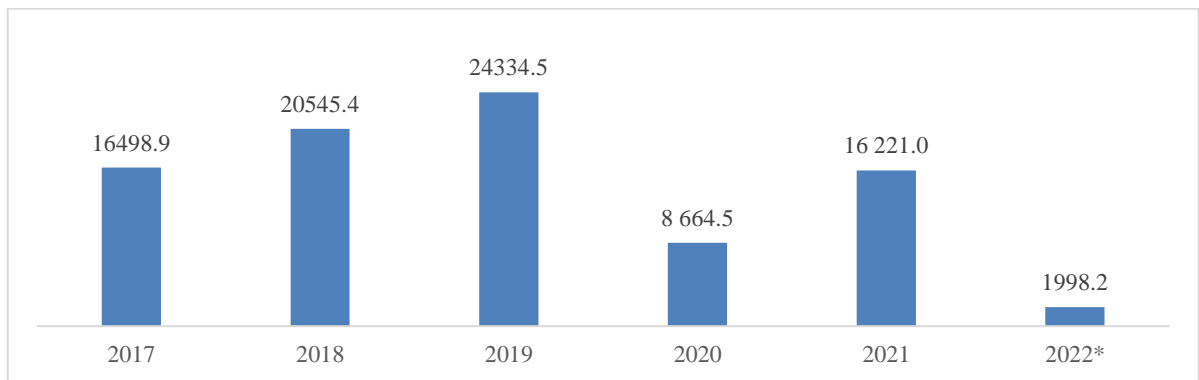


Рис. 1. Пасажиропотоки авіаційного транспорту України, 2019-2021 р.р , тис. чол.

**2022 р. дані за період 01.01.-23.2.2022*

У 2021 році підприємства авіаційної інфраструктури, які забезпечували пасажирські перевезення поступово почали відновлювати свою діяльність. Так, Пасажиропотоки авіаційного транспорту України у цьому році зросли на 87,2% у порівнянні з 2020 р. до 16 221 тис. чол. Перспективи відновлення галузі повітряного транспорту були досить значними. Пасажиропотік за майже 2 місяці 2022 року становив 1998,2 тис. чол. За січень 2022 року пасажирообіг авіаційного транспорту становив 175,6 % до відповідного періоду 2021 р. [1]. Проте до рівня 2019 року українська авіаційна галузь перевезення пасажирів так і не відновилась у зв'язку зі війною.

З 24 лютого 2022 року і до сьогодні повітряний простір України закритий для цивільних авіаційних суден. Українські підприємства, які належать до галузі повітряного транспорту майже повністю припинили свою діяльність. Галузь повітряного транспорту сьогодні знаходиться у найбільш критичному стані у зв'язку з війною. Проте, не зважаючи на критичні умови внутрішнього середовища

деякі українські підприємства все ж змогли відновити свою роботу за кордоном. До них відносяться авіакомпанії, які поступово відновлюють та здійснюють свою діяльність у інших країнах:

- SkyUp. До початку повномасштабної війни мала у своєму розпорядженні з 12 літаків; У 2022 році виконувала міжнародні рейси країнах Європи; у 2023 році завершила сертифікацію авіакомпанії на Мальті. Компанія адаптувала свою стратегію на АСМІ-операції (мокрый лізинг, коли операційний контроль і екіпаж літака забезпечує авіакомпанія, а комерційне завантаження - партнер). З 1 квітня 2024 року SkyUp надає свої літаки на умовах на АСМІ-операцій з угорської Wizz Air. За 2023 рік компанія збільшила свою виручку у два рази у порівнянні із 2022 роком [2].

- WINDROSE. Авіакомпанія до 24 лютого 2022 року також мала 18 літаків, значна частина яких досі залишається в Україні. Проте компанії вдалося розмістити в Молдові 2 літаки, які виконують програму для молдавської FlyOne за мокрим лізингом [2].

- Skyline Express Airlines (до 2023 року «Азур Ейр Україна») до війни 2022 р. мала флот в Україні з 11ти літаків. В травні 2023 року Skyline Express Airlines розпочала операції в Польщі. У зв'язку з активізацією туристичної галузі експерти зазначають, що її модель роботи буде базуватися на обслуговуванні туристичного бізнесу свого засновника [2].

- Bees Airline! – авіакомпанія, яка через війну залишилась без усіх літаків та втратила сертифікат в Україні. Проте, інвестори адаптували свій стартап та створили нову авіакомпанію з такою ж назвою в Румунії, де на сучасному етапі завершує сертифікацію [2].

Отже, спостерігаємо, що навіть попри повне припинення польотів цивільної авіації в Україні деякі авіакомпанії змогли адаптувати свою діяльність і у разі відкриття повітряного простору зможуть відновити свою роботу. Зауважимо, що для галузі надважливим є активна підтримка та наявність профільних проєктів з відновлення у державних та міжнародних планах та програмах відновлення економіки України. Одним із можливих напрямів відновлення підприємств

повітряного транспорту є розвиток повітряних транспортних вузлів – модернізація та розширення аеропортів, покращення пасажирських та вантажних терміналів [3].

Таким чином, українські підприємства повітряного транспорту, незважаючи на критичні внутрішні умови та досить значну конкуренцію на зовнішніх ринках змогли частково адаптуватися та продовжити свою роботу. Важливим завданням держави у повоєнній відбудові економіки стане відновлення галузі цивільного повітряного транспорту, оскільки вона фактично сьогодні не працює, що з кожним днем поглиблює кризу та погіршує шанси на успішне й швидке відновлення.

Список використаних джерел:

1. Державна авіаційна служба України. URL: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/periodychna-informatsiya/>
2. Два роки без рідного неба. Де і як виживає українська цивільна авіація під час великої війни. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/yak-vizhivaye-ukrayinska-civilna-aviaciya-pid-chas-povnomasshtabnoyi-vijni>
3. Вовк О.М., Ковальчук А. М., Сафонік Н. П. Проєктування векторів відновлення інфраструктури вантажних перевезень. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. №7 (21). С. 219-232. DOI:[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-7\(21\)-219-232](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-7(21)-219-232)

Коритько Т. Ю.,

*к.е.н., доцент, с.н.с. відділу проблем економіки підприємств
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В роботі досліджено особливості використання цифрових платформ та екосистеми, що формуються ними, трансформують цілі галузі та стають драйверами економічного зростання, інновацій та конкуренції.

Ключові слова: цифровізація, промислове підприємство, цифрова платформа, цифрова трансформація, екосистема

Для підвищення ефективності діяльності підприємств доцільно розробити нову модель управління, яка вимагає впровадження цифрових технологій з урахуванням крос-галузевого характеру при виробництві інноваційної продукції.

Реалізація екомистемної моделі відновлення економіки України на підґрунті використання цифрових платформ призведе до підвищення її технологічного суверенітету та економічної безпеки промислових підприємств. Впровадження крос-галузових екосистем призведе до активізації інноваційного розвитку промислових підприємств та забезпечить утримання лідерських позицій країни на ринку високотехнологічної продукції [3].

Реалізація крос-галузевої взаємодії промислових підприємств відбувається на основі побудови цифрової платформи. Привабливість платформ для промислових підприємств визначається набором завдань, які вона дозволяє вирішити. По-перше, виступаючи як технологічна основа виконання різних функцій, наприклад в галузі організації виробничої, збутової діяльності, діяльності у сфері управління ресурсами тощо. По-друге, виступаючи посередником над ринком, забезпечуючи зниження транзакційних витрат, спрощуючи взаємодія між різними учасниками ринку [7].

В Україні серед підприємств стає поширеним такий вітчизняний програмний продукт як ERP-система IT-Enterprise корпорації «Інформаційні технології». Ця система має комплексні проекти впровадження «Industry 4.0» на підприємствах сфери промисловості (металургії, машинобудівної, харчової, хімічної, кабельної) та сільського господарства, включаючи введення систем керування виробництвом, контролінгом, логістикою, бюджетуванням тощо. Всі модулі системи IT-Enterprise умовно групуються в контури управління, а саме такі як: виробництвом та технічною підготовкою виробництва, проєктами, основними виробничими засобами, бізнес-процесами та документообігом, персоналом, логістика, бюджетування й контролінг. ERP-система IT-Enterprise складається з багатьох модулів, кожен з яких автоматизує певні завдання [1].

У Національній економічній стратегії на період до 2030 р. визначено такі вектори економічного розвитку у сфері цифровізації: розробити та впровадити

карти цифрових трансформацій 7-10 галузей, які потенційно можуть показати значне зростання за період 3-5 років; запровадити пакет стимулів для створення в країні високотехнологічних виробництв (так звані «смарт-фабрики», Індустрія 4.0.); впровадження системи інвестиційних конкурсів (для державних промислових підприємств та концесійних моделей); реалізація програм «Україна – цифровий коридор» та «Україна – Data Elysium» [2].

Основні групи учасників платформи взаємодіють між собою і отримують вигоди від мінімізації транзакційних витрат (наприклад, при пошуку партнерів, товарів, послуг, організації платежів, укладанні контрактів, контролі виконання домовленостей, оцінки репутації галузевих учасників тощо) (рис. 1).

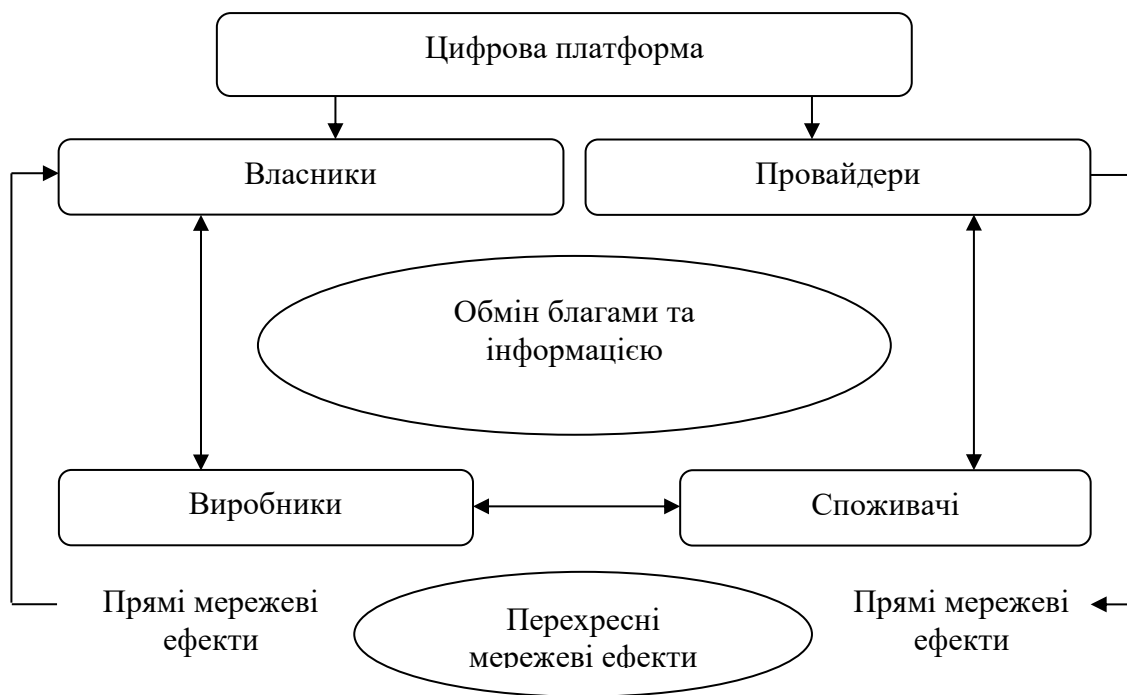


Рисунок 1 – Взаємодія між учасниками цифрової платформи

Успішна взаємодія між учасниками цифрової платформи створюють прямі мережеві ефекти – тобто підвищення цінності продукту, що надається платформою у міру зростання числа користувачів даного продукту (наприклад, чисельність користувачів соціальної мережі багато в чому визначає та її успішність), а також перехресні (двосторонні) мережеві ефекти, коли наявність однієї групи користувачів платформи підвищує цінність продукту для іншої групи [4;5; 6].

Вважаємо, що крос-галузева взаємодія промислових підприємств на підґрунті використання цифрової платформи призведе до:

- оптимізації бізнес-процесів на підприємствах;
- підвищення конкурентних переваг для виробників товарів та послуг;
- підвищена прозорість комунікації з клієнтами завдяки мережевим ефектам.

Формування екосистем, які засновані на цифрових платформах посилюють конкуренцію та кооперацію між промисловими підприємствами.

Підприємства можуть використовувати цифрові платформи, які спрямовані для:

- взаємодії з іншими підприємствами;
- в межах взаємодії з однієї групи підприємств;
- підвищення продуктивності праці;
- пошуку нових постачальників на внутрішньому ринку;
- пошук споживачів на зовнішньому ринку;
- отримання консалтингових послуг.

Таким чином, цифрові платформи виступають драйвером, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності промислових підприємств. Потенціал платформ дозволяє підприємствам як підвищувати продуктивність, але й спрощує процес виходу зовнішні ринки.

Список використаних джерел:

1. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О. Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. Випуск 42. С. 18–22.
2. Національна економічна стратегія 2030. URL: <http://nes2030.org.ua/>
3. Buleev I., Bryukhovetska N., Korytko T., Piletska S., Patlachuk V. Evaluation of the level of personnel adaptation to enterprises intellectualization in terms of the economy digitalization. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2023. №1. Vol 45. С. 94-104
[doi:https://doi.org/10.15544/mts.2023.10](https://doi.org/10.15544/mts.2023.10)

4. Katz M., Shapiro C. Network externalities, competition, and compatibility // American Economic Review. 1985. Vol. 75/ № 3. pp. 424–440.
5. Korytko T., Piletska S. (2023) The Adaptive Management of Enterprises' Business Processes Under the Condition of European Integration. Recent Trends in Business and Entrepreneurial Ventures., 2023. pp. 27. doi: <https://doi.org/10.52305/KZZV1105>
6. Liebowitz S., Margolis S. Network externality: An uncommon tragedy // The Journal of Economic Perspectives. 1994. Vol. 8, № 2. pp. 133–150
7. Schreieck M., Wiesche M., Krcmar H. (2016). Design and governance of platform ecosystems – key concepts and issues for future research. In: Proceedings of 24th European Conference on Information Systems (ECIS). İstanbul, Turkey.

Косенков Д.С.,

аспірант

Науковий керівник: Вовк О.М., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ЗАКОНОМІРНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ НЕОМОДЕРНІЗАЦІЙНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Вплив інвестиційної активності на результативність діяльності підприємств важко переоцінити за сучасних умов цифровізації та глобальної боротьби за інформаційній технології, що здійснюється на ринках транспортних послуг як в межах регіону чи держави, так в масштабах світової економіки. Сутність економічної категорії «інвестиційної активності» визначається як активний процес інвестування капіталу чи інших ресурсів з метою здобуття прибутків, конкурентних переваг або соціального статусу [1-2]. Це включає в себе прийняття рішень щодо розподілу грошових коштів, придбання цінних паперів, нерухомості або інших активів, що мають потенційно високу дохідність. Інвестиційна

активність може бути спрямована на різноманітні цілі, включаючи отримання дивідендів, капіталовкладення для майбутнього зростання, забезпечення конкурентоспроможності тощо.

Закономірності інвестиційної активності визначаються комплексом детермінант, що впливають на ринок інвестицій та поведінку інвесторів. Деякі з найбільш значущих закономірностей базуються на загальних детермінантах ведення інвестиційної діяльності: залежність між ризиком та прибутком; фактор часу реалізації інвестиції; розподіл ризиків через диверсифікацію інвестицій; етапність економічних циклів (зростання-реcesія); умовність впливу оподаткування (оподаткування-стратегія/інструмент); залежність між технологіями та глобалізацією.

До закономірностей активізації інвестиційної діяльності транспортних підприємств в умовах неомодернізаційного відновлення економічних систем, що детермінують результативність інвестиційної активності та безпосередньо впливають і на вибір стратегій реалізації інвестицій та інвестиційних проєктів, пошуку технологій хеджування ризиків та подолання їх наслідків, терміни та інвестиційні потоки при реалізації проєктів, відносять наступні гіпотези:

- інвестори, які готові приймати більший ризик, часто можуть очікувати вищого прибутку, але це не завжди гарантовано;
- оцінка часових рамок реалізації інвестицій повинна враховувати, що час має важливу роль у доходності інвестицій: зазвичай, чим довше інвестор активізує інвестиційний потенціал, тим більше втрачається можливостей для зростання вартості й конкурентоспроможності інвестиційної діяльності;
- оцінка ризиків має врахувати, що диверсифікація інвестицій дозволяє зменшити загальний ризик для реалізації інвестиції: розподілення між різними активами може зменшує втрати на одному ринку чи в одній галузі;
- актуалізація інвестиційних стратегій у відповідності до етапів економічного циклу: забезпечує результативність та стратегічноорієнтованість рішень;

- податкові норми і правила, що напряду впливають на ставки прибутковості інвестційних проєктів, вибір інвестиційних інструментів та стратегій.

Не менш важливу роль в реалізації інвестицій відіграють такі закономірності, як етапи економічної діяльності, податкові умови ведення діяльності та вплив інновацій в контексті глобалізації їх застосування. Ці закономірності важливі для розуміння того, як функціонує ринок інвестицій та як інвестори можуть оптимізувати свої портфелі та ризики.

Список використаних джерел:

1. Смерічевський С. Ф., Ареф'єва О. В., Пілецька С. Т. Формування стратегічних рішень при управлінні змінами на підприємстві. Бізнес Інформ. 2022. №6. С. 108–117.

2. Тимошук О.М., Кучерук Г.Ю., Вовк О.М., Мельник О.В. Якість логістизації транспортних послуг: інвестиційний аспект. Київ, ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2020. 214с.

Кривіцька А.М.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Васюткіна Н.В., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних економічних реаліях можна спостерігати низку змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі підприємств в Україні. Пандемія Ковід-19, повномасштабна війна, різноманітні тенденції на глобальному ринку, поява сучасних технологій та інновацій – усе це викликає серйозний вплив на внутрішнє середовище підприємства і саму діяльність зокрема. У такому випадку основний фокус діяльності спрямовується на те, щоб належним чином задовольнити потреби клієнтів, які постійно змінюються, а також загалом відповідати вимогам сучасного суспільства. У зв'язку з цим, виникає необхідність змін у контексті

управління підприємствами, які дадуть можливість адаптуватись до нестабільних умов зовнішнього середовища та зростаючих потреб клієнтів. Одним із найбільш ефективних методів управління, що набуває сьогодні популярності у використанні є управління проектами. Саме це допоможе забезпечити розвиток та економічне зростання підприємства.

Перш за все, звернемо увагу на визначення поняття «проект». Проект є комплексом пов'язаних між собою заходів, що спрямовується на створення унікального продукту або послуг за наявності деяких обмежень у часі або ресурсах [1]. Крім того, проект є діяльністю, за якої матеріальні, фінансові і людські ресурси організовуються новаторським шляхом з метою виконання унікальної роботи за наявності обмежень, як було зазначено вище, що дає можливість досягти позитивних змін, які визначаються кількісними і якісними параметрами. Також проект є комплексом науково-дослідних, проектно-конструкторських, соціально-економічних, організаційно-господарських і інших заходів, які пов'язані між собою ресурсами, виконавцями і строками, мають відповідне оформлення та спрямовуються на зміну об'єкта управління, забезпечуючи таким чином ефективне вирішення поставлених завдань та досягнення цілей за встановлений період. Проектом може виступати як окреме завдання або проблема, так і саме підприємство [2].

Управління проектами, у свою чергу, є своєрідним процесом управління командою та ресурсами проекту, що можна організувати та структурувати, використовуючи специфічні методи, за умов використання яких проект може бути завершений успішно у встановлений термін та досягти поставленої мети. Він складається з наступних компонентів, кожен з яких спрямований на досягнення цілей проекту [1; 2]: планування; організація; контроль трудових, фінансових та матеріально-технічних ресурсів. Крім того, це така галузь менеджменту, яка пов'язана зі сферою діяльності підприємств, у якій створення продуктів або послуг здійснюється саме завдяки реалізації проектів.

Управління проектами є важливою складовою системи управління сучасним підприємством, оскільки проекти можуть бути спрямовані на створення

унікального продукту або послуги, вдосконалення вже існуючих, вирішення певних проблем, пов'язаних з діяльністю підприємства, адаптацією до нових умов ринку, наприклад – під час повномасштабної війни, тощо. Тому для цього підприємства використовують широкий спектр методів, які дають можливість забезпечити ефективність управління проєктами.

Основними методами управління проєктами на сучасних підприємствах є наступні [3; 4; 5; 6; 7]:

- Класичний проєктний менеджмент. В його основі – каскадний цикл, у процесі якого завдання під час виконання проєкту передаються послідовно на кожному етапі. Основними етапами здійснення проєкту є: визначення цілей, планування проєкту, виконання проєкту та заключний етап.

- Метод Agile. Є більш сучасним та гнучким методом управління проєктами. Дає можливість динамічно сформулювати вимоги та реалізувати їх завдяки постійній взаємодії всередині робочих груп, які формуються з різних фахівців самостійно. У такому випадку проєкт розділяється на підпроєкти, діяльність яких надалі формує спільний кінцевий результат. При цьому такий метод дає можливість реалізувати проєкт навіть у найбільш складних та непередбачуваних обставинах. Пріоритетом виступають людські ресурси, успішно працюючий проєкт, співпраця із замовником та готовність до змін;

- Метод Scram. Його особливістю є необхідність використання чітко сформованих правил. Виконання проєкту здійснюють сформовані з різнопланових фахівців команди. Проєкт поділяється на кілька етапів, кожен з яких триває 2-3 тижні. Спочатку команда створює чіткий перелік завдань, які розподіляють за пріоритетністю, а після – реалізують;

- Метод Lean. Вдосконалена версія Agile та Scram. Дає можливість одночасно виконати кілька різних завдань, які перебувають на різних етапах виконання проєкту. Завдяки цьому існує можливість підвищити гнучкість здійснення проєкту та оперативно реалізувати завдання. Робота ділиться на кілька пакетів доставки, у кожному з яких є потік операцій з певними етапами;

- Метод Kanban. Полягає у формуванні безперервного потоку завдань, які ефективно виконуються завдяки належній роботі команди.

Також управління проєктами потребує від підприємств наявності проєктних менеджерів, які мають досвід роботи з такими методами та різноманітними інструментами. Окрім цього, на виконання проєктів необхідно спрямовувати велику кількість фінансових ресурсів, у тому числі і на навчання працівників брати участь у проєктах. Важливо при цьому забезпечити управління витратами та ризиками. Однак, за умов якісного управління проєктами така діяльність позитивно вплине на розвиток підприємства.

Отже, управління проєктами є необхідною складовою діяльності підприємств за сучасних умов, що надасть можливість ефективно реалізувати різноманітні проєкти, тим самим вдосконалити діяльність підприємства, розробити новий продукт або послугу. Важливою умовою є наявність фінансових та якісно підготовлених людських ресурсів, а також використання спеціальних методів та інструментів управління проєктами. Поступово такий підхід стає все більш актуальним для вітчизняних підприємств, тому за умов ефективного управління проєктами існує можливість забезпечити також і подальший економічний розвиток держави.

Список використаних джерел

1. Жигалевич Ж. М., Чухліб В. Є. Управління проєктами та ризиками: підходи та методи. Приазовський економічний вісник. Випуск №6 (17). 2019. С. 126-130
2. Онишкевич О. В. Актуальність проектного підходу в управлінні підприємствами. Економіка і суспільство. Випуск №6. 2016. С. 203-207
3. Боковець В. В., Заяц О. М. Сучасні методи управління проєктами та їх особливості. Інфраструктура ринку. Випуск №65. 2022. С. 55-57
4. Астаф'єва К. О., Поліщук І. Г. Стратегія управління проєктами на першому етапі життєвого циклу підприємства. Ефективна економіка. Випуск №2. 2018. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6132> (дата звернення: 24.03.2024).
5. Васюткіна Н. В. Гуменюк М.Д. AGILE-менеджмент у проєктній діяльності на підприємстві . XXVI Міжнародній науково-практичній конференції

«Інформаційні технології в економіці, менеджменті і бізнесі. Проблеми науки, практики і освіти» (Київ, 26 листопада 2020 р, Європейський університет). С. 74-77

6. Васюткіна Н.В., Гуменюк М.Д. Нові підходи у використанні інформаційних технологій в управлінні проектами віртуальних підприємств. *Економіка та управління*. 2020. №3. С.54-63

7. N. Vasiutkina, M. Gumeniuk Development, Implementation and Application of SCRUM Methodology in Project Management at the Enterprise. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, Vol. 7, No 4, Art. 5, 2021. URL: <http://jcr.l.umk.pl/journal/archive>

Круглікова М.Р.,

здобувач вищої освіти

Сімкова Т.О.,

к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підвищення ефективності діяльності кожного підприємства має позитивний вплив на економіку держави, формування доходів місцевих бюджетів та рівень добробуту населення. Відтак, досить актуальною сьогодні стає проблема визначення напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства, серед яких ефективність виробничо-господарської діяльності має бути основною складовою розробки управлінського проекту розвитку підприємства. У цьому сенсі актуалізується питання розробки наукових основ управління ефективністю виробничо-господарської діяльності підприємства.

Розкриття сутності поняття "ефективність" вимагає розмежування та уточнення таких категорій, як ефект, результат, результативність та критерії ефективності. Як ефект, так і результативність відображають зростання і

розвиток, тобто здатність до прогресивних кількісних змін, що відображаються в об'ємних показниках, і прогресивних якісних змін, які доповнюють кількісні і, як правило, пов'язані зі структурною динамікою об'єкта дослідження.

Цільовою орієнтацією співвідношення між результатами і витратами є прагнення до максимізації. Метою є максимізація результату на одиницю витрат. Можливий і зворотний зв'язок, коли показник витрат пов'язаний з показником результату. У цьому випадку порівняльний показник мінімізується. Іншими словами, центральним поняттям категорії "ефективність" є критерій ефективності (ознака успіху), який розкриває сутність досліджуваного об'єкта, виявляє основні та вирішальні ланки і шляхи вдосконалення об'єкта. Критерій ефективності є головною відмітною ознакою і визначальною мірою пізнання сутності ефективності, відповідно до якої кількісно оцінюється рівень цієї ефективності. Правильно сформульований критерій повинен характеризувати сутність ефективності як економічної категорії.

Оскільки поняття ефективності описує взаємозв'язок між різними аспектами: результатом і витратами (результативність), результатом і цілями (ефективність), результатом і потребами (оптимізація), виявлені взаємозв'язки наразі пропонується вважати критеріями ефективності. Значення кожного критерію характеризує ступінь вираженості тієї чи іншої властивості результату, важливої з точки зору поставленої мети (цілей, інтересів, витрат).

Дослідження складових формування ефективності вимагає визначення відповідних наукових принципів, таких як комплексність, системність, раціональність, процесовість та ситуаційність. Ці принципи покладені в основу моделі ефективності та забезпечують змістовне і всебічне дослідження її формування, а також ланцюг етапів пізнання цього явища: опис, пояснення, прогнозування та управління.

Ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства необхідно визначати для вирішення двох основних завдань. По-перше, для виявлення та оцінки рівня використання окремих видів витрат і ресурсів, а також економічної ефективності виробництва. По-друге, для економічного обґрунтування та вибору

найкращих виробничо-господарських рішень (впровадження нової техніки, технології та організації виробництва, праці та управління, варіантів інвестування тощо). Найсуттєвіші характеристики виробничо-господарської діяльності, такі як цілісність, багатоаспектність, динамічність і взаємозв'язок різних її аспектів, знаходять своє відображення в категорії ефективності. Тому модель ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства має будуватися на основі ієрархічної системи її складових, кожна з яких, у свою чергу, характеризується підсистемами відповідних ключових показників ефективності.

Процеси виробництва, відтворення та обігу входять до сфери господарсько-виробничої діяльності підприємства. Виробничі процеси забезпечують виконання завдань з підготовки та контролю процесу реалізації інших послуг, а також обслуговування виробничого процесу. Роботи з оновлення основних виробничих засобів, розширення та технічного переоснащення підприємств, підготовки та перепідготовки кадрів називаються відтворювальними процесами. Процеси обігу включають технічне і матеріальне забезпечення та продаж послуг. Ці процеси забезпечуються відповідними підсистемами виробничо-господарської діяльності. Тому важливість проблеми ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства вимагає врахування та аналізу рівня і масштабів ефективності в усіх підсистемах виробничо-господарської діяльності. Цей стан, на думку автора, повинен характеризувати системну частину ефективності.

У свою чергу, кожна з підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства потребує відповідних ресурсів, використання яких характеризує ресурсну (елементну) частину ефективності.

Це дає можливість виділити основні складові у формуванні ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства: ефективність підсистем діяльності підприємства, що визначається отриманими результатами, які відображають реалізацію цілей розвитку основних підсистем діяльності компанії та конкурентний успіх на ринку; ефективність використання окремих видів ресурсів, що характеризується співвідношенням між обсягом продукції або прибутку від виробничо-господарської діяльності та відповідним обсягом

ресурсів (окремих видів або окремих видів витрат, пов'язаних з працею, використанням основних фондів або оборотного капіталу); соціально-екологічна ефективність, яка характеризується рівнем дотримання соціальних та екологічних зобов'язань підприємства.

На основі узагальнення вищевикладеного пропонується визначити ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства як комплексну характеристику його розвитку, яка за критеріями результативності, економічності та оптимальності відображає рівень досягнення цілей виробничо-господарської діяльності підприємства.

Кузьменко А.В.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Сафонік Н.П., к.е.н., старший викладач

Національний авіаційний університет, м. Київ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі тенденція глобалізації не лише визначає економічний ландшафт, але і переформатовує стратегії міжнародної діяльності підприємств. Цей процес відкриває безпрецедентні можливості для бізнесу, але водночас створює виклики, які потребують нових підходів та стратегій. Актуальним є розгляд того, як сучасні тенденції глобалізації впливають на формування та реалізацію стратегій міжнародної діяльності підприємств.

Однією з головних тенденцій у міжнародній діяльності підприємств є зростаюча глобалізація та цифровізація ринків і галузей. Глобалізація означає інтеграцію та взаємозалежність економік, суспільств і культур через торгівлю, інвестиції, комунікації та технології. Цифровізація у даному контексті означає використання цифрових технологій і платформ для створення, доставки та обміну цінностями. Разом ці тенденції створюють нові можливості та виклики

для підприємств, які хочуть збільшити охоплення, отримати доступ до нових клієнтів і використовувати ресурси та можливості за кордоном. Зокрема, це електронна комерція, використання соціальних медіа, хмарних обчислень і штучного інтелекту з метою виходу на нові ринки, зниження витрат, покращення взаємодії з клієнтами та швидшого впровадження інновацій [1].

Ще одна тенденція в міжнародних бізнес-стратегіях – зростаюче значення регіоналізації та локалізації. Регіоналізація надає доступ до регіональних блоків і угод, які сприяють торгівлі та співпраці між сусідніми країнами. Локалізація стосується адаптації та налаштування продуктів, послуг і процесів для задоволення конкретних потреб і переваг місцевих клієнтів і зацікавлених сторін. Ці тенденції відображають різноманітність і складність глобального середовища, а також зростання очікувань і вимог споживачів і регуляторів [2].

Третя тенденція в міжнародній діяльності підприємств полягає в зростаючому акценті на сталому розвитку та соціальній відповідальності. Стійкість означає здатність підприємства задовольняти свої поточні потреби без шкоди для здатності майбутніх поколінь. Соціальна відповідальність зобов'язує підприємства робити позитивний внесок у суспільство та середовище, в якому вони працюють. Ці тенденції зумовлені зростаючою обізнаністю та занепокоєністю споживачів, інвесторів, працівників та урядів щодо соціальних та екологічних наслідків підприємницької діяльності [3].

Наступною тенденцією в міжнародних бізнес-стратегіях є зростаюча потреба в інноваціях і співпраці. Інновації стосуються створення, впровадження та вдосконалення продуктів, послуг, процесів або бізнес-моделей, які додають цінність підприємству та його клієнтам. Співпраця означає створення партнерств та альянсів з іншими підприємствами, організаціями чи окремими особами, які керуються спільним цілями та стратегіями діяльності. Ці тенденції викликані загостренням конкуренції та невизначеністю на світовому ринку, а також швидкими змінами в технологіях і вподобаннях клієнтів. Зокрема, підприємствам необхідно інвестувати в дослідження та розробки, застосовувати гнучкі і економічні методи, щоб отримати доступ до нових ринків, підвищити

рівень конкурентоспроможності зменшити ризики для діяльності підприємства [2].

Ще одною важливою тенденцією в міжнародній діяльності підприємств є зростаючий попит на навчання і адаптацію. Навчання дозволяє підприємствам покращити свою ефективність і підвищити конкурентоспроможність. Адаптація означає коригування та модифікацію стратегій, структур і процесів відповідно до мінливих умов і вимог глобального середовища. Ці тенденції зумовлені складністю та динамізмом глобального ринку, а також появою нових можливостей і загроз [1].

Отже, у сучасному міжнародному економічному середовищі важливо розуміти та ефективно реагувати на передові тенденції, що впливають на стратегічне планування. Глобалізація, цифровізація, регіоналізація, сталий розвиток, інновації та навчання відіграють ключову роль у формуванні успішної міжнародної бізнес-стратегії. Інтеграція цих аспектів у корпоративну культуру і стратегічне планування допоможе підприємствам протистояти викликам та використовувати нові можливості у глобальному середовищі, забезпечуючи стійкий розвиток та конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT PRACTICES. URL: <https://zoetalentsolutions.com/impact-of-globalization-on-international-business-management-practices/>.

2. The Impact of Globalization on International Trade and Commerce. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/impact-globalization-international-trade-commerce-inductusglobal/>.

3. The impact of globalization on entrepreneurship. URL: <https://aicontentfy.com/en/blog/impact-of-globalization-on-entrepreneurship>.

Лазько К.В., аспірант

*Науковий керівник: Федорова Ю.В., к.е.н., доцент
ННІ УІПА ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна*

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі розвитку України, яка інтегрується у світовий культурно-економічний простір, дослідження проблеми людського капіталу є досить актуальним. Інвестиції в людину, її здоров'я та освіту є одним із способів накопичення людського капіталу. Значну увагу проблемі інвестування в людський капітал приділяли такі зарубіжні вчені як Becker, Dobrynin, Sharp та вітчизняні вчені Богиня, Борщ, Колот та ін.

Важливою умовою розвитку людського капіталу є інвестування. Інвестиції спрямовані на розвиток професійних здібностей створюють людський капітал. Можна виділити такі види інвестицій.

Витрати на освіту (загальну, спеціальну, формальну, неформальну) та підвищення кваліфікації без відриву від виробництва. Ці інвестиції є найважливішими та найпоширенішими. Освіта формує працівників з високою кваліфікацією, які можуть працювати продуктивно. Освіта спрямована на розширення знань і, як наслідок, підвищення якості людського капіталу. Інвестиції у вищу освіту підвищують рівень підготовки спеціалістів та позитивно впливають на темпи економічного зростання. В Україні спостерігалася позитивна динаміка за цим напрямом. У розрахунку на душу населення середній обсяг інвестицій в освіту в Україні зріс з 41 420 грн у 2012 році до 97 331 грн у 2020 році [1].

Видатки на охорону здоров'я це наступний вид інвестування. Перш за все це витрати на профілактику захворювань, медичне обслуговування, дієтичне харчування та поліпшення умов життя, підвищення тривалості життя, працездатності та продуктивності праці.

Витрати на мобільність, витрати на пошук економічно значущої інформації, виховання дітей, тощо також важливі. Однак найбільш важливими інвестиціями в людський капітал є інвестиції в освіту та охорону здоров'я.

Система інвестування в людський капітал в Україні здійснюється на 4 рівнях, а саме: на особистому рівні при формування людського капіталу індивідів; на мікрорівні при формування людського (трудового) капіталу суб'єктів господарювання; на мезорівень в процесі формування людського капіталу в регіонах і галузях; на макрорівні в процесі формування сукупного людського капіталу країни [2].

Однозначно, інвестиції в людський капітал покращують умови життя населення. Фінансування має здійснюватися в зазначених вище сферах людського розвитку. Джерелом інвестицій можуть бути органи державної влади, неурядові організації, окремі компанії, приватні особи, міжнародні фонди та організації, навчальні заклади.

Не дивлячись на процеси, які зараз ведуть до знищення людського капіталу, тривалий час в Україні покращувалися окремі якісні характеристики, а саме постійно збільшувалася частка населення з вищою освітою, зростав рівень комп'ютерною грамотності, зростала підприємницька активність та здатність діяти в ринкових умовах [3]. Ефективність інвестування людського капіталу в Україні залишається актуальною темою для подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Борщ, Л. М. Інвестування : теорія і практика [Текст] : навч. посіб. / Л. М. Борщ. – К. : Знання, 2005. – 470 с. – (Вища освіта XXI століття).
2. Грішнова, О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки [Текст] / О.А. Грішнова. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 254 с.
3. Khachatryan, V., Pavlyuk, T., Pohrishchuk, H., Dobizha, N., Bezchotnikova, S., & Osipova, L. (2022). Specific Features of Investment in Human Capital in the Postmodern Society. *Postmodern Openings*, 13(1 Sup1), 184-197. <https://doi.org/10.18662/po/13.1Sup1/421>

ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ПРОЄКТІВ ПІДВИЩЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГІРНИЧО-МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ КРАЇНИ

Проекти підвищення операційної ефективності підприємств гірничо - металургійного комплексу України сфокусовані на забезпечення ефективного використання ресурсів, оптимізацію бізнес – процесів, впровадження інноваційних ощадливих технологій, визначення інших резервів фінансової міцності в складних вітчизняних умовах ведення бізнесу.

Моделювання бізнес - процесів *в процесі планування та реалізації проєктів* стратегічного розвитку може допомогти досягти підвищення операційної ефективності, оскільки побудова таких моделей дозволяє виявити можливі проблеми та знайти шляхи їх вирішення. Наприклад, якщо протягом бізнес - процесу безперервно відбуваються затримки операцій або спостерігається нестача ресурсів чи їх перевитрата, то це є ознакою недостатньої ефективності налагодження функціонування цього процесу. За допомогою моделювання бізнес - процесу можна виявити, які саме етапи викликають занепокоєння, які операції мають понад нормативні витрати (займають більше годин та ресурсів), і відповідно знайти способи усунення проблем. Для того щоб визначити поточний стан функціонування конкретного бізнес - процесу пропонується створення графічного або текстового опису послідовності подій та дій, які необхідні для його виконання, а також деталізувати процеси, визначити пов'язані між собою підпроцеси, ідентифікувати можливі проблеми та знайти шляхи їх вирішення.

Моделі бізнес - процесів можуть бути створені за допомогою різних нотацій (мов програмування та/або методологій), таких як BPMN, EPC, DFD, UML та ін. Одна з популярних нотацій - BPMN (Business Process Model and Notation)[1-2] - графічна мова для опису бізнес-процесів з використанням графічних елементів, що дозволяє їх регламентувати і визначити за потреби «вузькі місця» (зони для

удосконалення). Одним з найважливіших етапів впровадження BPMN є навчання співробітників на використання мови BPMN для моделювання бізнес-процесів і розуміння цих моделей. Потім залучені співробітники зможуть вносити свої пропозиції щодо оптимізації бізнес-процесів. Впровадження BPMN може зайняти від декількох місяців до півроку та більше залежно від розмірів компанії, складності процесів і кількості фахівців, зайнятих в процесі впровадження моделей оптимізації бізнес-процесів.

Моделювання бізнес - процесів в процесі планування та реалізації проєктів підвищення операційної ефективності з врахуванням сучасних стандартів проєктного менеджменту [3] є одним з ефективних інструментів удосконалення планування та прогнозування діяльності підприємства. Таке моделювання передбачає *наступні кроки*:

Крок 1: Визначення мети моделювання бізнес – процесів. Це може бути покращення ефективності/результативності/продуктивності процесів через зменшення годин виконання операцій, оптимізацію витрат ресурсів, запобігання дублювання функції та/або узгодження документообігу, конкретизацію зон відповідальності тощо)

Крок 2: Вибір методів моделювання в залежності від вимог та характеристик процесу (блок-схема, UML - діаграма, DFD - діаграми та інші).

Крок 3: Визначення процесів та взаємозв'язків між ними. Розробка моделей процесів, а саме створення блок-схем, діаграм потоків даних, UML - діаграм. Аналіз моделей та внесення змін, що включає виявлення можливих проблем та недоліків, а також змін для поліпшення процесу.

Крок 4: Реалізація оновлених (удосконалених) процесів, що включає впровадження нових удосконалених операцій, технологій, трансформацію процесів, навчання персоналу та ін.

Крок 5: Моніторинг процесів в процесі планування та реалізації проєктів підвищення операційної ефективності, їх оцінювання на підставі встановлених метрик ефективності, внесення необхідних змін для покращення поточного стану.

Отже, впровадження моделювання бізнес-процесів в процесі планування та реалізації проєктів підвищення операційної ефективності є серйозним кроком для компаній, який може привести до значного поліпшення якості бізнес-процесів, зниження витрат і підвищення ефективності роботи підприємства в цілому. Впровадження інструментарію моделювання та прогнозування дозволить автоматизувати певні операції в межах процесів, знайти «вузькі місця», оптимізувати і стандартизувати бізнес-процеси, а також успішно реалізувати проєкти та програми, підвищити ефективність роботи підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Stephen A. White and Derek Miers (2012). BPMN 2.0 Handbook: Second Edition: Methods, Concepts, Case Studies and Standards in Business Process Management Notation. Future Strategies Inc. 305 p. URL: <https://www.conradbock.org/white-bpmn2-process-bookmark-web.pdf> (дата звернення: 26.03.2024).
2. BPMN: Business Process Model and Notation URL: <https://www.omg.org/spec/BPMN/2.0/PDF> (дата звернення: 01.02.2024).
3. A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide) Sixth edition. Project Management Institute. 2017. P. 978, URL: <https://catalog.loc.gov/vwebv/search?searchCode=LCCN&searchArg=2017032505&searchType=1&permalink=y> (дата звернення: 26.03.2024).

Ліннік Д.Ю., аспірант

Науковий керівник: Акімова О.В., д.е.н., доцент

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Від початку повномасштабного воєнного вторгнення Росії до України в 2022 році перед українськими підприємствами постали нові глобальні проблеми. Війна завжди створює складний і непередбачуваний контекст для розвитку суспільства, включаючи його економічну сторону. Після початку війни бізнес активність скоротилася, половина підприємств були майже, або повністю зупинені, проте

Україні вдалося зберегти відносну макроекономічну та цінову стабільність, а також подолати значні труднощі у виробництві, знизивши негативні наслідки відтоку та переміщення робочої сили.

Одним із складників економічного потенціалу України є бізнес, вплив якого поширюється на всі аспекти життя суспільства. Стабільність та розвиток бізнесу є пріоритетними напрямками для економічної стійкості та процвітання країни. Малі та середні підприємства є основою економіки України, вони складають 99,98% усіх суб'єктів господарювання, забезпечуючи 74% усіх робочих місць та створюючи 64% доданої вартості [1].

З початку війни майже 64% малих та середніх підприємств тимчасово призупинили або згорнули свою діяльність, а 36,5% бізнесу продовжили функціонувати. Станом на кінець 2023 року 9,6% малих та середніх підприємств все ще зупинено, або вони знаходяться на межі закриття. За даними дослідження Adventer Group у співпраці з Міністерством економіки України, майже 91% підприємств відновили свою діяльність з початку війни [2]. Незважаючи на руйнівний вплив війни, малий та середній бізнес в Україні продемонстрував виняткову стійкість, починаючи адаптуватися до нової економічної ситуації в країні.

Одним з показників активності бізнесу, його спроможності нарощувати товарообіг, створюючи робочі місця є індекс активності бізнесу – UBI (Ukrainian Business Index), де показник нижче 50 свідчить про негативний стан. Умови роботи малого та середнього бізнесу покращилися незначно. Індекс активності бізнесу станом на січень 2024 року становить 37,3 % зі 100 можливих. Незначне покращення даного індексу свідчить про втому бізнесу від невизначеності і бажання інтенсифікуватися, а не покращити економічну ситуацію [3]. Від червня 2022 року та по нинішній час спостерігається низьке накопичення товарних запасів. Водночас кількість замовлень від клієнтів не змінюється, як і обсяг випуску продукції.

Уряд надає значну підтримку малим та середнім підприємствам через державні кредитні ініціативи, програми працевлаштування, зниження податків,

гранти на відкриття нового бізнесу та фінансову допомогу для переміщених компаній. Приблизно чверть компаній скористалися державною чи міжнародною допомогою для стимулювання своєї ділової активності. Частина компаній взагалі вважають цю підтримку необхідною для свого існування.

Значну роль у наданні іноземної допомоги для стабілізації економіки під час війни відіграли міжнародні партнери України. Європейський Союз – один з найпотужніших системних донорів України протягом багатьох років, сконцентрував ресурси на підтримці саме малого і середнього бізнесу. Ключовими напрямками програм допомоги стали: гранти для ММСП, консультації, підтримка підприємств релокованих з регіонів бойових дій, зняття торговельних квот на експорт, допомога у пошуку нових ринків і партнерств [3].

Європейський Союз сконцентрувався на підтримці саме малого та середнього бізнесу, з огляду на меншу кількість можливостей, менший фінансовий запас та запас міцності цих підприємств. Малий та середній бізнес став пріоритетним через свою роль у розвитку економічного потенціалу, адже ММСП є каталізатором та джерелом робочих місць і залучення інновацій.

Через невизначеність, що спричиняє економічну турбулентність для малого та середнього бізнесу життєво необхідними залишаються гранти. Грантові програми допомагають бізнесу зменшити фінансове навантаження, дають можливість звільнити або залучити ресурси на розвиток, наприклад, на маркетинг продукції, підвищення ефективності виробничих процесів, навчання персоналу. Ці кроки посилюють потенціал та стійкість малого та середнього бізнесу навіть в умовах війни [4].

Існує 15 проектів підтримки малого та середнього бізнесу від Європейського Союзу. Обсяг їх фінансування складає €92 млн. Україна долучена до програм: Horizon Europe (інноваційний бізнес і наукові дослідження), Creative Europe (підтримка культурних і креативних індустрій), Digital Europe (інструмент цифровізації МСП), Single Market Programme (конкурентоспроможність бізнесу, EU4Business (комплексна підтримка підприємництва в країнах Східного Партнерства, в тому числі в Україні).

Наразі перед українським малим та середнім бізнесом стоять внутрішні та зовнішні виклики. Серед внутрішніх викликів залишається невизначеність і неможливість передбачити тривалість війни, а також порушення ланцюгів постачання, браку сировини, скорочення внутрішнього ринку і споживчого попиту. Зовнішні виклики насамперед пов'язані з вимогами до інтеграції в Єдиний ринок Європейського Союзу. Основною задачею малих та середніх підприємств стає чесна конкуренція на високому міжнародному рівні та забезпечення відповідності продукції європейським стандартам. Успішний сталий розвиток українського бізнесу, збільшення експортних можливостей та конкурентоспроможності на європейських ринках стануть надійним фундаментом відбудови, відновлення та економічного розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні
URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-04/undp-ua-smb-2024.pdf>
2. Дослідження стану та потреб бізнесу в умовах війни: результати опитування в грудні 2023 – січні 2024 року URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/doslidzenna-stanu-ta-potreb-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-grudni-2023-sicni-2024-roku>
3. ЄС посилює підтримку МСП України у відповідь на війну та задля відбудови URL: <https://forbes.ua/business/razom-vistoimo-es-posilyue-pidtrimku-msp-ukraini-u-vidpovid-na-viynu-ta-zadlya-vidbudovi-12122023-17431>
4. Мікро-, малий та середній бізнес: стійкість в часи війни, потенціал для відбудови України URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/02/2/709420/>

Ліхота О.,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри
управління персоналом, економіки праці та публічного управління
Північноукраїнський інститут імені Героїв Крут
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом», м. Чернігів, Україна*

FINTECH ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ

В останні роки спостерігається тенденція цифрової трансформації фінансової екосистеми. Це обумовлено стрімким розвитком цифрової економіки; використанням великих баз даних, штучного інтелекту, блокчейну, гібридних (онлайн і офлайн) форм діяльності; формуванням електронних платформ та інфраструктури; застосуванням інноваційних та інформаційно-комунікаційних технологій, фінансових інструментів для підвищення рівня інформаційної та кібернетичної безпеки; активізацією глобальних процесів перебудови фінансової екосистеми і зміни потреб учасників ринків фінансових послуг тощо. Отже, усі трансформації продиктовані новими викликами, що стимулюють зростання кількості діджитал-операцій і формують попит на цифрові продукти і сервіси у фінансовому секторі.

Одним із таких викликів є і FinTech, під яким пропонується розуміти інструмент, впровадження якого сприятиме підвищенню рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання в епоху цифровізації економіки. За даними дослідження Fortunly, світовий обсяг цифрових платежів становив у 2019 р. 4,1 трлн дол. США, у 2020 р. – 4,8. Згідно з прогностичними розрахунками, значення даного показника складатиме в 2023 р. 6,7 трлн дол. США. Чат-боти збережуть банкам 7,3 млрд дол. США. За експертними оцінками Finanso.se, deVere.Group, обсяг цифрових платежів у Європі становив у 2020 р. 802 млрд дол. США, що на 9,9% більше порівняно з 2019 р. До 2023 р. європейський ринок досягне 1 трлн дол. США. У ході дослідження, проведеного консалтинговою компанією KPMG, встановлено, що обсяг інвестицій у розвиток світового ринку фінансових технологій складав 210 млрд дол. США, а європейського – 77 млрд дол. США.

Якщо розглядати Україну, то варто зазначити, що у державі ринок FinTech розвивається повільними темпами порівняно з іншими країнами світу. Він характеризується певними законодавчими обмеженнями, недостатньо високим рівнем капіталізації. Як правило, функціонування даного ринку сконцентовано на

таких «вузьких» нішах, як платіжні сервіси та онлайн-кредитування. За результатами опитування, яке проведено консалтинговою компанією Ernst&Young, виявлено множину бар'єрів, що стримують ефективний розвиток ринку фінансових технологій. Серед них можна назвати такі: недосконалість законодавчої і нормативно-правової бази; брак фінансування (на думку респондентів, не вистачає зовнішнього капіталу – близько 61% фінтех-компаній розвиваються за рахунок власних коштів); складність у формуванні партнерських взаємовідносин; недостатній рівень фінансової грамотності. Крім цього, гостро постає проблема відсутності співпраці між фінтех-стартапами і банками. Так, 98% опитаних компаній зазначили, що не мають серед своїх акціонерів банків, банківських груп, корпоративних акселераторів. Лише 46,3% респондентів надають щонайменше одну послугу або продукт банку. При цьому 60,8% респондентів часто спостерігають небажання традиційної банківської системи впроваджувати новітні технології, які розробили фінтех-компанії.

До ключових трендів розвитку українського ринку фінансових технологій у середньостроковій перспективі можна віднести необанкінг (зручність і швидкість реагування на запит клієнтів фінансових послуг); криптоіндустрію; штучний інтелект і машинне навчання; створення фінансових екосистем (єдина електронна платформа дозволяє задовольняти максимальні потреби клієнтів, надавати широкий спектр фінансових і нефінансових послуг); впровадження Open banking (єдина платіжна екосистема розширяє можливості банків, фінтеху і клієнтів). Отже, віртуалізація FinTech стимулює появі нового інструментарію для надання фінансових послуг, зростання популярності необанкінгу, криптовалют, мобільних програм та інноваційних ІТ-технологій.

З метою прискорення темпів зростання вітчизняного ринку FinTech, скорочення витрат на підготовку фінансової звітності та комплаєнс-контроль, удосконалення фінансової прозорості, перевірки даних, процедури фінансового моніторингу, спрощення бізнес-операцій за допомогою автоматизації та цифровізації, нівелювання ризиків інформаційної безпеки, підвищення рівня фінансової безпеки у контексті забезпечення національної безпеки розроблено Стратегію розвитку фінансового сектору України до 2025 року та Стратегію розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. У цих документах серед стратегічних цілей визначено забезпечення розвитку ринку FinTech, цифрових технологій і платформ регуляторів. Однак конкретного Плану заходів для досягнення поставленої мети немає. Не розроблено відповідних організаційних, фінансових,

інноваційних, інформаційних механізмів забезпечення розвитку українського ринку FinTech в умовах цифрової економіки. Ці питання потребують ретельної уваги з боку представників урядового, академічного, освітнього, підприємницького, громадського середовища.

У подальшому планується приділити увагу розробленню рекомендацій щодо трансформації національної фінансової екосистеми в умовах діджиталізації з урахуванням світової практики.

Лункіна І.Ю.,

аспірант

Науковий керівник: Пілецька С.Т., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЯ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДО УМОВ ЗМІННОГО СЕРЕДОВИЩА

У складному середовищі, що динамічно розвивається будь-яке підприємство для забезпечення конкурентної позиції в майбутньому має прагнути своєчасно і гнучко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та адаптуватися і пристосовуватися до них. Така поведінка відповідає основним поточним та стратегічним цілям усіх рівнів організаційної ієрархії сучасних підприємств. Глобалізація в економіці, зростаюча інтеграція у світі, посилення конкуренції на національних та міжнародних ринках, висока інтенсивність науково-технічного та технологічного процесу вимагає від підприємств дедалі глибшого прогнозування та масштабного оновлення основних сфер діяльності. В змінних умовах промислові підприємства постійно і неухильно прагнуть впровадити нові гнучкі виробничі системи, новітні інформаційні та інші технології, інновації в управлінні виробництвом та ін.

В умовах мінливого середовища повинні змінюватися і стратегії, які розробляють та реалізують підприємства. Чим сильніший вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, тим більші зміни будуть потрібні у виробничо-господарській

діяльності підприємств. Тому адаптація стратегій підприємств до умов зовнішнього середовища стає особливо актуальною в сучасних умовах.

Проблеми розробки стратегій підприємств досліджуються багатьма вченими, проте недостатньо вивчено специфіку формування стратегій в умовах постійно мінливого середовища.

Адаптація стратегії підприємства тісно пов'язана зі стратегічним управлінням, яке є процесом розробки, прийняття та реалізації стратегічної моделі, центральною ланкою якої виступає стратегічний вибір, заснований на зіставленні власного внутрішнього потенціалу підприємства з можливостями та загрозами зовнішнього середовища.

В умовах змінного зовнішнього середовища необхідно адаптувати стратегії таким чином, щоб вони відповідали новим реаліям. Система стратегічного управління повинна адекватно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі, а також дозволяти приймати поточні та превентивні управлінські рішення, які зменшать ризик втрати підприємством своєї конкурентоспроможності.

Традиційний підхід до розробки стратегії ґрунтується на аналізі факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, встановленні цілей та виборі стратегії.

Вітчизняні та зарубіжні вчені вважають, що процес формування стратегії полягає у чіткому та системному описі стратегічного вибору, зробленого з метою забезпечення довгострокового розвитку. Цей вибір потім втілюється у рішення та програми дій.

Однак більшість дослідників не приділяють необхідної уваги адаптації стратегії підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища. Пропонується як основу адаптації стратегії підприємства використовувати алгоритм, представлений на рис.1.



Рис. 1. Алгоритм адаптації стратегії підприємства до мінливого зовнішнього середовища

Адаптивні алгоритми дозволяють більш ефективно аналізувати і вибирати стратегії підприємства, спрямовані на досягнення основної стратегічної мети збереження та підвищення конкурентоспроможності в умовах змінного зовнішнього середовища. Запропонований алгоритм адаптації стратегії діяльності підприємства дозволяє ув'язати зміну факторів зовнішнього середовища з ухваленням рішення про перегляд стратегії. При цьому необхідно здійснювати постійний моніторинг зовнішнього середовища на кожному етапі та вносити відповідні зміни до стратегії підприємства.

Отже, для підприємства, що функціонує в умовах змінного зовнішнього середовища, запропоновано алгоритм адаптації, який допомагає у прийнятті рішення відповідно до вибору адаптивної стратегії. З його допомогою можна визначити, коли слід змінювати стратегію та в якому напрямку. Діяльність підприємства повинна відповідати ситуації, що склалася в зовнішньому середовищі, з метою досягнення конкурентоспроможності та лідируючої позиції на відповідному ринку. Розроблений алгоритм адаптації стратегії підприємства дозволяє своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища та враховує зв'язок змін чинників зовнішнього середовища з результуючими показниками діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія. Київ: ФОП Маслаков. 2020. 236с.
2. Ареф'єва О.В., Пілецька С.Т., Кравчук Н.М. Адаптивне управління фінансовою стійкістю підприємства при забезпеченні його економічної безпеки. Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. К. : НАУ, 2020. Вип. 1(75). Ч. 1 С. 80–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-1-12>
3. Ареф'єва, О. В., Сафонік, Н. П., Дудік, А. О. (2023). Стратегічний аналіз розвитку транспортних підприємств в умовах інноваційних тенденцій. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (7). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-16>
4. Ареф'єва О. В., Антоненко К. В., Дудік А. О. Складові економічної безпеки підприємства в умовах конкурентної економіки. Development of world economy, marketing and management in modern conditions: collective monograph.
5. Пілецька С.Т. Формування конкурентної стратегії аеропорту в умовах невизначеності. Бізнес Інформ. 2022. №10. С. 193–198. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-193-198>
6. Пілецька С.Т., Ануфрієва М.О. Формування конкурентної стратегії підприємства в умовах економіки знань: теоретичний підхід. Економіка. Фінанси.

Право. 2022. № 9/2. С. 37–40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35>.
URL : [efp_09-2_2022.pdf](#)

7. Korytko T., Piletska S. Model of the Adaptive Management System of an Industrial Enterprise in the Conditions of Industry 4.0. Economic Herald of the Donbas. Quarterly scientific journal. Kyiv – Poltava. № 4 (70). 2022. С. 76-80. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-4\(70\)-76-80](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-4(70)-76-80)

8. Korytko Tetyana, Piletska Samira. Management of Enterprises' Business Processes Under the Condition of European Integration. Entrepreneurial Ventures. November 13, 2023. P. 27-35. DOI: <https://doi.org/10.52305/KZZV1105>.
<https://novapublishers.com/shop/recent-trends-in-business-and-entrepreneurial-ventures/>

Малишевський Ю.Р.,

аспірант

ННІ УІПА ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ

У сучасному світі, де технологічні зрушення відбуваються на шаленій швидкості, бізнес-середовище постійно змінюється. Конкуренція стає все більш жорсткою, а вимоги до ефективності та інноваційності ростуть. У таких умовах компаніям необхідно шукати нові підходи до управління, які дозволять їм адаптуватися до змін та зберегти конкурентну перевагу. Сучасні умови господарювання постійно формують нові виклики до розвитку системи управління підприємствами. Активний розвиток процесу цифровізації вимагає постійного оновлення векторів розвитку [2].

Інтелектуалізація процесів управління стає ключовим інструментом для досягнення цих цілей. Використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних, автоматизація та Інтернет речей (IoT), дозволяє

компаніям оптимізувати свої бізнес-процеси, підвищити продуктивність та ефективність роботи.

Цифрові технології є невід'ємною частиною та основною з характеристик соціально-економічного середовища. Сучасні науково-технічні процеси стають неможливими без впровадження та застосування сучасних підходів і технологій. Цифрові технології дозволяють реалізувати величезну кількість різноманітних науково-технічних і технологічних завдань за мінімальні проміжки часу [1].

Штучний інтелект і машинне навчання відкривають широкі можливості для автоматизації і оптимізації процесів управління. Алгоритми машинного навчання можуть аналізувати великі обсяги даних та робити прогнози, що допомагає приймати обґрунтовані рішення. Використання алгоритмів машинного навчання дозволяє автоматизувати прийняття рішень на основі аналізу даних, що збільшує точність та швидкість вирішення задач. можуть застосовуватися для аналізу великих обсягів даних, прогнозування попиту на товари та послуги, виявлення аномалій у процесах та багато іншого.

Завдяки аналізу великих обсягів даних (Big Data) компанії можуть отримувати цінні інсайти для управління. Аналітичні інструменти дозволяють не лише виявляти тенденції, а й передбачати майбутні сценарії, що допомагає ухвалювати більш обґрунтовані рішення. Обробка великих обсягів даних дає можливість виявляти складні зв'язки та тенденції, що сприяє розумінню ринку та клієнтів, а також оптимізації виробничих процесів. Аналітика дозволяє компаніям отримувати цінні інсайти з великих обсягів структурованих та неструктурованих даних. Вони можуть виявляти тренди в споживчому попиті, реагувати на зміни на ринку та прогнозувати майбутні сценарії для підвищення ефективності.

Автоматизація рутинних операцій дозволяє звільнити ресурси для стратегічного управління. Роботизація бізнес-процесів за допомогою роботів та автоматизованих систем забезпечує швидкість та точність виконання завдань. Впровадження автоматизованих систем дозволяє зменшити людський фактор у виконанні рутинних операцій, збільшуючи продуктивність та ефективність процесів. Автоматизація процесів може зменшити час на виконання завдань,

покращити якість та точність виконання рутинних операцій та знизити витрати. Наприклад, виробничі компанії можуть використовувати роботизацію для автоматизації монотонних робіт на лініях виробництва.

Інтернет речей відкриває можливості для збору реального часу даних з об'єктів управління. Це дозволяє не лише відслідковувати стан обладнання та активів, а й вчасно реагувати на зміни у виробничому процесі. Застосування IoT дозволяє збирати реальний час даних про стан обладнання та процесів, що дозволяє вчасно реагувати на зміни та уникнути потенційних проблем. дозволяє збирати дані з різних датчиків та пристроїв, що дозволяє компаніям відстежувати стан обладнання, моніторити умови виробництва та навіть стан здоров'я пристроїв. Наприклад, в агропромисловому секторі сільські господарства можуть використовувати IoT для моніторингу рівня вологості, температури та рівня родючості ґрунту.

Ці інструменти в сукупності створюють базу для ефективного управління, оптимізації ресурсів та досягнення стратегічних цілей компанії. З їх допомогою бізнес може реалізувати свій потенціал та забезпечити стабільний розвиток у сучасному динамічному світі.

Блокчейн відкриває нові можливості для безпечного та прозорого обміну даними та вартостями між учасниками системи. Він може бути застосований в управлінні ланцюгами постачання, фінансових операціях та ідентифікації документів. Системи управління відносинами з клієнтами (CRM) дозволяють підприємствам ефективно керувати взаємодією з клієнтами, від створення лідів до ведення бази даних клієнтів та аналізу їхньої активності.

Використання електронних систем обміну документами дозволяє підприємствам швидше та ефективніше обробляти інформацію, зменшуючи час та витрати на обробку паперових документів. Віртуальні асистенти та роботи можуть автоматизувати рутинні завдання, надавати підтримку клієнтам та співробітникам, а також аналізувати дані для прийняття рішень.

Ці інструменти та технології можуть бути інтегровані разом для створення комплексних управлінських рішень, що забезпечують компаніям конкурентні

переваги та підвищену ефективність в динамічному бізнес-середовищі. Поряд з технологіями, важливою складовою успіху інтелектуалізації процесів управління є гнучкі методології управління, цифрові платформи, екосистеми та увага до етики та безпеки даних, важливою є культура організації та постійний розвиток персоналу (рис. 1).

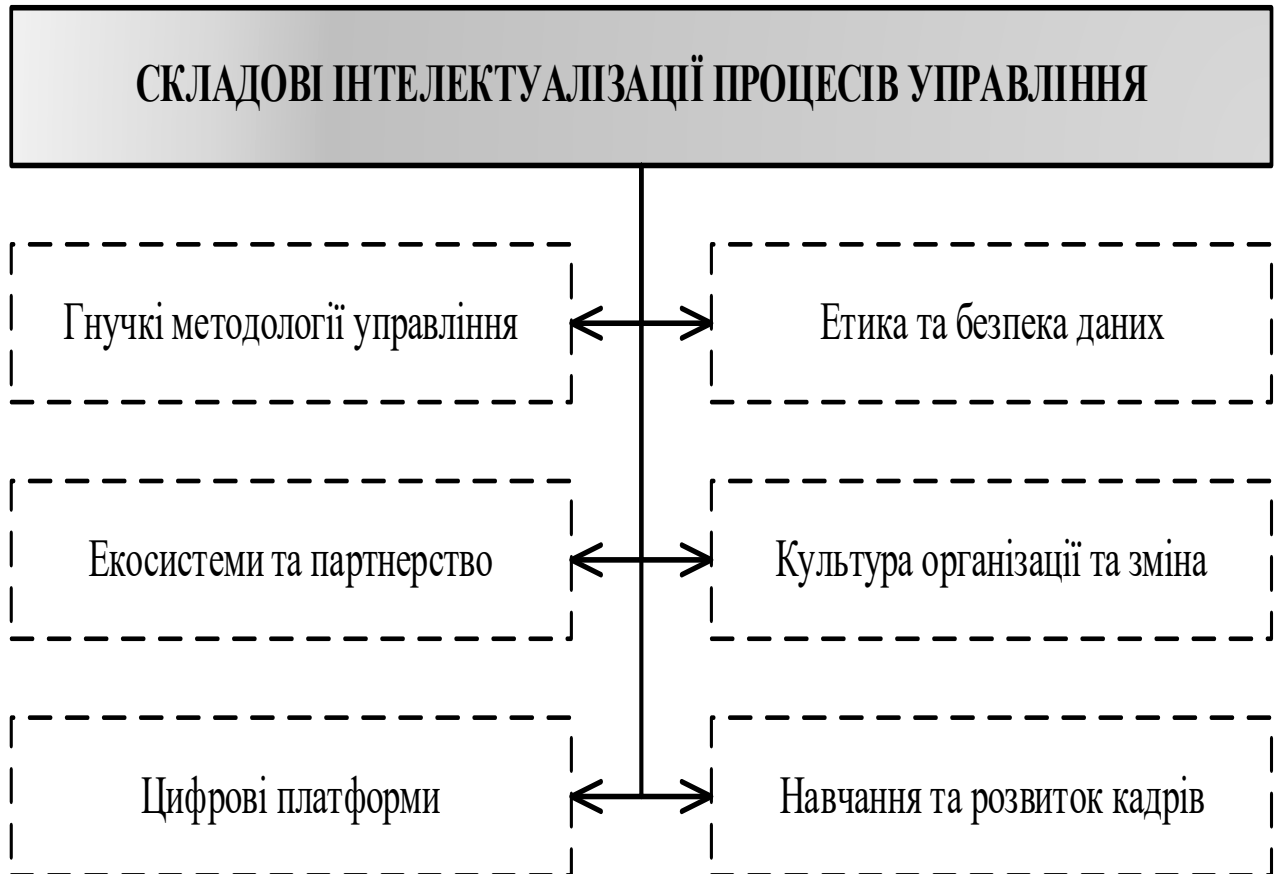


Рис. 1. Сучасні інструменти інтелектуалізації процесів управління

Управління проектами та процесами стає все більш гнучким завдяки методологіям, таким як Agile, Scrum та Lean. Ці методи дозволяють підприємствам швидше реагувати на зміни та впроваджувати інновації. В сучасному світі бізнес все більше спрямовується на співпрацю та створення екосистем, де компанії обмінюються ресурсами та даними для досягнення спільних цілей. Розвиток цифрових платформ дозволяє компаніям розробляти та впроваджувати нові цифрові продукти та послуги, що розширює їхні можливості та конкурентні переваги. Зростаюча увага до етики та безпеки даних стає важливим аспектом

управління в сучасному світі, де зберігаються великі обсяги особистої і комерційної інформації.

Загалом, інтелектуалізація процесів управління є ключовим чинником для досягнення успіху та стійкості в сучасному бізнес-середовищі. Її впровадження та оптимізація дозволяють адаптуватися до змін та впроваджувати інновації, що є ключовим для збереження конкурентної переваги.

Список використаних джерел:

1. Прохорова В. В., Бабічев А. В., Янчак Ю. О. Цифровізація управління на макрорівні. *Управління розвитком економічного середовища в умовах глобальних трансформацій*: кол. мон. за заг. ред. д.е.н., проф. Прохорової В. В. – Х.: Видавництво Іванченка І. С. 2023. С. 387-394. URL: <http://econmgmt.uipa.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/Управління-розвитком-економічного-середовища-в-умовах-глобальних-трансформацій.pdf#page=387>
2. Прохорова В. В., Чобіток І. О. Форсайтно-інноваційний механізм управління підприємствами в умовах цифровізації: теоретичні аспекти. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 78-85. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-2-78-85>
3. Arefiev, S., Zhyhlei, I., Pereguda, Y., Kryvokulska, N., & Lushchyk, M. (2023). El uso de tecnologías digitales para garantizar la seguridad ambiental en el contexto del desarrollo de una Economía Verde. *Revista De La Universidad Del Zulia*, 15(42), 353-369. <https://doi.org/10.46925//rdluz.42.20>
4. Pohrebniak A., Arefieva O., Boiarynova K., Arefiev S., Davydenko V. Management of Attracting Investment Resources of Enterprises to Ensure Their Economic Security in Circular Economy. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. VOL.21 No.10, Pp. 302-309.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах господарювання інформаційні технології відіграють важливу роль у всіх сферах суспільства: економіці, виробництві та управлінні підприємством. Інформаційні технології застосовуються для управління підприємствами всіх типів та для всіх сфер діяльності, як один із найважливіших інструментів сучасного управління.

Впровадження інформаційних технологій транспортними підприємствами забезпечує залучення та розвиток їх ділової активності. Ступінь впровадження інформаційних технологій, освоєння, передачі та використання знань визначає темп розвитку як транспортної галузі, так і соціально-економічної системи в цілому.

На зміни ринкової і виробничої кон'юнктури за певний період часу, значною мірою впливають інвестиційні, інноваційні, технічні й технологічні фактори впливу [2]. Тому розробка і застосування сучасних ІТ-рішень може спричинити суттєвий вплив на економіку, зокрема сферу транспорту.

У практиці управління сучасними підприємствами найчастіше використовуються такі інформаційно-керуючі системи та технології:

1. Системи планування ресурсів підприємства ERP (Enterprise Resource Planning), що являють собою інтегровані системи управління, такі як база даних користувача для управління фінансово-господарською діяльністю. Дана система забезпечує планування та прогнозування ресурсів, управління продажами, управління запасами, управління виробництвом, закупівлями, фінансами тощо.

2. Системи управління взаємовідносинами із клієнтами CRM (Customer Relationship Management). CRM включають методи управління, що дозволяють

підвищити ефективність продажі та забезпечують управління взаємовідносинами з клієнтами (замовниками), партнерами, дилерами та постачальниками.

3. Системи інформаційної підтримки діяльності підприємства BI (Business Intelligence). Ці системи є базою аналітичних даних, що включають набір засобів обробки інформації. Серед яких виділяють: OLAP-системи (On Line Processing Systems) та OLTP-системи (On Line Transactions Systems), що являють собою сховище даних із набором інструментів отриманих від інших систем та методи подальшого аналізу зібраних даних.

4. Системи управління ланцюгами постачання SCM (Supply Chain Management), що характеризують комплектуючі від різних постачальників, що є важливим для підприємств, адже дозволяє оперативно програмувати постачання сировини і матеріалів у потрібному обсязі та до потрібного терміну, тобто забезпечує процеси планування та координації постачання, транспортування та складування.

5. Системи планування матеріальних потоків MRP (Material Requirements Planning), що характеризуються процесом управління закупівлями, виробництвом та збутом.

6. Системи управління людським фактором HRM (Human Resources Management), а саме рекрутинг, управління та ефективне використання трудового потенціалу підприємства, що забезпечує інформаційну підтримку у процесі навчання та підвищення кваліфікації персоналу підприємства, оцінка персональних досягнень персоналу.

Якщо розглядати CRM-систему як основний інструмент управління взаємовідносинами з клієнтами, що включає процес збору інформації та прийняття рішень. За допомогою CRM-системи, заявки покупців на сайті та телефонні дзвінки автоматично фіксуються в базі і перетворюються в завдання для співробітників. Всі етапи бізнес-процесів контролюються в системі, яка містить перелік завдань для співробітників, аналітику, прогнози, рекомендації по роботі з клієнтами, історію попередніх замовлень тощо.

Варто зазначити, що впровадження якісної CRM-системи може потребувати значних фінансових витрат та має обов'язково включати в себе інтеграцію з уже існуючими логістичними базами, сайтами та іншими програмними продуктами (додатками). Особливості впровадження CRM-системи сучасним підприємствами в Україні в 2022-2023 рр. (рис.1).



Рис.1. CRM-системи в Україні в 2022-2023 роках [5]

Для транспортних підприємств процеси управління взаємовідносинами з клієнтами (в тому числі перевезення товарів та пасажирів) залежить від багатьох чинників: рівня стандартизації та автоматизації процесу обслуговування, географічного розташування підприємства, доступу до програмних продуктів та баз даних, наявності додаткових і суміжних процесів при виконанні заявки [4].

Процеси обслуговування клієнтів транспортних підприємств на ринку характеризуються індивідуальним підходом, жорстким дотриманням термінів, вимогами до кваліфікації та професіоналізму спеціалістів. Виходячи з цього, використання CRM-систем забезпечує: індивідуалізацію роботи з кожним клієнтом; колективну систему обслуговування замовлень; фіксацію переписки та історію взаємодії; чітку постановку задач із розподілом по виконавцях, фіксацію термінів виконання замовлень [1].

Впровадження CRM-системи, впливає на ефективність функціонування, зокрема збільшення доходів та зменшення витрат [3]. Для транспортних підприємств CRM-система є вагомим економічним чинником його розвитку, ефективності та рентабельності. Застосування подібного програмного комплексу значно полегшує роботу відділу продажу, прямо впливає на збільшення кількості повторних замовлень, збільшення доходу від роботи з кожним клієнтом, зменшується кількість помилок персоналу та зростає швидкість процесів обслуговування.

Отже, сучасні інформаційні технології відіграють важливу роль в управлінні взаємовідносинами з клієнтами. Інформаційні технології стають своєрідним каталізатором поширення передового управлінського досвіду та сучасних технологій управління. При цьому вони оптимізують існуючі бізнес-процеси та забезпечують їх автоматизацію.

Список використаних джерел:

1. Войтович С., Букало Н., Жуков І. Особливості застосування CRM-систем у маркетинговому та логістичному управлінні закладами послуг. Економічний форум. 2023. Вип. 1. С. 31-37. doi:10.36910/6775-2308-8559-2023-1-5.
2. Побережна З. М. Оцінювання тенденцій розвитку авіаційної галузі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 32. С. 65-73.
3. Малюкіна А. О. Обґрунтування впровадження CRM-системи для удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві. Науковий вісник Полісся. 2015. № 1 (1). С. 85-90.
4. Rababah K., Mohd H., Ibrahim H. (2011) Customer relationship management (CRM) processes from theory to practice: The pre-implementation plan of CRM system. International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning. No1. P. 22-27.
5. Результати дослідження ринку CRM в Україні. URL: <https://www.bitrix24.ua> (дата звернення: 12.02.2024)

Недуміна А.Д.,

здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

Економічні аспекти підтримки вітчизняного бізнесу в умовах воєнного конфлікту потребують дослідження стратегічних підходи до відновлення економіки, зокрема в контексті сучасного соціально-економічного стану в Україні, аналізу значення державних інституцій, НБУ та інших державних банків у фінансуванні державних потреб під час воєнних дій, обґрунтуванню сутності необхідності активізації економічних процесів у регіонах, що не зазнали прямих воєнних дій, а також рекомендувати заходи щодо підтримки підприємств, зокрема малих та середніх, за допомогою спеціальних програм кредитування та надання податкових пільг. Крім того, сучасні дослідження мають охоплювати і визнавати важливість логістики та географії експорту та імпорту, що відіграє важливу роль у ефективній економічній політиці щодо відновлення економіки в умовах військових дій.

Боротьба проти зовнішнього агресора завжди передбачає захист політичної та економічної незалежності країни. Мета нашої держави – це перемога, і відновлення державних ініціатив, що є основою до економічної стабільності та ефективного протистояння агресору, навіть у зв'язку з несподіваною тривалістю конфлікту.

У зв'язку зі складними умовами війни в Україні, держава стає основним регулятором економічної сфери, вибірково встановлюючи пріоритети та надаючи допомогу. Наразі Національний банк України та державні банки мають ключове значення у фінансуванні державних потреб у військовий час. Головним завданням України є активізація економічних процесів у тих регіонах, де немає бойових дій. Особлива увага має бути приділена підтримці та переміщенню виробництва в безпечні зони. Уряд також повинен сприяти переорієнтації економіки на підтримку

Збройних Сил, національної оборони, відновлення інфраструктури та забезпечення продовольчої безпеки.

Для стимулювання бізнесу важливо розробляти мобілізаційні та партнерські ініціативи, а також акцентувати увагу на експортоорієнтованих підприємствах для збільшення валютних надходжень. Для відновлення економіки, постраждалої війною, необхідно реформувати регуляторні та податкові системи, спростити важливі економічні процедури та максимально використовувати електронні сервіси. Важливим викликом є залучення максимальної кількості працездатного населення до роботи. Широкомасштабні мобілізаційні кампанії, такі як реєстрація в ТРО, можуть допомогти у цьому процесі. Важливо також і далі активно залучати фінансову допомогу від міжнародних організацій та держав, а також використовувати кошти воєнних облігацій для залучення іноземних інвесторів. Пріоритет у евакуації виробничих потужностей має надаватися підприємствам, що можуть забезпечити обороноздатність та критичну інфраструктуру, а також малим і середнім підприємствам.

Особливу увагу слід приділити малим і середнім підприємствам, розробивши спеціальні пакети кредитів, грантів та податкових пільг на тимчасовій основі, оскільки саме цей бізнес є більш гнучкими, вони можуть швидко реагувати на зміну обставин і легко евакуюватися або змінювати ланцюги поставок.

Логістика та географія експорту мають велике значення. Підтримка географії експорту та спрощення процедур імпорту та експорту мають бути пріоритетами, оскільки це допоможе забезпечити майбутні фінансові ресурси, що спрямовані на такі заходи:

- пріоритетне розмінування, відновлення та будівництво транспортної та логістичної інфраструктури;
- будівництво додаткових (резервних) маршрутів, у тому числі перенаправлення деяких торговельних потоків тощо.

Для України ключовим моментом є розширення пропускної спроможності залізниці в напрямку Європи та забезпечення додаткових потужностей для переведення вантажів з колії 1570 мм на колію 1435 мм. Іншим основним

логістичним засобом є автомобільний транспорт, де важливо скоротити час, необхідний для перевірки на численних пунктах пропуску. Доцільно також розглянути питання використання портів на Дунаї, враховуючи високу ймовірність військових дій у цьому регіоні. Критична інфраструктура, така як газопостачання, електромережі, виробництво електроенергії, водопостачання та водовідведення, потребує негайної уваги з боку державних структур. Ключовою проблемою для цих підприємств є гострий дефіцит коштів через низький рівень платежів від споживачів.

Утримання від збільшення податкових пільг може сприяти управлінню бюджетними коштами. Ефективним буде створення єдиного центру для отримання бюджетної підтримки різних категорій підприємств, що фінансуватиметься за рахунок воєнних облігацій або спеціального фонду міжнародної допомоги. В умовах воєнного стану радикальні податкові реформи, такі як введення податку на виведений капітал та ліберальні зміни в трудовому законодавстві не можуть ефективно переорієнтувати людські ресурси на дослідження та адаптацію до нових умов.

Ускладнювати відносини з підприємствами шляхом введення комплексних форм співпраці наразі є недоцільним. Такі форми співпраці можуть бути корисними лише при відновленні певних інфраструктурних об'єктів, необхідних для функціонування фінансових ринків після завершення бойових дій. Під час війни варто утриматися від укладання складних довгострокових контрактів, обмежуючись простішими формами державних закупівель товарів і послуг.

Таким чином, у воєнний період компанії повинні систематично співпрацювати з державою для досягнення перемоги над ворогом, а держава має забезпечити всі необхідні для ефективного результату умови.

Обиденнова Т.С.,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та менеджменту

Васильєв В.М.,

аспірант

ІНІ УІПА ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ОБМЕЖЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Цифровізація підприємств є надзвичайно важливою у сучасному бізнес-середовищі з багатьма вагомими перевагами. Підприємства, які успішно впроваджують цифрові технології, мають можливість оперативно реагувати на зміни на ринку та відгукуватися на вимоги клієнтів, що дозволяє збільшити їхню конкурентоспроможність. Цифрові інновації можуть відкривати нові можливості для бізнесу, включаючи введення нових продуктів та послуг, розширення ринків або створення зовсім нових бізнес-моделей.

Актуальні цифрові технології дозволяють збирати, зберігати та аналізувати великі обсяги даних, що може дати підприємствам цінні інсайти для прийняття управлінських рішень та стратегічного планування. Проте, цифровізація, хоча вона має потенціал для трансформації підприємств і поліпшення їхньої ефективності, часто зіштовхується з рядом обмежень і викликів. Сьогодні існує велика кількість факторів, які можуть обмежувати можливості цифровізації на підприємстві. До них можемо віднести наступні:

1. Відсутність необхідних ресурсів. Впровадження цифрових технологій часто потребує значних фінансових, людських та часових ресурсів. Деякі підприємства можуть бути обмежені фінансовою можливістю або відсутністю технічних експертів для реалізації таких проектів.

2. Наявність культурних бар'єрів. Цифрова трансформація може вимагати зміни в культурі підприємства, прийняття нових способів роботи та взаємодії. Існуючі методи та установлені процеси можуть стати перешкодою для успішної імплементації цифрових ініціатив.

3. Безпека даних і приватність. Збільшення обсягу даних та їх цифрове

зберігання може підвищити загрозу щодо безпеки даних і порушення приватності. Підприємства повинні вкладати значні зусилля в захист інформації від кібератак та інших загроз.

4. Наявні технологічні обмеження. Деякі галузі можуть мати обмеження в доступності або сумісності цифрових технологій, особливо в старіших або традиційних секторах, що вимагає додаткових фінансових та часових ресурсів для цифрової трансформації, що в свою чергу викликає занепокоєння у керівництва і є причиною відкладання цих процесів на неустановлений термін.

5. Навчання та перепідготовка персоналу. Впровадження нових цифрових технологій може вимагати додаткових навчання та перепідготовки персоналу. Це може вимагати додаткових фінансових та часових витрат, особливо у великих організаціях зі складною структурою та великою кількістю співробітників.

6. Законодавчі обмеження. Законодавче регулювання в галузі цифрових технологій може створювати обмеження для їхнього впровадження. Підприємства повинні дотримуватися законодавства про захист даних, конфіденційність і інші відповідні стандарти.

7. Необхідність зміни бізнес-моделі. Цифрові технології можуть вимагати перегляду та зміни бізнес-моделі підприємства. Це може бути складним процесом, особливо для компаній зі стабільними та довгостроковими моделями бізнесу.

Розуміння цих обмежень і розробка стратегій для їх подолання може допомогти підприємствам успішно впроваджувати цифрові ініціативи та досягати позитивних результатів.

Окремої уваги в сьогоденних умовах господарювання треба приділяти проблеми управлінського характеру, що можуть стати значущими бар'єрами на шляху до цифрової трансформації для суб'єктів господарювання. Ці проблеми можуть включати в себе наступне:

— відсутність стратегії цифрової трансформації через те, що багато підприємств можуть стикатися з проблемою визначення чіткої та конкретної стратегії цифрової трансформації. Відсутність чіткої маршрутною карти може

призвести до неефективного розподілу ресурсів та ризику втрати цілісності цільових процесів;

- недостатня підтримка з верхівки (успішна цифрова трансформація вимагає активної підтримки від вищого керівництва підприємства), зумовлює ускладнення або навіть зупинки впровадження нових технологій;

- культурні перешкоди, які формуються через наявність старих, консервативних культурних звичаїв і підходів в управлінні, що значно може ускладнити цифрову трансформацію. Страх нововведень, невіра в ефективність цифрових технологій та опір змінам серед персоналу можуть стати перешкодою для впровадження нових систем та процесів;

- недостатня компетентність персоналу, яка є наслідком відсутності спеціалізованих знань та навичок серед персоналу. Якщо підприємство не володіє необхідними технічними здібностями або не інвестує у навчання свого персоналу, це може сповільнити або ускладнити процес цифрової трансформації;

- проблеми з інтеграцією існуючих систем через існуючу складну інфраструктуру та системи, які можуть бути важко інтегрованими з новими цифровими технологіями. Це може призвести до затримок і додаткових витрат на вирішення проблем з інтеграцією;

- відсутність ефективних механізмів внутрішнього контролю та управління змінами, що може призвести до хаосу та неконтрольованого розподілу ресурсів у процесі цифрової трансформації.

Успішне подолання цих викликів вимагає чіткої відданості та відповідальності з боку керівництва, активної підтримки з боку всього персоналу та глибокого розуміння потенційних перешкод і шляхів їх подолання в процесі цифровізації підприємств.

Олексієнко Д.В.,
аспірант

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

ЗАКОНОМІРНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У контексті повоєнної відбудови держави, інноваційна активність уособлює зусилля та ініціативи, спрямовані на впровадження новаторських ідей, технологій та підходів для відновлення та розвитку економіки, соціальних інститутів та інфраструктури. Це поняття відображає міру готовності та здатності держави до стимулювання та підтримки інноваційних ініціатив в умовах післявоєнного відновлення [1-3]. Інноваційна активність в умовах повоєнної відбудови держави відіграє ключову роль у створенні умов для сталого розвитку та забезпечення економічного зростання та соціального процвітання.

Закономірності інноваційної активності в зазначеному контексті прослідковуються у відповідних напрямках впровадження та реалізації інновацій. Створення стимулів для інновацій реалізується через впровадження за державної ініціативи різноманітних програм та заходів, спрямованих на стимулювання інноваційних ініціатив серед підприємств, дослідницьких установ та інших суб'єктів[4-5]. Інвестиції в дослідження та розвиток здійснюються через забезпечення фінансової підтримки для наукових проєктів, розвитку нових технологій та впровадження інноваційних продуктів.

Створення інфраструктури для інновацій реалізується шляхом розвитку технологічних парків, інкубаторів підприємництва та інших інноваційних центрів для сприяння співпраці та обміну знаннями.

Підтримка підприємництва та стартапів також є однією із закономірностей інноваційної активності в умовах повоєнної відбудови. Забезпечення умов для розвитку підприємницької активності, створення сприятливого середовища для створення нових бізнесів та підтримка інноваційних стартапів.

Крім того, однією з закономірностей інноваційної діяльності є освіта та розвиток кадрів. Забезпечення доступу до якісної освіти та навчання у галузі

науки, технологій та інновацій для забезпечення кваліфікованої робочої сили для інноваційних галузей.

Інноваційна активність в умовах повоєнної відбудови держави відіграє ключову роль у створенні умов для сталого розвитку та забезпечення економічного зростання та соціального процвітання.

Список використаних джерел:

1. Залізнюк В. П., Сафонік Н. П., Кая А. С. Сучасні тенденції інноваційної діяльності підприємств України у міжнародному економічному просторі. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2021. №4 (76). С. 183-189. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/76.185>

2. Вовк О. М. Формування інноваційного потенціалу підприємств в умовах цифровізації регіональних економічних систем. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2022. Том 21. Вип. 3 (52). С. 65-79. DOI: 10.18524/2413-9998.2022.3(52).275784

3. Вірченко, В., Вірченко, В. Пріоритети розвитку інноваційної діяльності в контексті деіндустріалізації економіки України. *Економіка та суспільство*, 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-10>.

4. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення. колективна монографія за заг. ред. О.В. Ареф'євої. Київ, НАУ, 2020. 260 с.

5. Тульчинська, С. О., Солосіч, О. О. Інтелектуалізований підхід до управління економічною безпекою суб'єктів господарювання у воєнний і поствоєнний період. IV Міжнародна науково-практична конференція "Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи": матеріали тез доп. К.:НТУУ КПІ, 2022. 142-143.

ОГЛЯД СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Формування конкурентоспроможного стану підприємства являє собою певний процес з взаємопов'язаними етапами, які мають утворити одне ціле. Для того щоб вирішувати проблеми з конкурентоспроможністю підприємств потрібно розробляти і удосконалювати нові підходи, методи. У даній роботі сформована сутність визначення конкурентоспроможності підприємства.

Результати роботи будь-якого підприємства залежить від вчасної реакції на зміни зовнішнього середовища, тому що основою ринкового успіху фірми є конкурентна раціональність, тобто має бути навичка швидко думати та випереджаючи приймати рішення. Конкурентоспроможність представляє з себе складну багатофункціональну концепцію, яка досліджується багатьма дослідниками.

В таблиці 1 сформовані визначення «конкурентоспроможності фірм», дані поняття дають можливість зробити висновок, що це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.

Забезпечуючи високий рівень адаптивності фірми до динамічних змін навколишнього середовища та спроможності конкурувати на ринках з виробниками і продавцями однакових товарів має пряму залежність від ефективного використання концепції управління конкурентного стану підприємства. Базовою основою управління конкурентним станом фірми є концептуальні положення економіки, зокрема – положення теорії ринку, теорії

конкуренції, а також базові принципи та інструменти сучасних управлінських підходів, а саме – процесний, системний і ситуаційний підхід.

Таблиця 1

Поняття «керування конкурентоспроможністю підприємства»

Автор	Визначення
Л. Балабанова	Це дії, які спрямовані на аналізування діяльності наявних конкурентів, визначення їх сильних і слабких сторін, розробка стратегій, які забезпечують конкурентні переваги.
Т. Бондаренко	Планомірний і систематичний вплив на системи управління конкурентного стану з метою забезпечення стійкості.
Р. Гавриш	Сукупність певних засобів впливу на рівень конкурентного стану фірми з метою становлення бажаного рівня.
М. Галенюк	Це складова менеджменту, яка являє собою у використанні загальних функцій управління з метою забезпечення конкурентного стану фірми.
Н. Кузьмін	Це сукупність способів та важелів впливу на формування конкурентного стану продукції, що реалізуються за допомогою управлінських інструментів.

Джерело: [1]

Системні підходи в управлінні конкурентного стану фірми спираються на певну кількість чинників, які впливають на формування визначаються :

- 1) Повнотою управління конкурентного стану фірми, що передбачає впровадження певних управлінських заходів.
- 2) Направлення управління на певні об'єкти фірми
- 3) Упровадження різних видів діяльності у процесі формування конкурентоспроможності підприємства.
- 4) Ефективність управління досягають усіма видами менеджменту та маркетингом.

5) Створення конкурентоспроможності відбувається на різних стадіях життєвого циклу продукту.

Системний підхід до управління розвитком конкурентного стану полягає в здійсненні управлінського впливу на сформування факторів та показників оцінки цих параметрів з метою майбутнього формування та розвитку стійких переваг в умовах зміни навколишнього середовища ринку.

Серед важливих понять та принципів системних підходів можна виділити цілісність, структуру, зв'язок, і організацію, рівні систем та ієрархію цих рівнів, мета, управління та доцільність поведінки систем, самоорганізацію систем, функціонування і розвиток.

Системні підходи до керування конкурентним станом фірми полягає у виявленні взаємопов'язаних процесів в середині конкурентного потенціалу, управління потенціалу підвищує ефективність досягнення цілей фірми.

Системне аналізування конкурентного стану фірми не може відбуватися без огляду її взаємозв'язку з іншими об'єктами зі схожим продуктом.

Виокремлюють три рівні формування конкурентного стану підприємств:

1) Мікро рівень – відбувається формування конкурентоспроможності товарів та підприємства загалом.

2) Мезо рівень - формування галузей і кластерів конкурентного стану.

3) Макро рівень – формування конкурентоспроможних територій, регіонів чи країн.

На кожному етапі виділяють специфічні групи чинників, що мають зв'язок між собою і мають вплив на конкурентоспроможність відповідних суб'єктів.

Основні напрями для формування систем управління конкурентного спроможного стану підприємства є :

1) Організаційний напрям – формування структури управління , яка здатна забезпечити рівень конкурентоспроможності продукту.

2) Виробничо-збутовий напрям – це забезпечення виробництва продукту певної якості та кількості.

3) Маркетинговий напрям – це процес використання різних каналів комунікації для просування продукту

4) Технологічний напрям – удосконалення технологій виробництва .

Отже, в даній роботі розглянули поняття «управління конкурентним станом підприємства» та узагальнили його цілеспрямовані дії на майбутній рівень конкурентного стану підприємства.

Значимість системних підходів до формування конкурентного стану фірми полягає в тому, що він дозволяє оцінити конкурентний стан підприємства , його управління в цілому, так і на рівнях конкретних переваг , дає можливість проаналізувати будь-яку ситуацію, виявити характер проблем.

Список використаних джерел

1. Шульга Л. В., Даниленко В. І., Терещенко І. О., Вакуленко Ю. В., Хрипко А.А. Системний підхід до формування конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2022. No 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10296>. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.5.87

Павленко А.С.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА ВНУТРІШНІХ ТА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Розглядаючи сучасну практику управління економічним потенціалом, варто звернути увагу на інноваційна активність підприємств на внутрішніх та зовнішніх ринках. Інновації відіграють ключову роль у забезпеченні успіху підприємств на внутрішньому ринку і дозволяють їм зберігати і розширювати свої позиції.

Приведемо деякі аспекти, що підкреслюють роль інновацій у стимулюванні конкурентоспроможності на внутрішньому ринку:

- розвиток нових продуктів і послуг: інновації дозволяють підприємствам створювати нові продукти і послуги, які відповідають потребам споживачів і відзначаються унікальними характеристиками. Це дозволяє підприємствам займати лідерські позиції на ринку та залучати нових клієнтів;
- зростаюча роль ефективності виробництва: інновації у виробничих процесах, використання новітніх технологій та методів роботи дозволяють підприємствам підвищувати продуктивність, знижувати витрати тощо;
- створення унікального бренду: інновації допомагають підприємствам будувати сильний бренд, який асоціюється з якістю, надійністю та передовими технологіями. Це створює додаткову цінність для споживачів і дозволяє встановлювати вищі ціни за продукцію чи послуги;
- реакція на зміни в ринкових умовах: інновації дозволяють підприємствам швидко адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі, таких як зміна попиту, технологічні зрушення або зміни в законодавстві;
- залучення талановитих кадрів: інноваційні підходи і проекти привертають талановитих співробітників, які готові працювати над новаторськими ідеями та допомагати компанії розвиватися.

Таким чином, інновації відіграють важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому ринку, допомагаючи їм не лише виживати, а й процвітати в умовах постійних змін і конкуренції.

Вплив інноваційних підходів на зовнішні ринки є ключовим для успіху підприємств у глобальному бізнесі. Інновації дозволяють підприємствам відкривати нові можливості і отримувати конкурентні переваги на міжнародному рівні. Конкурентні переваги: інновації дозволяють підприємствам створювати унікальні пропозиції, які відрізняють їх від конкурентів на зовнішніх ринках. Розвиток міжнародного бренду: інноваційні підходи допомагають підприємствам створювати сильний міжнародний бренд, який асоціюється з передовими технологіями, якістю і інноваціями. Підвищення ефективності маркетингу та

збуту: інноваційні продукти чи послуги створюють нові можливості для маркетингових стратегій та каналів збуту. Креативний підхід до реклами та продажів дозволяє підприємствам привертати увагу міжнародних клієнтів і розширювати свою клієнтську базу. Створення партнерств і співпраці: інноваційні підходи можуть бути основою для створення стратегічних партнерств і співпраці з іншими компаніями на зовнішніх ринках. Це дозволяє об'єднувати ресурси та компетенції для досягнення спільних цілей і отримання взаємовигідних результатів.

Аналіз інноваційних стратегій у сучасному бізнесі, включаючи як успішні кейси, так і вивчення невдач, є важливою складовою для розвитку підприємств та вивчення цінних уроків:

– успішні кейси: Apple – Компанія Apple відома своїми інноваційними продуктами, такими як iPhone, iPad та інші. Їх успіх полягає в поєднанні технологічних нововведень з дизайном та маркетингом. Apple продемонструвала, як інноваційні продукти можуть змінювати галузі і створювати нові ринки. Tesla – Компанія Tesla є прикладом успішної інноваційної стратегії у сфері автомобільної промисловості. Вони впроваджують передові технології у виробництво електромобілів та розробляють системи автопілоту, що змінюють уявлення про майбутнє автотранспорту. Amazon – Amazon відомий своїм стратегічним підходом до інновацій у сфері електронної торгівлі та хмарних послуг. Вони постійно впроваджують нові технології, такі як штучний інтелект, робототехніка тощо;

– детальне вивчення недоліків: Nokia – Nokia є прикладом невдачі у збереженні лідерської позиції на ринку мобільних телефонів через недостатню реакцію на зміни технологій та ринкові тенденції. Їх історія нагадує про важливість постійного інноваційного розвитку і адаптації до змін. Blockbuster – Компанія Blockbuster є прикладом невдачі у відповіді на діджиталізацію ринку розповсюдження відео. Не зумівши швидко адаптуватися до нових технологій і моделей бізнесу, вони втратили свою позицію на ринку. Kodak – Kodak є ще

одним прикладом компанії, яка не змогла адаптуватися до цифрової епохи фотографії, не дивлячись на те, що сама вона була піонером у цій галузі.

Таким чином, дуже важливим є постійне вдосконалення та інноваційний напрям розвитку для виживання на ринку. Успішні кейси підкреслюють важливість інноваційного підходу та постійного пошуку нових можливостей. Обидва аспекти – успішність і невдачі надають цінний досвід для підприємств і допомагають вивчати та покращувати інноваційні стратегії в сучасному бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Васюткіна, Н. В., Андрієнко, М. М., Самітов, Р. О. Стратегічне управління людськими ресурсами підприємства на основі інноваційно-креативних компетенцій / *Сталий розвиток економіки* / 2024. № 2(49), С. 15-22. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/929>

2. Kostunik, O., Andriienko, M., Voinalovych, I., Bosa, I. and Bilychenko, M. (2023) «ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR THE FORMATION OF THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INTELLECTUAL AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SOCIETY», *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 45(4), pp. 399–405. doi: 10.15544/mts.2023.39. <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/5111>

Панасюк М.С.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ

Сучасний розвиток авіаційної галузі відіграє досить суттєву роль у глобальному суспільстві, оскільки саме вона задіяна та має зв'язки у багатьох

сферах нашого життя, виконуючи при цьому ряд завдань, зокрема: перевезення пасажирів, пошти та багажу, виконання різних сільськогосподарських робіт, будівництво, обмін інформацією і т.п.

Відповідно до статистичних даних, повітряний транспорт не відіграє істотної ролі в загальному обсязі вантажних і пасажирських перевезень, хоча він поза конкуренцією серед інших видів транспорту у відношенні швидкості доставки пасажирів і термінових вантажів на великі відстані (середня відстань доставки 1 пасажирів повітряним транспортом у 10-15 разів більше аналогічного показника в найближчого конкурента – залізничного транспорту – і має тенденцію до зростання). Саме цей показник є домінантним у визначенні перспектив розвитку авіаційного транспорту. Проблеми, що очікують свого вирішення у відношенні цього виду транспорту, стосуються насамперед комплектації парку літаків їхніми конкурентоспроможними типами, будівництва й реконструкції ряду об'єктів авіаційно-виробничої інфраструктури, структурної реорганізації управління авіацією тощо [1].

В Україні державне управління авіаційним транспортом здійснює Державна авіаційна служба, згідно з Положенням, затвердженим Указом Президента України від 6 квітня 2011 р., вона є центральним органом виконавчої влади, діяльність якої спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України, здійснює формування та реалізацію державної політики у сфері цивільної авіації та використання повітряного простору, розробляє нормативно-правову базу для регулювання діяльності у галузі тощо [2].

Україна до війни володіла значним потенціалом створенням та виробництвом авіаційної техніки. Авіаційний транспорт України об'єднаний у «Авіалінії України», до яких належать майже 30 авіазагонів, 100 аеродромів, а також підприємства з ремонту авіатехніки, приватні авіалінії. Існуючі виробничі потужності аеропортів дозволяють забезпечити перевезення до 60 млн. пасажирів та 182,5 тис. т. вантажів на рік [3].

Потрібно зауважити, що якість літака й ефективність його використання як транспортного засобу визначаються внутрішньо-технічними характеристиками,

зокрема – надійністю та терміном використання та іншими технічними характеристиками.

Оскільки сучасні тенденції вимагають значної уваги до інноваційного розвитку та технологічного оновлення у сфері авіаційної науки й техніки, це дає дозволяє зробити узагальнення про необхідність підвищення технічних характеристик, підтвердженням чого є досягнення рекордних швидкостей, висот і відстаней польотів. На думку багатьох вчених і практиків у галузі авіації в майбутньому такі перевезення будуть займати найвищі щаблі у розбудові транспортної галузі, що в свою чергу, призведе до подальшого становлення її як основного індикатора інноваційно-цивілізаційного механізму розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. Системи технологій залізничного транспорту: конспект лекцій / Т. В. Бутько, О. Е. Шандер, Л. О. Пархоменко, В. М. Прохоров. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 80 с.
2. Положення про Державну авіаційну службу України: затверджене Указом Президента України від 6 квітня 2011 р. № 398/2011 // Офіційний вісник України. 2011. № 29. С. 1233.
3. Геєць І. О., Волох О. В. Європеїзація авіапростору України та підписання угоди про спільний авіаційний простір. АЕРО – 2014. Повітряне і космічне право. Київ, 2014. 295 с.

Патлай А.І.,

аспірант

Науковий керівник: Сімкова Т.О., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАСШТАБУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки, яка відрізняється безперервними перетвореннями, зрозуміло, що кожне підприємство з метою розвитку своєї діяльності, утримання наявних ринкових переваг, збереження

необхідного рівня конкурентоспроможності та підтримання належного економічного потенціалу має постійно коригувати свою виробничо-господарську діяльність у відповідності до вимог зовнішнього впливу.

Масштаб діяльності підприємства визначається розміром діяльності підприємства, часткою ринку, капіталом підприємства та існуючими ресурсами. В даному випадку масштаб діяльності підприємства обумовлюється порівняльними критеріями з іншими гравцями ринку, які мають схожі характеристики, або з підприємством, яке має найвищі показники діяльності. Показники для визначення масштабу діяльності підприємства одночасно являються критеріями для його вимірювання. Залежно від критеріїв, обраних для визначення розміру підприємства, можна виділити кількісний, якісний, комбінований та системний підходи до формування масштабу підприємства.

Таким чином, серед обраних підходів кількісний підхід щодо формування та оцінки масштабів діяльності підприємства є найбільш розповсюдженим, оскільки ґрунтується на математичних, статистичних та фінансових розрахунках, які дозволяють об'єктивно та неупереджено оцінити реальну ситуацію. При цьому основними критеріями оцінки є обсяг продажів, кількість працівників, балансова вартість активів, рівень використання наявних ресурсів тощо. Основною перевагою кількісного підходу до визначення масштабів діяльності підприємства є його доступність та простота використання, оскільки більшість вихідної інформації про діяльність суб'єкта господарювання можна отримати з відкритих джерел. Водночас основними недоліками кількісного підходу є його абсолютизація, відсутність теоретичної бази, яка визначає доцільність та обґрунтованість вибору того чи іншого показника, а отже, викликає труднощі у використанні їх для порівняльного аналізу.

Якісний підхід до визначення масштабу діяльності підприємства базується на використанні якісних критеріїв оцінки, які ґрунтуються на досить широкому спектрі інтуїтивних тверджень і висновків. Система оцінки масштабу діяльності підприємства може включати такі якісні критерії, як система управління, система контролю продуктивності та ефективності виробництва, система мотивації тощо.

Однак використання такого підходу має ряд недоліків, основними з яких є складність його практичного застосування, оскільки існує висока ймовірність надання хибних суб'єктивних висновків, а також наявність великої кількості якісних критеріїв, сукупність яких може призвести до неправдивих тверджень.

Комбінований підхід до оцінки масштабів діяльності підприємства - це поєднання кількісного та якісного підходів, що є ідеальним інструментом, який може надати більш комплексні та збалансовані висновки щодо масштабів діяльності підприємства. Основними критеріями оцінки розміру підприємства, запропонованими вченими, є: обсяг виробленої та реалізованої продукції; потужність існуючих ресурсів (капіталу, людських ресурсів тощо); ступінь системи управління, адміністративних процедур і технологій; системність управління; рівень власності та управлінських позицій.

Вищезазначені підходи щодо визначення масштабів діяльності підприємства ґрунтуються виключно на внутрішньому середовищі підприємства та не враховують зовнішнє середовище, яке має значний вплив на діяльність суб'єктів господарювання. Саме використання системного підходу дає можливість надати повні висновки щодо рівня масштабності підприємства, оскільки обрані критерії включають показники для оцінки як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Патlachuk O.B.,

*доктор юридичних наук, доцент, завідувач кафедри правознавства
Північноукраїнський інститут імені Героїв Крут Приватного акціонерного
товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління
персоналом», м. Чернігів, Україна*

МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

На сучасному етапі тематика розвитку ринку криптовалют викликає великий інтерес дослідників. Різні автори пропонують найрізноманітніші визначення криптовалют. Одні визначають криптовалюти як цифрові валюти, емісія та облік

яких ґрунтуються на криптографічних методах; інші – як електронні платіжні кошти, облік операцій із якими відбувається децентралізовано з урахуванням заздалегідь встановлених правил; треті як нову форму електронних грошей. Але попри різноманітність визначень та думок, очевидно те, що криптовалюта – це новий інструмент фінансового ринку.

У цій статті зупинимося на важливому аспекті розвитку ринку криптовалюти – його державному регулюванні. З позиції регулювання умовно виділяють три групи держав:

- 1) держави, у яких криптовалюти мають офіційний статус (товару, фінансового активу, платіжного засобу та іншого інструменту);
- 2) країни, які не регулюють криптовалюти, але не карають їх користувачів;
- 3) операції з криптовалютами заборонено лише на рівні держави.

До першої групи держав належать близько сорока країн, серед яких Австралія, Аргентина, Великобританія, Німеччина, Данія, Канада, США, Саудівська Аравія, Сінгапур, Франція, Швейцарія, Швеція, Південна Корея, Японія та ін. Так, Аргентина – одна з провідних країн щодо використання криптовалют. Департамент UIF у липні 2014 р. дозволив усім фінансовим інститутам проводити операції з біткоїнами та іншими віртуальними валютами та зобов'язав їх інформувати про зроблені операції з криптовалютами. У США правове регулювання криптовалюти обмежене. У 2014 році Internal Revenue Service (Служба внутрішніх доходів країни) означила, що віртуальна валюта розглядається як майно для цілей оподаткування.

Проте операції з випуску криптовалют в окремих випадках розглядаються як розміщення цінних паперів, й у разі застосовуються самі вимоги до криптовалют, як і до традиційних цінних паперів. У Швейцарії криптовалюта розглядається як активи, і операції з ними не вимагають спеціальних дозволів, але купівля та продаж криптовалют на комерційній основі та торгових майданчиках підлягає ліцензуванню. Швейцарська служба з нагляду за фінансовими ринками (FINMA – The Swiss Financial Market Supervisory Authority) класифікує токени на три типи:

як платіжний засіб, як актив і як вигода. У Японії з квітня 2017 р. криптовалюта визнана законним засобом платежу.

У Сінгапурі криптовалюта сприймається як актив, а чи не засіб платежу. Валютне управління Сінгапуру – Monetary Authority of Singapore (MAS) випустило ряд документів, що регулюють публічне розміщення цифрових активів (токенів) та торгівлю ними.

Наприкінці січня 2018 р. Комісія з фінансових послуг Південної Кореї (FSC – Financial Services Commission) запровадила повну заборону на анонімну торгівлю електронними валютами з метою попередження громадськості щодо потенційних ризиків. Зокрема, трейдерам, які працюють з криптовалютою, рекомендовано використовувати свої реальні дані та банківські рахунки.

Венесуела стала першою країною, яка запустила 20 лютого 2018 р. у продаж свою криптовалюту – петро, забезпечену власними резервами та природними багатствами, причому загальний випуск запланований обсягом 100 млн одиниць петро. Цей крок було зроблено багато в чому, сподіваючись на потенційні зарубіжні інвестиції – необхідне джерело фінансування для національної економіки. Від інших відомих різновидів криптовалют її відрізняє забезпечення реальним активом у вигляді 5 млрд барелів нафти.

Європейське управління з нагляду за ринком цінних паперів (ESMA – European Securities and Markets Authority) спільно з Європейським банківським управлінням (EBA – European Banking Authority) та Європейським страховим і пенсійним управлінням (EIOPA – European Insurance and Occupational Pensions Authority) у лютому 2018 р. попередили громадськість про високі ризики під час інвестування у криптовалюту. Фінансові регулятори не можуть гарантувати вартість криптовалюти, а інвестори, вкладаючи в криптовалюту, піддають вкладені кошти відповідним ризикам.

Китай також належить до другої групи країн. Народний банк КНР підготував пакет обмежувальних заходів проти первинного розміщення криптовалют та торгівлі ними в країні та за її межами. Ці заходи по суті – реакція регулюючих органів на протиправні дії з криптовалютою після заборони їхнього обороту на

національному ринку. Так, у 2017 р. заборонено первинне розміщення криптовалюти, закрито торговельні майданчики, обмежено майнінг біткоїна. У цих умовах китайські майнери поспішили перевести операції за кордон.

У Таїланді криптовалюти не визнаються законним платіжним засобом, доки не прийнято закон, що їх регулює. Тому Центральний банк рекомендував банкам та фінансовим інститутам утриматися від операцій з криптовалютою щодо торгівлі та інвестицій. Але ці рекомендації не поширюються онлайн-біржі.

До третьої групи країн, де операції з криптовалютою заборонені, належать В'єтнам, Індонезія, Ліван, Непал, Пакистан та ін.

Очевидно, що поки криптовалюта не визнана державою, є сумніви в тому, що вона матиме повну довіру. У перспективі криптовалюти безперечно регулюватимуться на міжнародному рівні, причому акцент буде зроблено на запобіганні використанню цифрових активів для відмивання грошей та незаконних фінансових операцій.

Патlachук Т.В.,

аспірант

Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України,

м. Харків, Україна

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ

Інтенсивність застосування інформаційно-комунікаційних технологій, діджиталізація процесів логістичного обслуговування, збільшення обсягів електронної комерції, персоналізація логістичних послуг вимагають пошуку принципово нових підходів до формування системи управління взаємовідносинами зі споживачами [1] з урахуванням глобальних викликів цифрового простору. Як зазначено у звіті CMSWire про стан цифрової взаємодії з

клієнтами за 2023 рік, цифрове обслуговування клієнтів визнано найважливішим інструментом для обстежених компаній. Про це вказали 79% опитаних. Експерти Digital Marketing Institute прогнозують, що до 2025 р. витрати на стратегії цифрової трансформації в усьому світі досягнуть 2,8 трлн дол. США. Ці інвестиції допоможуть міжнародним компаніям впроваджувати комплексну цифрову стратегію для взаємодії зі споживачами та скорочення часу, який необхідно для виведення продукції або послуг на глобальні та національні ринки.

Якщо розглядати Україну, то слід зазначити, що на вітчизняних підприємствах в останнє десятиріччя (у довоєнний період) актуалізуються проблеми використання інформаційно-комунікаційних технологій при управлінні взаємовідносинами зі споживачами. Так, за даними Державної служби статистики України, загальна кількість підприємств, у яких веб-сайт забезпечував можливості обслуговування клієнтів, зросла у 2021 р. порівняно з 2017 р. на 28,6%. Це обумовлено збільшенням кількості підприємств у будівництві на 46,2%; оптовій і роздрібній торгівлі – на 28,3%; готельно-ресторанному бізнесі – на 27,7%; переробній промисловості – на 23,6%; у сфері інформації та телекомунікації – на 15,4%; транспорті й складському господарстві – на 15,2%. Загальна кількість підприємств, які застосовували соціальні медіа для отримання відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання, зросла за 2017-2021 рр. на 59,9%, а для залучення клієнтів у інноваційний розвиток продукції – на 55,1%.

Аналіз статистичних матеріалів показує, що за досліджуваний період збільшилася загальна кількість підприємств, які купували програми для управління взаємовідносинами з клієнтами. Так, значення даного показника зросло на 92,1% через збільшення кількості підприємств у секторі готельно-ресторанних послуг – на 160,7%; транспортних, складських, поштових і кур'єрських послуг – на 117,9%; будівництві – на 116,5%; оптовій і роздрібній торгівлі – на 100,6%; переробній промисловості – на 85,6%; у сфері інформації та телекомунікації – на 41,1%.

Однак варто зауважити, що за 2017-2021 рр. спостерігалася тенденція скорочення загальної кількості підприємств, які отримували замовлення через

комп'ютерні мережі на продаж товарів або послуг. Так, кількість підприємств за всіма видами економічної діяльності, які здійснювали електронну торгівлю, зменшилася на 3,2% унаслідок зниження кількості суб'єктів господарювання у сфері транспорту й складського господарства – на 28,2%; інформації та телекомунікацій – на 7,5%; переробній промисловості на 6,4%; будівництві – на 2,9%. А у сфері оптової й роздрібною торгівлі кількість таких підприємств, навпаки, зросла на 3,2%, а у готельно-ресторанному бізнесі – на 41,3%.

У 2021 р. найбільша частка обсягу реалізованої продукції, який отримано засобами електронної торгівлі, припадала на підприємства у сфері оптової й роздрібною торгівлі (42,4% загальноукраїнського обсягу реалізованої продукції суб'єктів господарювання за всіма видами економічної діяльності); транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності (37,8%); переробної промисловості (15,1%). При цьому питома вага обсягу реалізованої продукції торговельних підприємств, який отримано шляхом електронної торгівлі, скоротилася за 2018-2021 рр. на 14 відсоткових пункти або з 56,4 до 42,4%; а у переробній промисловості – на 8 в.п. або з 23,1 до 15,1%. Частка обсягу реалізованої продукції підприємств у секторі транспорту й складського господарства збільшилася у 2021 р. порівняно з 2018 р. на 24,1 в.п. або з 13,7 до 37,8% загальноукраїнського обсягу реалізованої продукції суб'єктів господарювання за всіма видами економічної діяльності.

У результаті проведених досліджень [2] встановлено, що у сучасних умовах господарювання доцільно розробляти й реалізовувати цифрову стратегію управління партнерськими взаємовідносинами зі споживачами на засадах мережевої та інформаційної економіки, концепції маркетингу взаємодії, теорій мереж і стейкхолдерів (зацікавлених учасників), яка має включати такі елементи: 1) використання digital-каналів та інформаційного інструментарію; 2) формування якісно нової культури маркетингових комунікацій; 3) напрями підвищення якості логістичного сервісу; 4) формування омніканального середовища (інтеграція всіх digital-каналів, роздрібних точок і back-office у єдиний інформаційний простір, тобто застосування омніканальності як

ключового інструменту клієнтоорієнтованої моделі [3] партнерських взаємовідносин зі споживачами).

У подальших дослідженнях планується узагальнити теоретичні підходи до визначення поняття «поведінкова економіка».

Список використаних джерел:

1. Kwilinski A., Trushkina N., Birca I., Shkrygun Yu. Organizational and Economic Mechanism of the Customer Relationship Management under the Era of Digital Transformations. *E3S Web of Conferences*. 2023. Vol. 456. Article 05002. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345605002>.
2. Трушкіна Н. В., Патlachук Т. В. Науково-методичне забезпечення формування системи управління взаємовідносинами зі споживачами в цифровому просторі. *Бізнес Інформ*. 2023. № 9. С. 331-345. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-331-345>.
3. Трушкіна Н. В. Клієнтоорієнтований підхід до логістичного сервісу в умовах інформаційної економіки. *Бізнес Інформ*. 2020. № 6. С. 196-204. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-196-204>.

Підгора Є.О.,

кандидат технічних наук, доцент

Веліков М.Х.,

здобувач вищої освіти

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна

УПРАВЛІНСЬКИЙ ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне підприємство функціонує в умовах динамічних змін економічного середовища, невизначеності та ризикованості, що вимагає від бізнесу пошуку шляхів підвищення ефективності управління та налагодження системи планування бізнес-процесів з метою забезпечення конкурентоспроможності і прибутковості діяльності.

Управління підприємством – це системний процес взаємопов'язаних дій, які ініціюються керівництвом підприємства задля досягнення поставлених цілей шляхом планування, організації, мотивації та контролю діяльності суб'єкта господарювання, з метою забезпечення оптимального рівня задоволення інтересів і потреб максимальної кількості зацікавлених сторін.

Управління тісно пов'язано з ефективністю діяльності. Як вважають Пілецька С. Т. та Коритько Т. Ю. «ефективність управління – це економічна категорія, що відображає внесок управлінської діяльності в результативність керуючої системи і характеризується різними показниками, як об'єкту управління, так і власної управлінської діяльності (суб'єкту управління)» [1, с.101].

Управлінський підхід до підвищення ефективності діяльності підприємства відноситься до стратегій, методів та процесів, які використовуються для управління підприємством з метою досягнення кращих результатів, а саме підвищення показників продуктивності, рентабельності, прибутковості, ліквідності, фінансової стійкості. І ці показники якраз і оцінюють рівень раціональності організації управлінського процесу, а їх зростання свідчить про високий рівень ефективності управління на підприємстві. Удосконалення управління бізнес-структурою можна узагальнити наступними напрямками.

1. Впровадження інноваційних технологій управління підприємством загалом та управління ресурсами підприємства. Деякі новітні технології та інструменти, які можна запропонувати для управління бізнесом, включають: програмне забезпечення для планування ресурсів підприємства (ERP), що об'єднує різні функції (фінанси, кадри, управління ланцюгом поставок тощо) в одну комплексну платформу; програмне забезпечення для управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) як засіб керування даними про клієнтів, взаємодією та стосунками з клієнтами з метою підвищення рівня задоволеності та лояльності клієнтів; інструменти Business Intelligence (BI) для аналізу та візуалізації процесів прийняття обґрунтованих бізнес-рішень; інструменти для співпраці співробітників (Slack, Microsoft Teams, Google Workspace); інструменти

управління проєктами (Asana, Trello, Jira), які дозволяють ефективно планувати, організовувати та відстежувати завдання за проєктами; роботизована автоматизація процесів (RPA) – технологія, що автоматизує повторювані завдання, звільняючи людські ресурси для більш стратегічної діяльності; послуги хмарних обчислень (хмарні платформи AWS, Azure, Google Cloud).

2. Розвиток людського капіталу. Залучення та розвиток висококваліфікованих кадрів, підвищення їхньої мотивації та залучення до прийняття рішень є важливим напрямком покращення управлінських підходів. Деталізація цього напрямку передбачає: залучення експертів, досвідчених фахівців у галузі управління з метою отримання нових ідей та підходів креативного управління; проведення регулярних тренінгів та семінарів для керівників та працівників; впровадження проєктів з відкритим управлінням передбачає залучення рядових працівників до прийняття рішень.

3. Планування та стратегічне управління. Розробка стратегічних планів та цілей для довгострокового розвитку підприємства шляхом усвідомлення місії підприємства; визначення стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність підприємства; вибір визначаючої стратегічної моделі розвитку підприємства з урахуванням стадії його життєвого циклу; формування системи стратегічних цілей з урахуванням визначаючої стратегічної моделі розвитку підприємства; розроблення альтернативних стратегій розвитку підприємства та сценаріїв їх реалізації.

4. Впровадження системи управління якістю для забезпечення вимог клієнтів.

5. Зниження витрат на виробництво та збут продукції.

6. Розвиток логістики та зниження часу шляхом управління ланцюгами поставок.

7. Управління інформаційними технологіями шляхом впровадження сучасних систем та програмного забезпечення для підвищення ефективності управлінських процесів; розвиток та підтримка безпеки даних та захисту інформації від зовнішніх загроз.

8. Управління інноваціями та розвитком; створення та підтримка інноваційної культури на підприємстві для стимулювання креативності та інноваційності працівників.

9. Управління зовнішніми відносинами на основі розвитку та підтримки партнерських відносин з постачальниками, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами; впровадження ефективних систем маркетингу та продажів для залучення нових клієнтів та збереження старих; створення позитивного іміджу та репутації підприємства на ринку.

Отже, підвищення ефективності управління підприємством можна досягти шляхом одночасного впровадження вищенаведених управлінських змін.

Список використаних джерел:

1. Пілецька С. Т., Коритько Т. Ю. Ефективність управління підприємством, підходи та методи щодо її оцінки. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 5. С. 100-106.

Пілецька С.Т.,

д.е.н., професор кафедри економіки повітряного транспорту

Петровська С.В.,

к.е.н., доцент, в. о. декана Факультету економіки та бізнес-адміністрування

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Економічні реалії останніх років наочно показали, що орієнтація на інноваційну стратегію розвитку є одним з необхідних умов забезпечення економічного потенціалу підприємства. Для того щоб бути успішним в умовах сучасного ринку, підприємству необхідно вміти оперативно реагувати на зміни кон'юнктури, переорієнтувати виробництво на випуск нової продукції і перебудовувати бізнес-процеси, що втрачають ефективність.

Вибір підприємством довгострокової стратегії повинен базуватися на досить повної і достовірної оцінки наявних інноваційних можливостей і властивих специфіці діяльності інноваційних ризиків. Вивченню цих проблем повинно приділятися підвищена увага ще й тому, що інноваційний потенціал підприємства, його наявність і достатність роблять безпосередній вплив на довгострокову стійкість підприємства.

Пропонуємо виділяти такі основні компоненти інноваційного потенціалу: а саме, маркетинг, виробництво, ресурси. Каталізатори інноваційної активності, серед яких інформаційна та кадрова складова.

Ключові компоненти мають вирішальний вплив на інноваційний потенціал, охоплюють різні функціональні сфери та мають системний і мотивуючий характер в силу значного взаємовпливу.

Ресурсний блок інноваційного потенціалу - це ті елементи, які згодом увійдуть до складу інноваційних витрат підприємства. Структура інноваційних витрат, а значить, і потреба в інноваційних ресурсах різна на кожній стадії життєвого циклу інновацій. На стадії досліджень і проектування частка матеріальних витрат невелика, важливе значення мають інтелектуальні ресурси, в тому числі і кадрова складова, від ефективності якої багато в чому залежить весь подальший успіх інноваційного проекту.

На стадії виробництва і практичної реалізації інноваційних рішень, на перший план виходять матеріальні і технологічні компоненти. Матеріально-технологічні ресурси - це майновий комплекс підприємства, рівень організації якого характеризує здатність швидко переорієнтувати виробництво на виготовлення інноваційного продукту. Ці ресурси визначають базу потенціалу, безпосередньо впливаючи на темпи і масштаби інноваційної діяльності.

Під каталізаторами інноваційної активності розуміються чинники, які не задовольняють всім перерахованим вимогам, але можуть зробити істотний вплив на інноваційний потенціал, прискорити або сповільнити темпи інноваційного розвитку: інформаційні ресурси; організаційно-управлінські ресурси.

Економічний потенціал – перша умова впровадження інноваційного менеджменту. Беручи до уваги сучасні умови провадження діяльності та інформацію про існуючі підходи, можна дійти невтішного висновку, що «економічний потенціал є наявність активів (ресурсів та резервів), що використовуються в даний час та/або авансованих та забезпечених відповідними джерелами фінансування, що виникають в результаті економічної діяльності підприємства в рамках стратегії розвитку, а також існуючих або можливих умов та обмежень законодавчого, фінансового, організаційно- технічного, галузевого та територіального характеру» [4].

В умовах глобалізації економіки та посилення конкурентної боротьби значною мірою зростає роль інноваційної (науково-технічної) діяльності для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Інноваційний потенціал може залишитися незатребуваним, якщо підприємство не буде мати достатній економічний потенціал і ефективно його використовувати. Стійкий розвиток та конкурентоспроможність підприємства залежать від рівня та ефективності використання економічного потенціалу. Рівень використання економічного потенціалу, з одного боку, характеризує раціональне використання всіх наявних ресурсів у на даний час, з іншого боку, наявність потенційних можливостей у розвиток у майбутньому.

Потенціал має двокомпонентну структуру. Перша компонента – це досягнутий потенціал, друга компонента – потенціал розвитку підприємства. А розвиток підприємства завжди має на увазі здійснення інноваційної діяльності. Економічний потенціал та інноваційний потенціал не можуть існувати відокремлено та незалежно від інших економічних категорій, навпаки, вони тісно пов'язані з іншими видами потенціалів та між собою. Передова зарубіжна та вітчизняна наука довела, що інноваційні компоненти здатні перетворити виробничу сферу шляхом оновлення виробничого апарату здійснюючі мотивацію персоналу та ефективного його використання.

Таким чином, управління інноваційною діяльністю підприємства має ґрунтуватися на повному і достовірному аналізі своїх інноваційних можливостей, існуючих інноваційних ризиків та інноваційної репрезентативності ніші в цілому.

Інноваційні можливості підприємства визначаються наявністю у неї відповідних ресурсів – фінансових, ринкових, матеріально-технічних, кадрових і т.д. Сукупність ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, і чинників, опосередковано на неї впливають, становить інноваційний потенціал організації. При грамотному управлінні наявними ресурсами інноваційний процес може стати основним визначником вартості підприємства, підвищити його конкурентоспроможність і інвестиційну привабливість.

Список використаних джерел:

1. Арєф'єва О.В. Компетентісно-функціональний підхід в інноваційному управлінні конкурентоспроможністю авіапідприємств в умовах економіки знань. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. Монографія / за ред. Арєф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2018. С. 7-17.

2. Арєф'єва О.В., Пілецька С.Т., Резніченко Д.С. Стратегічне управління потенціалом інноваційного підприємства. *Інноваційні платформи управління економічними процесами в умовах цифровізації економіки*: кол. моногр. За ред. д.е.н., проф. Прохорової В.В. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2020. 293 с. підр. 4.1. С. 183-194.

3. Арєф'єва, О., Сімкова, Т., & Жураківський, В. (2022). Стратегічний розвиток авіатранспортних підприємств в конкурентних умовах. *Економіка та суспільство*, (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-101>

4. Атамас О. Інвестиційна діяльність в Україні: реалії сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2023. (54). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-42>

5. Каут О., & Пирогов Д. Організація процесу інвестиційної діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. (33). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-89>

6. Пілецька С. Т., Петровська С. В., Петровський О. О. Категоріальний апарат маркетингового забезпечення інноваційного розвитку транспортних підприємств. Наукоємні технології. № 4(40), 2019. С.557 – 566.

7. Пілецька С.Т., Ткаченко Є.В. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства «Економічні студії» Випуск 1 (27) березень 2020 р. С.146 – 151

8. Сириченко Н.С. Міжнародне інвестування: теоретико-практичні аспекти дослідження: монографія/ МОН України, Донецький національний університет ім. Василя Стуса. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2018. 183 с.

9. Arefieva O., Piletska S., Khaustova V., Poberezhna Z., Zyz D. (2021) Monitoring the economic stability of the company's business processes as a prerequisite for sustainable development: investment and security aspects. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. Vol. 628. No. 1. pp. 012042

10. Korytko T., Piletska S. Model of the Adaptive Management System of an Industrial Enterprise in the Conditions of Industry 4.0. Economic Herald of the Donbas. Quarterly scientific journal. Kyiv – Poltava. № 4 (70). 2022. С. 76-80. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-4\(70\)-76-80](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-4(70)-76-80)

11. Piletska S. Innovative development of Ukraine in the conditions of economy. Digital economy and digital society. Katowice School of Technology. 2019. С.301-310.

12. Buleev Ivan P, Bryukhovetskaya Natalya YЃμ, Korytko Tetyana Yu, Piletska Samira T., Kruk Olena N. Formation of a Regional Development Strategy According to the Level of Investment Activity of Enterprises. Montenegrin Journal of Economics. Economic Laboratory for Transition Research (ELIT). Volume 15 Number 3. 2019, p. 113-124. http://repec.mnje.com/mje/2019/v15-n03/mje_2019_v15-n03-18.pdf

ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ

Авіаційна галузь є однією з найбільш динамічних та глобалізованих сфер світової економіки. Незважаючи на тимчасове падіння попиту під час пандемії COVID-19, авіаційний транспорт відновив стійке зростання. Основними факторами, що сприяли цьому, є зростання світової економіки, розширення міжнародної торгівлі, урбанізація та збільшення мобільності населення. Крім того, технологічний прогрес у галузі авіабудування, таких як розробка більш ефективних двигунів, вдосконалення аеродинамічних характеристик літаків та впровадження композитних матеріалів, також сприяла і сприятиме розвитку авіаперевезень.

Однак, поряд з можливостями, авіаційна галузь стикається з низкою викликів. Одним з найбільших викликів є необхідність зменшення негативного впливу на навколишнє середовище [1]. Авіаційний транспорт є значним джерелом викидів вуглекислого газу, шуму та інших видів забруднення. Тому впровадження екологічних технологій є критично важливим для забезпечення сталого розвитку галузі. Перспективними напрямками є використання альтернативних видів палива, таких як біопаливо або водневе паливо, удосконалення аеродинаміки літаків для зменшення опору, оптимізація маршрутів для скорочення витрат палива та впровадження більш ефективних систем управління повітряним рухом.

Іншим ключовим викликом є необхідність підвищення ефективності операцій авіакомпаній та аеропортів. Зростаючий попит на авіаперевезення вимагає оптимізації бізнес-моделей, впровадження цифрових технологій та інтелектуальних систем управління. Цифрова трансформація галузі передбачає

використання систем управління повітряним рухом нового покоління, автоматизованих систем обслуговування, інтелектуальних систем прогнозування та планування. Це дозволить підвищити ефективність, безпеку та зручність авіаперевезень.

Крім того, авіакомпанії повинні оптимізувати свої операційні витрати, диверсифікувати джерела доходів та впроваджувати інноваційні бізнес-моделі, такі як лоу-кост перевізники, авіаційні альянси та інтегровані транспортні системи. Це дозволить їм ефективно конкурувати на ринку та задовольняти зростаючий попит.

Забезпечення високого рівня безпеки також є ключовим пріоритетом для авіаційної галузі. Необхідно постійно вдосконалювати системи безпеки, навчання персоналу та впроваджувати новітні технології для запобігання авіаційним інцидентам та аваріям.

Нарешті, для задоволення зростаючого попиту на авіаперевезення потрібно інвестувати в розширення та модернізацію авіаційної інфраструктури, включаючи аеропорти, повітряні коридори та наземну інфраструктуру. Це дозволить підвищити пропускну спроможність та ефективність операцій.

Отже, авіаційний транспорт має значний потенціал для подальшого зростання та розвитку в майбутньому. Однак для досягнення сталого розвитку галузь повинна впроваджувати комплексні стратегії, спрямовані на екологічність, підвищення ефективності, впровадження цифрових технологій, оптимізацію бізнес-моделей, забезпечення безпеки та розвиток інфраструктури. Успішна реалізація цих стратегій дозволить авіаційному транспорту зберегти свою конкурентоспроможність та задовольняти зростаючі потреби суспільства в мобільності та перевезеннях.

Список використаних джерел:

1. Arefieva O., Poberezhna Z., Piletska S., Arefiev S., Kwilinski A. Motivational management of enterprise innovation development in the context of limited resources and environmental influences. *E3S Web of Conferences* 477, 00012 (2024). Pp. 1-11. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202447700012>

Полухович С.С.,

здобувач вищої освіти

Сіра А.О.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Андрієнко М.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Глобалізація – складне явище взаємозалежності економік, що виникає у зв’язку з обміном товарів і послуг та потоками капіталів. Характер процесів глобалізації в Україні з точки зору їх впливу на економічне зростання країни є досить неоднозначним і дискусійним. З одного боку, ці процеси стимулюють, серед іншого, розвиток сучасних технологій з інноваційними характеристиками. З іншого боку, вони також посилюють конкуренцію на міжнародному ринку та створюють перспективні умови для зростання вітчизняної економіки і зайнятості українців.

Для України залишається важливою розробка національної глобалізаційної політики, спрямованої на подолання поточних викликів і посилення ролі України на міжнародній арені. Важливо також зосередитися на відстоюванні національних інтересів у глобальному вимірі, оскільки це, безсумнівно, вплине на загальноекономічну імплементацію глобалізації в Україні та позицію України у світі. На характер економічного розвитку України впливають ключові глобальні процеси. Світова фінансова криза та внутрішня ситуація в Україні затримали процес модернізації нашої країни, поглибили технологічну відсталість та посилили надмірну залежність від зовнішніх ринків, і наразі Україна не має достатніх ресурсів для забезпечення конкурентоспроможності своєї економіки. Процес глобалізації супроводжується насамперед недотриманням принципів

економічної справедливості. Іншими словами, в контексті глобалізації існує чіткий поділ.

Швидкий процес міжнародного співробітництва, пов'язаний з глобалізацією, висуває на перший план ризик появи зовсім нових шахрайських схем, які поширюються серед учасників міжнародного бізнесу та адаптуються до національного середовища. Порівнюючи рівень глобалізації в Україні з середньосвітовими показниками, Україна належить до країн з перехідною економікою.

Економічному та фінансовому розвитку України наразі бракує сприятливого підґрунтя. Реформування та модернізація виробничого сектору дасть змогу створити сильну індустрію. Підприємці залучатимуть інвесторів. Необхідно створити всі умови для перетворення України з сировинної країни на фінтех-індустрію. Важливо створити всі умови для перетворення України з країни-постачальника сировини на країну, здатну виробляти власну кінцеву продукцію. Державна програма має бути спрямована на розвиток внутрішнього ринку за допомогою реалізації ефективних проєктів щодо розвитку внутрішнього виробництва, підтримку вітчизняного виробника, імпортозаміщення, енергозбереження та модернізацію бюджетної сфери та суспільного життя.

Список використаних джерел:

1. Томашук І. В. Вплив глобалізаційних процесів на сучасні економічні системи / Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики / 2022. №1. С. 153–165. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/31110.pdf>
2. Солом'яний Є. Вплив глобалізації на розвиток України: позитивні та негативні наслідки. Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку: зб. матеріалів VII Всеукр. наук.-практ. конференції (м. Київ, 30 трав. 2022 р.). Київ: КНЕУ, 2022. С. 65–70. URL: https://www.researchgate.net/publication/365610135_Osoblivosti_finansuvanna_innovacijnogo_pidpriemnictva#page=65
3. Риков В. В. Вплив глобалізаційних процесів на економічну безпеку України / Правове та державне управління / 2020. № 2. С. 204–210. URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/2_2020/33.pdf

Попова Л.В.,

докторантка, кандидат економічних наук, доцент
Науковий консультант: Вовк О.М., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, м.Київ, Україна

СТРАХОВИЙ ЗАХИСТ ЕКОНОМІЧНИХ ВТРАТ ВНАСЛІДОК ЗМІНИ КЛІМАТУ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Розглядаючи сучасні тенденції впливу зміни клімату дійшли до висновку, що лише на протязі 2023 року ціла низка стихійних лих (лісові пожежі в Європі та Північній Америці, повені в Азії, спека в США та Латинській Америці) продемонструвала, що суворі погодні умови та кліматичні ризики становлять екзистенційну загрозу для життєдіяльності всього людства.

Глобальні стихійні лиха у 2023 році призвели до економічних втрат на суму 380 млрд. дол. США. Найбільш катастрофічною подією стала серія землетрусів, що сталася в Туреччині та Сирії в лютому [1].

Страховики по всьому світу покрили 118 млрд. дол. США, що перевищило середній показник 21-го століття (90 млрд. дол. США), а також 21 століття (90 млрд. дол. США), а також середній показник за десятиліття (110 млрд. дол. США). Засуха в США та серія землетрусів у Туреччині та Сирії були найдорожчими подіями для страхування. Хоча жодна подія не досягла 10-мільярдної позначки, загалом сталося щонайменше 37 катастроф на суму 37 мільярдів доларів, що стало новим історичним рекордом. Глобальний розрив у захисті збільшився до середнього рівня у 2023 році після найнижчого розриву за всю історію у 2022 році. Лише 31% (118 млрд. дол. США) економічних втрат було покрито страхуванням. Іншими словами глобальний дефіцит страхового захисту склав 69% або 262 мільярда доларів [2].

Досі існують значні регіональні відмінності: більшість збитків від стихійних лих покривається в США, але більшість збитків у інших регіонах все ще не застраховані. Це свідчить про те, що подолання розриву в захисті й надалі

залишатиметься складним завданням. Якщо розглянути детальніше то у США економічні втрати від стихійних лих склали 114 млрд. дол. з яких 70% покрито страховим захистом, інші країни Північної та Південної Америки зазнали економічних втрат на суму 45 млрд. дол. з який покрито страховим захистом 14%; економічні втрати Європи, Близького Сходу та Африки були найбільшими за всю історію - 150 млрд.дол., а Тихоокеанського регіону та Азії – 65 млрд.дол. із дефіцитом страхового захисту в 91%. Велика кількість катастрофічних подій підкреслили необхідність підвищення рівня готовності до катастроф і планування зменшення ризиків, захисту життя і підвищення рівня стійкості. Страхова галузь відіграє вирішальну роль, допомагаючи приватним особам, підприємствам та урядам адаптуватися до зміни клімату та пом'якшити її наслідки та забезпечення переходу до "зеленої" енергії.

Аналіз, проведений Групою зі стратегії та технологій (STG) виявив потенціал зростання страхових премій на суму понад 20 млрд. дол. зростання премій до 2030 року, пов'язаного з екологічними мегатенденціями, тобто потужними трансформаційними тенденціями, які формують майбутній ландшафт і визначають потенційний попит на страхування [2].

Головний економіст групи Swiss Re Жером Жан Гегель вважає, що зміна клімату призводить до більш суворих погодних явищ, що призводить до збільшення впливу на економіку. Тому вжиття заходів з адаптації стає важливим і сприяє страхуванню. Страхова галузь готова зіграти важливу роль, стимулюючи інвестиції в адаптацію, безпосередньо як довгостроковий інвестор і побічно через підтримку проєктів з підтримки клімату та обмін знаннями про ризики [3].

Вважаємо, що зниження потенційних втрат за допомогою адаптаційних заходів є важливим кроком до скорочення економічних втрат. А страхування може компенсувати залишкові збитки. Загалом, країни зі значними прогалинами у страховому захисті та, де вжиття заходів зі зниження втрат і адаптації відстає від темпів економічного зростання, наражаються на найбільший фінансовий ризик від інтенсифікації таких загроз.

Окрім цього актуальним є використання параметричного страхування. Це інноваційне, трансформаційне рішення, яке добре підходить для катастрофічних подій, включаючи і вторинні ризики [2]. Ризик-менеджери можуть чітко визначити події, які призведуть і не призведуть до виплат страхових відшкодувань, а також суму цих виплат. Завдяки чіткому визначенню подій, врегулювання збитків відбувається швидше і прозоріше. Параметричне покриття стане більш ефективним і економічнішим як доповнення до традиційного покриття. Це дозволить компаніям більш ефективно управляти ризиками, і, зрештою, досягти кращої операційної стійкості.

Галузь страхування відіграє вирішальну роль у покращенні фінансової стійкості громад і подоланні розриву в захисті за допомогою інноваційних продуктів. Сьогодні страховики та перестраховики акцентують увагу на необхідності об'єднання спільних зусиль урядів країни та приватного сектору з метою прискорення інновацій, розробки механізму превентивних заходів, системи діагностики та оцінки ризиків з метою подолання економічних наслідків зміни клімату.

Список використаних джерел:

1. Глобальні страхові збитки від стихійних лих в 2023 році досягли \$118 млрд., економічні \$380 млрд. URL: <https://forinsurer.com/news/24/01/30/43472>
2. Climate and catastrophe insight. 2024. URL: <https://assets.aon.com/-/media/files/aon/reports/2024/climate-and-catastrophe-insights-report.pdf>
3. NatCat Insured & Economic Losses Increases Due to Climate Change. URL: <https://beinsure.com/natcat-insured-economic-losses/>

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Сучасне глобалізоване бізнес-середовище характеризується інтеграцією економік, технологій та культур різних країн у єдину глобальну систему. Це середовище є відкритим і динамічним, вимагаючи від підприємств швидкі зміни, адаптацію до нових умов та вдосконалення стратегій управління.

Цифрові технології у сучасному бізнесі є ключовим інструментом для оптимізації та підвищення ефективності бізнес-процесів. Вони допомагають у полегшенні комунікації, підвищенні конкурентоспроможності та розширенні ринків. Однією з головних переваг цифрових технологій є підвищення продуктивності та зниження витрат на операційні процеси завдяки автоматизації та оптимізації. Також допомагають розширювати ринки через електронну комерцію та інтернет, що дозволяє підприємствам діяти на міжнародному рівні та привертати нових клієнтів. Вони є важливим інструментом для формування та реалізації стратегій підприємств, дозволяючи збирати та аналізувати великі обсяги даних для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень [1].

У глобалізованому світі цифрові технології також змінюють зовнішнє середовище підприємств, поліпшуючи комунікацію з партнерами та стеження за глобальними трендами. Вони є необхідним інструментом для адаптації до змін у глобальній економіці та забезпечення конкурентоспроможності підприємств у міжнародному масштабі.

Огляд основних викликів та перешкод, з якими стикаються підприємства при впровадженні цифрових технологій на глобальному рівні, включає такі аспекти [2; 3; 4]: культурні та мовні бар'єри, безпека даних та конфіденційність, правові

обмеження та регулятивна середа, фінансові обмеження та інфраструктурні проблеми.

Різниця у культурних цінностях, мовах та звичаях може ускладнити ефективну комунікацію та співпрацю між різними країнами та регіонами. Збільшення кількості цифрових даних також створює загрози для їх безпеки, включаючи злами, крадіжки даних та порушення конфіденційності. Різні правила, нормативи та законодавство у різних країнах можуть ускладнити впровадження цифрових технологій, особливо щодо обробки та збереження даних. Недостатність фінансування та обмежена доступність цифрової інфраструктури можуть стати перешкодою для ефективного впровадження цифрових технологій.

Пропозиції щодо подолання цих викликів та стратегій подолання перешкод включають такі аспекти [4; 5; 6]:

1. Культурна адаптація та міжкультурна комунікація: розвиток стратегій для адаптації культурного контексту та поліпшення міжкультурної комунікації.
2. Захист даних та кібербезпека: розробка ефективних стратегій та інструментів для захисту даних та забезпечення кібербезпеки.
3. Співпраця з правовими органами та відповідність нормативам: розробка політик та процедур, що відповідають місцевим та міжнародним нормативам щодо цифрових технологій.
4. Інвестиції в інфраструктуру та технологічний розвиток: збільшення інвестицій у цифрову інфраструктуру та розвиток нових технологій для забезпечення ефективного впровадження цифрових рішень.

Отже, використання цифрових технологій у глобалізованому світі є важливим стратегічним напрямком для підприємств, проте вимагає вирішення великої кількості викликів та перешкод. Розробка та впровадження ефективних стратегій для подолання цих перешкод є критичним завданням для забезпечення успішного впровадження цифрових технологій та підвищення конкурентоспроможності на глобальному ринку. Подальші дослідження у цій галузі повинні спрямовуватися на розробку нових стратегій та інноваційних

підходів для використання цифрових технологій як стратегічного інструменту у глобальному бізнес-середовищі.

Список використаних джерел:

1. Васюткіна Н.В., Антонов Т.А. Концептуальний підхід до формування інноваційної активності підприємств з використанням особливостей цифрової економіки. *Економіка та управління*. Київ, 2020. № 1. С.12-16
2. Грінко, І. М. Глобальна економіка: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 111 с.
3. Македон В. В., Байлова О. О. Планування і організація впровадження цифрових технологій в діяльність промислових підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон, 2023. №47. С. 16–26.
4. Яцкевич І.В., Красностанова Н.Е. Цифрові технології у підприємницькій діяльності. *Економічний вісник*. Київ, 2021. №1. С.38-44
5. Rolfe A. The fastest growing global e-commerce markets. *Payment Card Yearbooks*. 2018. URL: <https://www.paymentscardsandmobile.com/the-fastest-growing-global-e-commerce-markets/>.
6. International E-Commerce: A Comprehensive Guide. *Flow Commerce*. 2019. URL: <https://www.flow.io/international-e-commerce/>.

Прохорова В.В.,

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та менеджменту

Чухрай В.З.,

аспірант

ННІ «УІПА», ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

ЕКОНОМІКА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

З самого початку російської агресії Україна почала отримувати від багатьох країн, насамперед США та ЕС, різні види військової, продовольчої, фінансової, гуманітарної допомоги. А вже за кілька місяців в країні почали розробляти плани з післявоєнної розбудови, до яких були залучені провідні вітчизняні та іноземні

експерти. Серед багатьох напрямів відновлення (або трансформації) української держави та її економіки перспективною є спроба перезавантажити роботу вже існуючих та відновити на новому рівні процес створення нових наукових парків. Цікавою тут є ініціатива харківської мерії зі створення «наукового кварталу». Тому аналіз світового досвіду зі діяльності наукових парків, проблем аналогічних довоєнних українських та перспектив харківського проєкту вважається нами дуже актуальним.

Вперше у вітчизняне законодавче поле термін «науковий парк» був введений у 2009 році Законом України «Про наукові парки», до якого декілька разів аж до тепер вносились зміни та доповнення. Згідно цього Закону «науковий парк – юридична особа, що створюється у формі господарського товариства, яке повинно мати у складі учасників не менше одного закладу вищої освіти та/або наукової установи». Він «створюється з метою розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності у закладі вищої освіти та/або науковій установі, ефективного та раціонального використання наявного наукового потенціалу, матеріально-технічної бази для створення та комерціалізації результатів науково-технічної діяльності і їх впровадження на вітчизняному та закордонному ринках» [1].

Вітчизняними науковцями надається багато власних визначень поняття «науковий парк», в яких є певні розбіжності [2 - 4]. Але, на наш погляд, вони не мають принципіального значення. Серед більш ніж 400 наукових парків, які працюють у світі, є різні моделі. І кожна національна модель побудована на власних принципах. Навіть в межах однієї країни кожен науковий парк має певні особливості. Тому головним є результат, або ефективність тієї діяльності, якою займається уся структура наукового парку, та що вона дає місту й тим людям, які в ньому проживають.

Хоча перед війною в Україні було зареєстровано 36 наукових парків, мало хто з них вів реальну діяльність. Фактично роботу зі створення наукових парків потрібно розпочинати заново, навіть не чекаючи закінчення військових дій. В цьому напрямку показовим прикладом є ініціатива мерії Харкова зі створення у місті так званого «наукового кварталу». Ця ідея обговорювалася ще в квітні 2022

року, свого продовження вона отримала на інвестиційному форумі «Харків: перезавантаження», який пройшов у місті Київ 19 вересня 2023 року за ініціативи харківської мерії та Агентства USAID із забезпечення економічної стійкості (ERA). За задумом науковий квартал буде створено на території колишнього ринку «Барабашово». Проект має на меті стати флагманським для нового генерального плану Харкова, як новий мікрорайон, що позиціонуватиме місто і країну на передовій інновацій, сучасних технологій та урбаністики. Ринок «Барабашово» та прилеглі річкові території будуть перетворені на новий, знаковий, революційний мікрорайон змішаного використання, що призначений для просування наукових і технологічних інновацій. Цей перспективний проєкт поєднає інноваційний потенціал наукових парків із найсучаснішими підходами до створення мікрорайонів. Дуже важливим фактором буде наявність університетів, які будуть базою створення цього наукового парку, а також проєктування та побудова зелених громадських просторів з метою сприяння утворенню принципово нового типу житлового району. Тобто, таким чином вирішується проблема наявності сучасної інфраструктури в науковому парку.

Існуюча концепція наукового парку, яку планується реалізувати у Харкові за своїми принципами дуже нагадує аналогічні у Польщі, зокрема, Познанський науково-технологічний парк (PoznanScienceandTechnologyPark) та «Технопарк Глівіце» (ParkNaukowo – Technologiczny «TechnoparkGliwice»). Це дійсно те, що потрібно місту і країні у найближчому майбутньому.

Познанський науково-технологічний парк був першим, який створений у Польщі ще у 1995 році з метою стимулювання співпраці між наукою і промисловістю для активізації регіонального розвитку завдяки інноваціям, трансферу технологій та міжнародному співробітництву. Основними напрямками його діяльності є: науково-дослідна робота, інкубація стартапів, трансфер технологій і просування інновацій, інфраструктурна підтримка. Сильними сторонами «ТехнопаркаГлівіце» є: 1) висока якість людського капіталу, що проявляється у високому рівні освіти місцевого населення і концентрації людських ресурсів з високою технічною кваліфікацією; 2) концентрація в місті

сильних освітніх і наукових центрів; 3) висока інвестиційна привабливість. Діяльність вищеназаних наукових парків дозволила за рахунок припливу інвестицій значно збільшити рівень середньої заробітної плати, обсяг реалізованої продукції, створити комфортні умови життя мешканцям та позитивний імідж цим містам.

Економіка повоєнного відновлення Харківського регіону в стратегічній перспективі має всі умови для успішної реалізації проєкту «наукового кварталу» за подобою цих двох польських наукових парків, хоча й зі своєю специфікою. Місто багато десятирічь славиться своїм високим науково-технічним потенціалом, який й досі зберігається в місті, не дивлячись на негативні процеси останніх років, що пов'язані з відтоком кваліфікованих кадрів в результаті війни та відсутності економічної привабливості у регіоні у довоєнні часи. Харків є містом, де сконцентровано багато освітніх та наукових установ. Він має близько 70 вищих навчальних закладів, у тому числі 17 університетів, в яких до війни навчалось близько 300 тисяч студентів. Також місто має інвестиційний потенціал, який реалізується навіть під час війни.

Таким чином, план із створення сучасного наукового парку в місті Харкові та основні умови щодо його реалізації є. Відкритими залишаються питання джерел фінансування його реальної побудови (бо стратегія, або план побудови вже фінансується міжнародними партнерами), створення кваліфікованої команди фахівців, які будуть займатися реалізацією цього проєкту, та, безумовно, головне, що стає на заваді – це російська агресія.

Список використаних джерел:

1. Про наукові парки: Закон України № 1563-IX від 25 червня 2009р. (зі змінами; редакція від 12 квітня 2022р., підстава 1714-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1563-17#Text> (дата звернення: 22.04.2024).

2. Петришин Г. П. Наукові парки: функціонально-технічні та територіально-просторові напрями розвитку / Г. П. Петришин, С. Б. Солан // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Архітектура. - 2013. - № 757. - С. 239-247. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2013_757_40.

3. Ляшенко В. І., Підоричева І. Ю., Буравченко С. Г., Стеценко О. В. Формування наукових парків: світовий досвід та можливі орієнтири для інноваційного відновлення економіки Донбасу/ Економічний вісник Донбасу. 2021. №2. С. 4-26. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-2\(64\)-4-26](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-2(64)-4-26)
4. Присвітла О.В. Роль наукових парків у формуванні національної інноваційної системи/ Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2022. № 1 (124). С. 46-49. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-1-7>
5. Ігор Терехов провів онлайн-зустріч з фахівцями команди Фостера. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету. URL: <https://www.city.kharkiv.ua/uk/news/igor-terekhov-proviv-onlayn-zustrich-z-fakhivtsyami-komandi-fostera--55380.html> (дата звернення: 20.04.2024)
6. «Kharkiv: Restart» - презентація міста для інвесторів. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету. URL: <https://www.city.kharkiv.ua/uk/news/-54670.html>(дата звернення: 22.04.2024)
7. Arefiev S, Shevchenko I, Savkiv U, Hovsieiev D, Tsizhma Y. Management of the global competitiveness of companies in the field of electronic commerce in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2023. Vol.101. No 4. P. 1527-1537.

Проценко В.М.,

доктор економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту

Петров І.С.,

аспірант

Подолькін С.М.,

аспірант

ННІ «УІПА», ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

СТРАТЕГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах високого рівня нестабільності і невизначеності ринку необхідно постійно розробляти та вдосконалювати механізми для підвищення стійкості, ефективного управління підприємствами, формування нових зв'язків. Збільшення можливих варіантів комунікаційної взаємодії у сучасному соціально-економічному середовищі потребує розширення сутності та розуміння

методологічного апарату та інструментів для вивчення взаємовідносин між суб'єктами економічних відносин у стратегічній перспективі.

Теорія і методологія інвестиційної діяльності будується навколо вимірів показників ефективності та результативності процесу взаємодії суб'єктів, в рамках чого описано і визначено закони, за якими працює механізм взаємодії ринкових суб'єктів, характер якого визначає рівень життєздатності та конкурентоспроможності підприємств, економічну етіологію та структуру їх інвестиційної активності [1-3].

В інвестиційному середовищі, що формується під впливом управлінських процесів в реальному секторі економіки, виникає своєрідне «замкнене коло»: використання застарілого, технологічно відсталого виробничого обладнання веде до випуску продукції, що втрачає як цінову, так і особливо нецінову конкурентоспроможність, що обумовлює зниження інвестиційної привабливості та ускладнює залучення позикових інвестиційних кредитів [4].

Створення цінності тісно пов'язане з раціональним пошуком і використанням матеріальних ресурсів енергії та інформації. Щоб управляти процесом створення цінності його потрібно вимірювати. Вимірювання можна розглядати як процес взаємодії вимірюваної і вимірюючої системи в певний момент їх стану в потоці часу. Виміру підлягають всі процеси, які включені в потік створення додаткової вартості. Це не тільки фінансові, а й логістичні, матеріальні, енергетичні, інформаційні, маркетингові та інші потоки, які представляють першу систему комерційної структури. У цій структурі інвестиційні потоки виступають ключовими, інтегруючими, так як відкривають можливість вивчити причини та визначити шляхи підвищення ефективності на ринку.

Держава в умовах трансформаційних процесів забезпечує оптимально-векторальну інтеграцію управлінських впливів, є інститутом підтримки інновацій та безпосередньо новатором, оскільки сама продукує інституціональні інновації, без яких взагалі неможливо уявити інноваційний розвиток і економічне зростання країни [5].

Управлінський ефект в процесі визначення та досягнення стратегічних умов формування інвестиційної привабливості промислових підприємств в тактичному аспекті залежить від проведення економічної експертизи підприємства та полягає передусім в точному, формалізованому описі ситуації щодо поставленого на дослідження питання; якісному аналізі факторів, що визначають можливість достовірної відповіді на нього; застосування обґрунтованих математичних, кількісних методів, що дозволяють здійснити вимірювання витрат і результатів фінансово-господарської та інвестиційної діяльності підприємства при виробленні і реалізації часткових (проміжних) рішень (висновків) стосовно висунутих (в рамках питання) гіпотез; повне законодавчо-документальне підтвердження зроблених висновків та їх побудова в логічній послідовності для досягнення поставленого експертного завдання – відповіді на питання.

Безперервні, непередбачувані та навіть зміни, які іноді викликають тривогу і занепокоєння, ускладнюють системі управління підприємствами можливість приймати рішення щодо впровадження новітніх технік, технологій та визначати майбутнє й підтримувати непорушним конкретний напрямок розвитку діяльності підприємства [6].

В процесі досягнення стратегічних умов формування інвестиційної привабливості промислових підприємств необхідно керуватися наступними положеннями, що випливають з системного підходу: пропорційно-послідовне просування по етапах розвитку системи; координація (узгодження) цілей, інформаційних, ресурсних та інших характеристик; правильне співвідношення окремих рівнів ієрархії в системі; цілісність окремих відокремлених стадій розвитку. При цьому повинен реалізовуватися головний принцип - забезпечення максимальної ефективності системи в результаті розвитку.

Використання системного підходу в стратегічному управлінні є економічно необхідним, та об'єктивно підтверджує підвищення ролі координації. При використанні системного підходу координація «пронизує» процес розвитку від початкової стадії до кінцевої, що, в свою чергу, вимагає розвитку методів і

моделей координації в складних системах для формування сучасного управлінського інструментарію в концепції розвитку.

Функціонування будь-якого суб'єкта господарювання, незалежно від виду його діяльності і форм власності, в умовах становлення ринкових відносин визначається його здатністю створювати необхідну і достатню величину доходу та прибутку. Для прийняття управлінських рішень, прогнозування та планування оперативної, тактичної та стратегічної діяльності необхідно проводити усесторонній аналіз активів, зобов'язань та капіталу суб'єкта господарювання. Як важлива складова – аналіз інших доходів – займає важливе місце у системі комплексного економічного аналізу, оскільки за ним оцінюється ступінь досягнення кінцевої мети діяльності суб'єкта господарювання в контексті забезпечення стратегічних умов формування інвестиційної привабливості промислових підприємств

Список використаних джерел:

1. Arefieva O.V., Piletska S.T., Miahkykh I.M., Arefiev S.O. Development Of The Innovation Activity Of Enterprises In The Digital Economy. International Journal of Advanced Science and Technology, Vol. 29, No. 8s, (2020), pp. 2304-2311. <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/14703/7492>
2. Korytko T., Bryl I., Piletska S., Arefiev S., Arefieva O. Strategy of innovative development of an enterprise on the basis of evaluation of its intellectual capital. Scientific Bulletin of National Mining University . 2021, Issue 3, p134-141. 8p. <http://nvngu.in.ua/index.php/en/archive/on-the-issues/1866-2021/content-3-2021/5886-134>
3. Kuzior Aleksandra, Arefieva Olena, Poberezhna Zarina, Ihumentsev Oleksiy. The Mechanism of Forming the Strategic Potential of an Enterprise in a Circular Economy. Sustainability. 2022, 14, 3258. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/6/3258>
4. Зайцева А. С. Бліц-масштабування в стратегічній конфігурації управління транспарентністю розвитку підприємств на основі цифрової когерентності. *Бізнес Інформ*. 2024. №1. С. 249–257. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-249-257>

5. Прохорова, В., & Зайцева, А. (2023). Побудова конфігурації бізнес ідеології новаторського типу в управління розвитком підприємств. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*, 17(34). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-17\(34\)-10](https://doi.org/10.33296/2707-0654-17(34)-10)

6. Прохорова, В., & Мушнікова, С. (2023). Корпоративна культура як домінантна складова інноваційного розвитку підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*, 16(32). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-07)

Савченко Я.В.,

здобувач вищої освіти

Керівник: Антоненко К.В., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ

В сучасному світі, де швидкість і зручність перевезень мають величезне значення, конкурентоспроможність підприємств повітряного транспорту стає визначальним фактором їх успіху.

Перш за все, важливо розглянути фактори, що визначають конкурентоспроможність авіакомпаній. Одним з головних є ефективне управління витратами та ресурсами. Високі витрати на паливо, технічне обслуговування літаків та інфраструктуру можуть значно підірвати прибутковість компанії. Тому авіакомпанії повинні постійно шукати способи оптимізації цих витрат шляхом використання новітніх технологій, розробки більш ефективних маршрутів та рейсів:

1. Аналіз конкурентного середовища у сфері повітряного транспорту. Враховуючи зростаючу конкуренцію та швидкі зміни на ринку, необхідно докладати зусиль для збереження або підвищення конкурентоспроможності.

2. Стратегії оптимізації витрат та ефективного управління ресурсами. Зосередження на ефективному використанні палива, оптимізація маршрутів та рейсів, а також впровадження передових технологій для зменшення витрат і підвищення ефективності.

3. Інноваційні підходи до розвитку. Розвиток нових технологій у сфері авіації, включаючи більш екологічні та енергоефективні літаки, а також вдосконалення пасажирського сервісу та технологій бронювання.

4. Розвиток партнерських відносин та альянсів. Укладання стратегічних партнерств з іншими авіакомпаніями, аеропортами та послуговими компаніями для забезпечення широкого спектру послуг та більшої гнучкості у відповіді на ринкові вимоги.

5. Підвищення якості обслуговування пасажирів. Вдосконалення сервісу та комфорту для пасажирів, що може включати розвиток програм лояльності, покращення інфраструктури аеропортів та розширення послуг.

Отже, для забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сфері повітряного транспорту необхідно активно впроваджувати стратегії, спрямовані на оптимізацію витрат, інновації, розвиток партнерських відносин та поліпшення якості обслуговування пасажирів [1].

Пасажири все більше оцінюють не лише ціну квитка, але й якість послуги та комфорт польоту. Тому авіакомпанії повинні інвестувати у покращення пасажирського сервісу, надавати більше можливостей для індивідуалізованого обслуговування та створювати комфортні умови польоту.

У світлі вищезгаданих аспектів, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємств повітряного транспорту залежить від комплексного підходу до управління, включаючи ефективне управління ресурсами, інновації, розвиток мережі маршрутів та якість обслуговування

пасажирів. Ті підприємства, які здатні ефективно впроваджувати ці стратегії, матимуть кращі шанси на успіх у конкурентному світі авіаційної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Arefieva O., Arefiev S. Impact of the change of generations of personnel on an organizational culture of a company. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-57>

Самітов Р.О.,

аспірант

Науковий керівник: Васюткіна Н.В., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ЗНАЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Стан економіки значною мірою залежить від розвитку людського капіталу. Людський капітал за допомогою якісних та кількісних змін впливає на рівень розвитку за допомогою освітнього рівня, кваліфікації, набутих компетентностей, практичного досвіду, духовних цінностей тощо. Основною складовою, що безпосередньо впливає на розвиток сучасного світу є інтелектуальні інвестиції, до яких включають інвестиції на підготовку фахівців, підвищення їх рівня кваліфікації, проведення наукових і дослідних робіт та інші різновиди інтелектуальних розробок. Виходячи із необхідності гармонійного економічного розвитку сутністю людського капіталу є розгляд людини як об'єкта вкладення інвестицій, що передбачає отримання прибутку внаслідок здійснення економічної діяльності. Формами реалізації інтелектуальних інвестицій можуть бути: гранти, різноманітні стипендії, програми та проекти з підвищення кваліфікації, в інтелектуальні активи – патенти, програмне забезпечення, торгові марки, тощо, і як результат будуть підготовлені висококваліфіковані фахівці у різноманітних

галузях економіки, бізнесі, стартуватимуть дослідницькі проекти в освіті, медицині, науці тощо. Інтелектуальні інвестиції сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності підприємств та забезпечать вищий рівень їх капітальної цінності на фінансовому ринку.

Інтелектуальні інвестиції є необхідною та важливою умовою розвитку сучасного людського середовища, оскільки від них залежить стан економіки, бізнесу, наукові дослідження та розробки тощо. Проте, інтелектуальні інвестиції визначаються і деякими недоліками, серед яких: високий рівень ризику, тривалий час інвестування, високий рівень віддачі для держави, компаній та населення країни.

Потенційні інвестори чи інвестиційні компанії при здійсненні інвестицій у об'єкти інтелектуальної власності стикаються із процесом обґрунтування господарських рішень та їх прийняттям, що передбачає проведення відповідних розрахунків за вже прийнятими методиками при здійсненні тривалих капіталовкладень. Основними мотиваційними показниками для інвестора можуть бути: термін окупності, рівень ефективності, аналіз витрат та отримання різноманітних ефектів тощо. Таким чином, інтелектуальні інвестиції приносять економічні результати і для самих працівників, і для бізнесу, і для держави, що на сучасному етапі є дуже позитивним для розвитку економіки.

Список використаних джерел:

1. Сахненко О. І. Основні види інвестицій в людський капітал / *Ефективна економіка* / 2015. № 10 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5223>
2. Васюткіна, Н., Андрієнко, М., Самітов, Р. Стратегічне управління людськими ресурсами підприємства на основі інноваційно-креативних компетенцій / *Сталий розвиток економіки* / 2024. 2 (49), С. 15-22. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/929>
3. Ареф'єва О.В., Коваленко Н.В., Андрієнко М.М. Інтелектуальний потенціал як основний чинник інноваційного розвитку підприємства / «Економічний вісник Дніпровської політехніки»: наук. журнал, 2023. Вип. 1 (81). URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1494

4. Kostyunik, O., Andriienko, M., Voinalovych, I., Bosa, I. and Bilychenko, M.
ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR THE FORMATION OF THE ECONOMIC
SECURITY SYSTEM OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF
INTELLECTUAL AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SOCIETY /
Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development /
2023. № 45 (4), pp. 399–405. URL:
<https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/5111>

Сафонік Н.П.,

кандидат економічних наук, старший викладач

кафедри економіки повітряного транспорту

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ СЕРЕДОВИЩА

В сучасних умовах, де зміни стають щоденними реаліями, ефективне стратегічне управління для підприємств набуває особливої актуальності. Неперервні зміни економічних, політичних, екологічних та інших факторів зовнішнього середовища зумовлюють необхідність постійного перегляду та адаптації стратегій розвитку підприємств [1]. Ці зміни не лише вимагають модифікації поточних стратегій, але і створення зовсім нових підходів до управління, щоб забезпечити відповідність вимогам динамічного середовища. Тому визначення та реалізація стратегічних напрямів стає ключовим елементом успішного функціонування підприємств в умовах нестабільності середовища.

Повномасштабне вторгнення спричинило значні збитки і зумовило серйозні ризики та виклики для діяльності підприємств, зокрема втрати промисловості та активів підприємств станом на січень 2024 року склали 13,1 млрд дол. (рис. 1). В таких умовах стратегічний розвиток підприємств неможливий без урахування

сучасних інноваційно-цифровізаційних тенденцій, що є важливим для успішного подолання зовнішніх викликів і забезпечення стійкості.

Інноваційно-цифровізаційні тенденції економічного розвитку вимагають перегляду стратегічних пріоритетів підприємств з метою підвищення рівня конкурентоспроможності [3, с. 105]. Інновації стають ключовим фактором забезпечення стійкості в умовах постійних змін. Розвиток новаторських продуктів, процесів та бізнес-моделей відкриває шлях до нових ринків, збільшує ефективність виробництва та задовольняє змінні потреби споживачів. Інноваційна активність також включає в себе пошук стратегічних партнерів та інвесторів, спроможних підтримати впровадження нових ідей та технологій, що робить її важливою складовою успішного розвитку будь-якого підприємства в сучасних умовах.

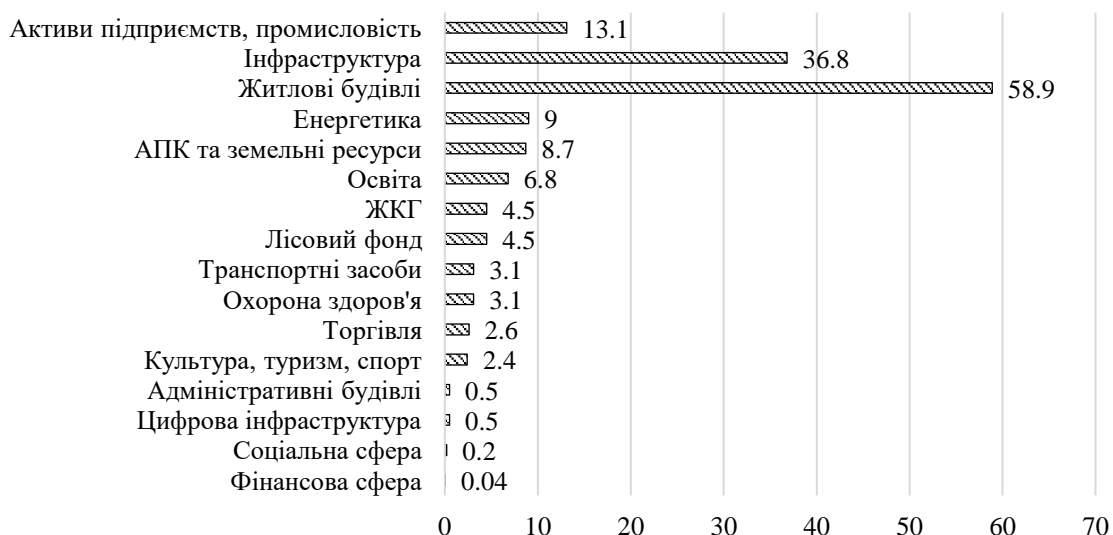


Рис. 1. Грошова оцінка збитків інфраструктури в галузевому розрізі, станом на січень 2024 року, \$ млрд

Джерело: складено автором за даними [2].

Позитивним кроком у напрямі підвищення рівня інноваційної активності від початку повномасштабного вторгнення є покращення позицій України у 2023 році за даними щорічного рейтингу інновацій, який демонструє останні світові інноваційні тенденції (рис. 2).

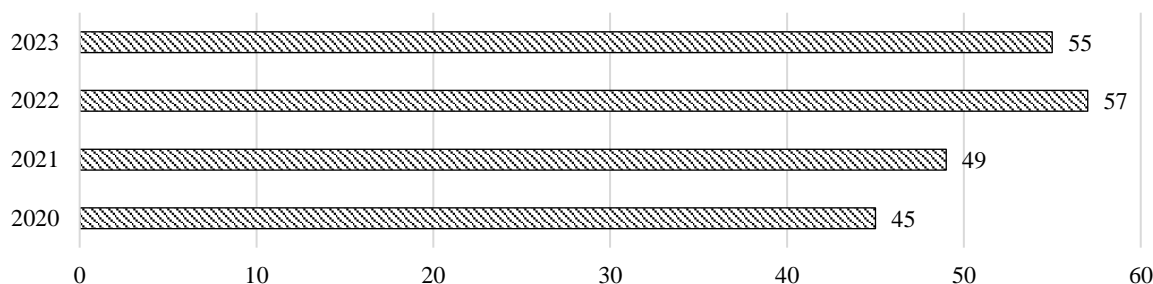


Рис. 2. Зміна рейтингових позицій України за даними Global Innovation Index у 2020-2023 рр.

Джерело: складено автором за даними [4].

Стратегічні напрями інноваційного розвитку підприємств охоплюють широкий спектр дій і стратегій, спрямованих на створення та впровадження новаторських рішень, що сприяють зміцненню конкурентних позицій та забезпеченню стійкого росту. Перед підприємствами стоїть завдання постійного пошуку новаторських ідей, технологій та стратегій, що можуть стосуватись розвитку нових продуктів, послуг або процесів, а також пошуку нових ринків та партнерів для співпраці. Зосередження на дослідженнях і розробках, створення інноваційної культури та сприяння творчому мисленню серед персоналу також відіграють важливу роль у створенні сприятливого середовища для інноваційного розвитку. Крім того, співпраця та партнерство з іншими стейкхолдерами може стати важливим джерелом нових ідей, ресурсів та знань, що сприяє реалізації інноваційних проєктів та прискорює їх впровадження на ринку.

Отже, гнучкість, швидкість реакції та постійне адаптування до змін у зовнішньому середовищі є ключовими складовими успішної стратегії розвитку. Всі ці напрями спільно створюють фундамент для ефективного управління та досягнення стратегічних цілей підприємства в сучасних умовах.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О. В., Сафонік Н. П., Дудік А. О. Стратегічний аналіз розвитку транспортних підприємств в умовах інноваційних тенденцій. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. №7. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-16>

2. Загальна сума збитків, завдана інфраструктурі України через війну, станом на січень 2024 року. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-zrosla-do-mayzhe-155-mlrd-otsinka-kse-institute-standom-na-sichen-2024-roku/>

3. Сафонік Н.П. Інноваційно-цифровізаційні тенденції розвитку підприємств в сучасних умовах. *Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення*: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (21 жовтня 2021 р., м. Київ). Том.2. К.: НАУ, 2021. С. 102-105

4. Ukraine ranking in the Global Innovation Index 2023. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023/ua.pdf>

Сідак Є.А.,

здобувач вищої освіти

Керівник: Антоненко К.В., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКІВ

У сучасних умовах глобалізації ринків питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності. Глобалізація відкриває нові можливості для розширення ринків збуту, залучення інвестицій та доступу до новітніх технологій. Водночас, вона посилює конкуренцію та ставить нові виклики перед підприємствами.

Конкурентоспроможність підприємства визначається комплексом факторів, серед яких: якість продукції, ефективність виробничих процесів, інноваційність, гнучкість та адаптивність до змін ринкового середовища, наявність кваліфікованих кадрів, фінансова стійкість тощо.

Для підвищення конкурентоспроможності в умовах глобалізації підприємствам необхідно впроваджувати ефективні стратегії, серед яких:

1. Інноваційна стратегія. Вона передбачає комплексний підхід до впровадження інновацій у всіх сферах діяльності компанії. Пріоритетом повинен стати постійний пошук та впровадження інновацій у продукти, технології, бізнес-процеси [1]. Одним із ключових аспектів є дослідження та розробки, що вимагає виділення достатніх ресурсів на науково-дослідні роботи, пошук нових ідей, технологій та рішень, які можуть забезпечити конкурентні переваги. Не менш важливими є продуктові інновації, що включають розробку нових видів продуктів, удосконалення існуючих, підвищення їх якості та функціональності для кращого задоволення потреб споживачів. Інноваційна стратегія охоплює і маркетингові інновації, такі як використання нових маркетингових стратегій, каналів просування та збуту продукції. Ключову роль в інноваційній стратегії відіграє ефективне управління знаннями. Також успішна інноваційна стратегія потребує відповідних інвестицій, формування інноваційної культури в компанії, налагодження співпраці з науковими установами та заохочення творчого підходу у працівників. Це дозволить випереджати конкурентів та задовольняти мінливі потреби споживачів.

2. Стратегія диверсифікації. Передбачає розширення асортименту продукції, освоєння нових ринків та сфер діяльності зменшить залежність від окремих сегментів та підвищить стійкість підприємства. Диверсифікація допомагає розподілити ризики між різними видами діяльності та ринками, освоювати нові ринки та сфери діяльності дозволяє компанії зайняти нові конкурентні ніші, уникнути жорсткої конкуренції на насичених ринках та збільшити свою частку на ринку. Диверсифікація може привести до виникнення синергетичного ефекту між різними напрямками діяльності, що дозволить ефективніше використовувати наявні ресурси та компетенції. Стратегія передбачає вихід на нові ринки та сфери діяльності відкриває нові можливості для зростання та розвитку підприємства, підвищуючи його потенціал у довгостроковій перспективі.

3. Стратегія стратегічних альянсів та партнерств. Об'єднання зусиль з іншими учасниками ринку дозволить скористатися перевагами спеціалізації, розподілити ризики та витрати на НДДКР, вийти на нові ринки. Партнерство надає доступ до унікальних ресурсів, компетенцій та технологій партнерів, які можуть бути використані для вдосконалення продукції, процесів або послуг. Це сприяє підвищенню якості та інноваційності пропозиції, що є критично важливим чинником конкурентоспроможності на глобальних ринках. Також стратегічні альянси дозволяють розподілити ризики та витрати на наукові дослідження та розробки між партнерами, що є особливо актуальним для капіталомістких або високотехнологічних галузей. Крім того, партнерство може відкрити шлях до нових ринків та каналів збуту, які були недоступними для окремих підприємств. Використовуючи мережі партнерів, компанії можуть розширити свою присутність на міжнародній арені та підвищити свою конкурентоспроможність на глобальних ринках [2].

Отже, для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності в умовах глобалізації підприємствам необхідно спиратися на комплекс взаємопов'язаних стратегій, спрямованих на інноваційний розвиток, диверсифікацію, гнучкість, партнерство та постійне підвищення ефективності діяльності. Це є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі в умовах постійних викликів та можливостей, які несе глобалізація.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Мягих І. М., Коваленко Н. Ю., Жам О. Ю., Попова Г. Ю. Механізм управління процесом забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах інформатизації економічних процесів. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 1. С. 302-310.

2. Arefieva O, Piletska S, Khaustova V, Poberezhna Z, Zyz D. Monitoring the economic stability of the company's business processes as a prerequisite for sustainable development: investment and security aspects. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2021. Vol. 628. No. 1. pp. 012042

MASTER: БУХГАЛТЕРІЯ – АВТОМАТИЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На ринку програмного забезпечення існує широкий вибір програм для автоматизації бухгалтерського обліку.

Ефективність автоматизованої системи обліку оцінюється через зіставлення досягнених результатів у функціонуванні системи з витратами ресурсів, необхідних для її утримання, розвитку та підтримки.

В першу чергу підприємствам необхідно ухвалити рішення щодо вибору програмного забезпечення, яке відповідає всім потребам обліку підприємства, при цьому залишаючись економічно доцільним і не вимагаючи значних витрат та специфічних навичок від бухгалтера.

MASTER – це інтегроване рішення вітчизняного виробництва, яке гарантує автоматизацію процесу бюджетування, бухгалтерського та управлінського обліку. Програма розроблена українською компанією IT-Enterprise, яка має понад 30-річний досвід у розробці програмного забезпечення для великих комерційних підприємств України. MASTER: Бухгалтерія повністю пристосована до українського ринку та включає в себе всі необхідні функції для бухгалтера, які постійно оновлюються і відповідають чинному законодавству України. MASTER: Бухгалтерія пропонує асортимент продуктів, призначених для різних сфер діяльності, зокрема для бюджетних організацій, аграрного сектора та інших галузей. Для кожної з них розроблено відповідне рішення.

Вартість системи залежить від того, яку версію програми використовуватиме підприємство, і скільки осіб має працювати в системі одночасно.

В системі реалізовано механізм перенесення даних та залишків з інших програм для обліку, включаючи ті, які перебувають під санкціями. Це дозволяє

почати використання бухгалтерської програми після іншого продукту без великих втрат часу. Крім того, у програмі додається інструкція з перенесення залишків.

MASTER:Бухгалтерія дозволяє вести бухгалтерський, податковий та управлінський облік в єдиній базі на підставі єдиних первинних документів. Також є можливість створювати необмежену кількість облікових об'єктів, які відповідають окремим суб'єктам господарювання. Одна ліцензія дозволяє створити в системі безліч облікових об'єктів, налаштувати для них параметри обліку, які вказані в обліковій політиці, і вести облік для кожного об'єкта, користуючись єдиною базою даних.

Програма враховує всі законодавчі вимоги та містить всі стандартні форми звітності, що дозволяє користувачам автоматизувати значну частину роботи. Одночасно MASTER: Бухгалтерія пропонує розширений набір можливостей, завдяки своїй гнучкості, що дозволяє налаштовувати систему під потреби конкретного користувача. Таким чином, користувач може власноручно змінювати стандартні проводки за допомогою механізму типових господарських операцій, згідно з власними уподобаннями. Гнучкість та висока ступінь свободи для користувача автоматизованої системи – запорука ефективного ведення обліку на підприємстві.

У продукті MASTER: Бухгалтерія впроваджено комплексну систему захисту інформації з кількох рівнів. Рішення для робочого місця бухгалтера ретельно спроектовано для мінімізації ризику передачі шкідливого програмного забезпечення з зараженого клієнтського комп'ютера на сервер. Хмарне рішення розташовано у найкращих дата-центрах, забезпечуючи високий рівень надійності. Крім того, система автоматично створює щоденні резервні копії, але користувач має можливість налаштувати частоту створення копій, наприклад, щогодинно, для найважливіших документів, таких як журнал транзакцій бази даних, відповідно до власних вимог. Усі модулі програми є інтегрованими в єдину систему за налаштуванням.

ПЕРЕДУМОВИ КОМПЛЕКСНОГО ОНОВЛЕННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ТА ДЕРЖАВНИХ ГАРАНТІЙ

Соціальне забезпечення – це інструмент політики, який застосовується і фінансується державою для регулювання рівня життя населення через надання послуг та матеріальних ресурсів у різних формах. Таким чином під соціальним забезпеченням слід розуміти сукупність соціальних гарантій спрямованих на вирівнювання положення окремих верств населення, які потребують державної допомоги з іншими у випадках настання соціальних ризиків.

Розбудова ефективної моделі соціального захисту як складової соціальної політики держави є невід’ємною передумовою досягнення сталості суспільно-економічного життя, високих соціальних стандартів і гарантій у будь-якій країні та забезпечення гідного рівня добробуту її населення. З огляду на це соціальні стандарти й гарантії є базовими економічними та політико-правовими інститутами держави, які покликані забезпечувати якісне економічне зростання країни, соціалізацію їхнього розвитку загалом.

Рівень соціальної забезпеченості населення безпосередньо визначається тим, наскільки фактичні показники відповідають існуючим соціальним нормативам і стандартам. За прийнятими у суспільстві нормами, встановлюються стандарти, які гарантує і забезпечує держава. До них належать: мінімальний споживчий бюджет; оптимальний (раціональний) споживчий бюджет; прожитковий мінімум; мінімальна заробітна плата; мінімальна пенсія; неоподаткований мінімум.

Варто зазначити, що кожен із перелічених стандартів характеризує певний рівень споживання життєвих благ. Мінімальний розмір оплати праці – нижня її межа, яка встановлюється (теоретично) за найменш кваліфіковану працю. Його

величина є точкою розрахунку для всіх інших ставок заробітної плати. Мінімальний розмір пенсії, відповідно, становить нижню її межу, що визначається відповідними нормативними актами і розраховується на підставі рівня мінімальної заробітної плати, який склався, і прожиткового мінімуму [1].

Згідно із ст. 1 Закону України «Про прожитковий мінімум», прожитковий мінімум – це вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості [2].

Прожитковий мінімум як соціальний стандарт застосовується для: загальної оцінки рівня життя в Україні; встановлення розмірів мінімальної заробітної плати та мінімальної пенсії за віком; визначення розмірів соціальної допомоги та інш.; встановлення величини неоподаткованого мінімуму доходів громадян тощо.

Розрахунок прожиткового мінімуму здійснюється з використанням нормативного методу, який полягає у встановленні вартісної величини прожиткового мінімуму через мінімальний споживчий кошик (набір продуктів харчування, непродовольчих товарів та набір послуг). Його розмір установлює для кожної соціальної та демографічної групи, а також для певних посад окремо Закон про державний бюджет на відповідний рік.

Розмір мінімальної заробітної плати встановлюється Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України при прийнятті Державного бюджету. Мінімальна заробітна плата встановлюється у розмірі не нижчому за вартісну величину межі малозабезпеченості в розрахунку на працездатну особу, тобто в основу розрахунку розміру мінімальної заробітної плати покладено розмір прожиткового мінімуму.

Очевидно, що встановлений у 2024 році розмір мінімальної заробітної плати не зможе задовольнити потреби працівника та його родини, що приводить до таких умов, що заробітна плата втрачає свою мотиваційну функцію щодо забезпечення відтворення робочої сили і стимулу до ефективної праці.

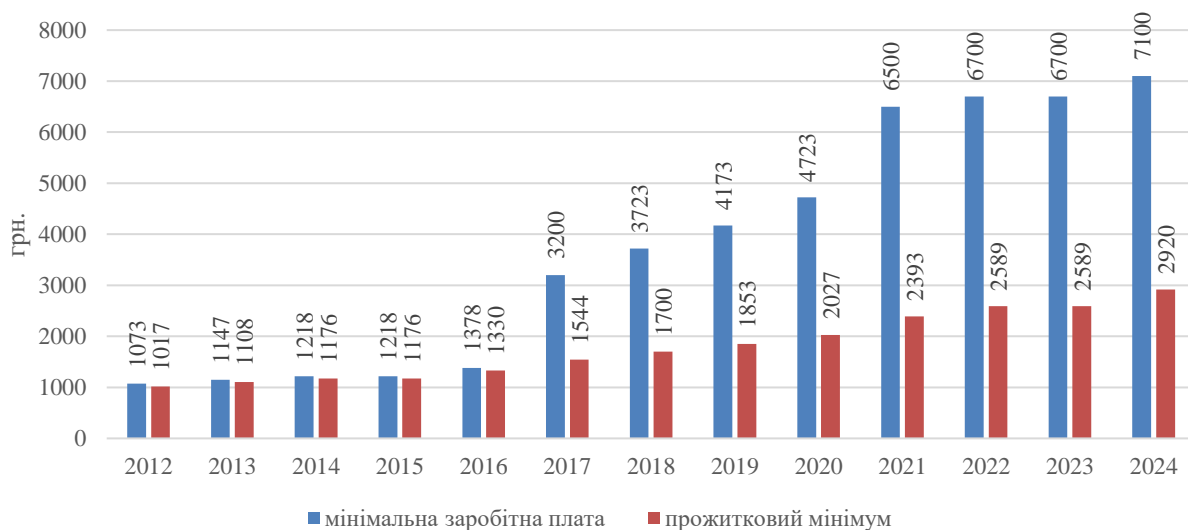


Рисунок 1 – Динаміка прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати в Україні за 2012-2024 рр.

(побудовано за даними Державної служби статистики України)

За офіційними даними ООН, на сьогоднішній день, нажаль, більш ніж половина населення України знаходяться за межею бідності. В Україні, згідно з встановленим законодавством прожитковий мінімум в 3 рази менший за встановлених норм. Але з метою створення передумов для підвищення розміру прожиткового мінімуму до його реальної величини розроблено законодавчі ініціативи щодо комплексного оновлення підходів до його визначення.

Список використаних джерел:

1. Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії: Закон України № 2017-III від 05.10.2000 2012 // Відомості ВР України. – 2000. – № 48. – 409 с. .
2. Про прожитковий мінімум : Закон України від 15.07.1999 р. № 966-XIV Вилучено з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14> Закон України „Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії” .

Сімков С.В.,
аспірант

Науковий керівник: Васюткіна Н.В., д.е.н., професор
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У системі управління підприємством креативна діяльність - це діяльність, яка передбачає творчий пошук шляхів досягнення цілей та вирішення економічних і виробничих проблем, що характеризується відсутністю досвіду, а отже, наявністю більшого ризику для суб'єктів управління при її здійсненні. Креативна діяльність підприємства переважно охоплює ті стадії інноваційного процесу, які передують комерціалізації інновацій. Однак слід визнати, що підприємствам також притаманні творчі пошуки в процесі вдосконалення та модифікації продуктів і технологій. Незважаючи на те, що творча діяльність може мати такі форми прояву, як креативна ідея, креативне рішення та креативний продукт, більшість експертів схильні стверджувати, що кількість та зміст креативних ідей характеризують ефективність креативних досліджень меншою мірою, ніж креативні рішення та продукти. Це пов'язано з тим, що наявність креативних ідей є лише початковим етапом формулювання креативних рішень або розробки креативних продуктів.

Джерелом креативності є суб'єкти креативної діяльності, тобто суб'єкти внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Усі суб'єкти управління мають певні схильності до творчої діяльності. Цілеспрямований вплив на їх розвиток методами управління дає змогу активізувати творчу активність особистості. Для того, щоб креативність учасників управління зростала, а її результати були більш значущими, необхідно враховувати потреби учасників у творчій діяльності та рівень розвитку їх інтелекту, характер взаємовідносин з колегами, психологічний тип, емоційно-психологічний стан тощо. Це дасть змогу обрати правильні методи впливу на учасників і створити найбільш сприятливі умови для індивідуальної чи колективної творчої діяльності учасників.

Суб'єкти креативної діяльності мають майже такі ж потреби, як і інші працівники, але при визначенні цих потреб необхідно враховувати рівень задоволеності, сприйняття, усвідомлення тощо. Матеріальні потреби є фізичними, постійними та усвідомленими; нематеріальні потреби характеризуються частотою їх виникнення, вони є емоційно-психологічними та не завжди усвідомленими; особи, які беруть активну участь у творчій діяльності, мають більш виражені нематеріальні потреби, ніж особи, які не задіяні у творчій діяльності. Як правило, їхні потреби є усвідомленими; хоча матеріальні потреби є постійними, активні учасники творчої діяльності схильні надавати пріоритет задоволенню нематеріальних потреб, незалежно від рівня задоволення матеріальних потреб; рівень задоволення матеріальних і нематеріальних потреб не має обмежень.

Враховуючи вищевикладене є підстави стверджувати наступне:

- креативна діяльність спрямована на індивідуальний та колективний творчий розвиток, який характеризується нестандартним підходом до досягнення цілей та вирішення проблем організації, відсутністю досвіду реалізації обраних креативних ідей та ризиком їх реалізації;
- основними факторами, що визначають активізацію креативної діяльності, є рівень мотивації учасників креативної діяльності, рівень їхньої професійної підготовки, а також узгодженість цілей цих учасників з цілями організації. Особливості визначення та узгодження цих цілей є передумовою раціоналізації часу та коштів, які організації витрачають на формування ефективних креативних команд та розробку раціональних креативних рішень;
- створення системи мотивації суб'єктів до креативної діяльності має ґрунтуватися на застосуванні індивідуального підходу до суб'єктів креативних досліджень. Він має полягати у виявленні їхніх потреб, визначенні чинників, що впливають на їхню зміну в часі, та встановленні ідеальних методів впливу на суб'єктів творчої діяльності.

Сімкова Т.О.,

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри економіки повітряного транспорту*

Белій М.В.,

аспірант

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Збалансована система показників інтегрує оцінку результатів діяльності підприємства кваліфікованими та досвідченими учасниками процесу формування цінності, використовується для вирішення фундаментальних проблем процесу управління з фінансовими поглядами як на короткострокові проекти, так і на успішну довгострокову діяльність у конкурентному середовищі. Вона дозволяє підприємству вирішувати такі завдання: оцінювати результати діяльності; оцінювати потенціал; визначати систему стратегічних цілей; контролювати реалізацію цих цілей; реалізовувати обрану та обґрунтовану стратегію.

Збалансована система показників базується на чотирьох компонентах, які дозволяють досягти «балансу між довгостроковими і короткостроковими цілями, між бажаними результатами і факторами їх досягнення, між жорсткими об'єктивними критеріями і більш м'якими суб'єктивними показниками» [1]. Цими компонентами є: внутрішні бізнес-процеси, клієнтські, фінансові, навчання та розвиток персоналу.

Складова внутрішніх бізнес-процесів виявляє внутрішні процеси, які потребують вдосконалення. Постійне узгодження дій та спроможностей з ціннісною для клієнта пропозицією є вирішальним фактором у реалізації стратегії. Клієнтська складова розглядається як споживча основа та ринковий сегмент, на якому підприємство конкурує, а також як підсумок діяльності на конкретному сегменті ринку. Фінансова складова дає можливість оцінити економічні наслідки вжитих заходів і є показником відповідності стратегії загальному плану економічного розвитку підприємства в цілому. Складова навчання та розвитку працівників визначає організаційну інфраструктуру, яку потрібно сформувати для

підтримки процесів утворення цінності та досягнення довгострокового зростання і вдосконалення.

Наукові дослідження містять ряд рекомендацій щодо кількості показників у кожній групі збалансованої системи показників [2]. Для оцінювання внутрішніх бізнес-процесів передбачається використовувати від п'яти до дев'яти показників, які дають змогу оцінити цінність для клієнтів та стейкхолдерів, що мають фінансовий інтерес до підприємства. Клієнтська складова включає від п'яти до восьми показників, залежно від вартості кінцевого продукту. Так, у фінансовій складовій вбачається за доцільне використовувати три-чотири показники фінансової діяльності, залежно від фінансових цілей підприємства. Рівень навчання та розвитку персоналу оцінюється за допомогою трьох-шести індикаторів, які показують здатність змінюватись та вдосконалювати професійні знання та навички.

Складність полягає в обґрунтуванні критеріїв відбору показників для включення в збалансовану систему показників, які повинні розглядатися з точки зору галузі, специфіки діяльності підприємства та його життєвого циклу. При формуванні системи показників доцільно використовувати такі критерії їх відбору: взаємозв'язок показників зі стратегією підприємства; відбір показників з акцентом на стадії їх життєвого циклу; можливість логічного зв'язку та повного відображення завдань різних підрозділів і підприємства в цілому; виключення показників, що створюють конфлікт інтересів структурних підрозділів підприємства; виключення багатофакторності зв'язків між показниками.

Список літератури

1. Пілецька, С. Т. (2009). Стратегічний аналіз потенціалу підприємства в обґрунтуванні стратегії економічного розвитку. *Економічний вісник Національного гірничого університету*.

2. Гудзь Т. П., Проскурня Н. В. Забезпечення сталого розвитку підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2023. №3-4. С. 7-12.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На прибутковість та ефективність діяльності організації впливає низка факторів, які за певних умов можуть призвести до банкрутства бізнесу. У такій ситуації керівництву компанії необхідно здійснити комплекс дій, необхідних для відновлення стабільності та платоспроможності.

Антикризове управління в сучасних економічних умовах є основою конкурентоспроможної та ефективної діяльності будь-якого підприємства. Ліквідація нежиттєздатних підприємств є умовою, яка є необхідністю, для ефективного функціонування ринкових механізмів. Дійсно, запустити процедуру банкрутства набагато простіше, ніж намагатися відновити життєвий цикл підприємства. Однак практичний досвід світових компаній у подоланні кризових явищ свідчить про формування іншого підходу до розвитку кризового процесу.

Нівелювання кризових явищ через впровадження методів та інструментів антикризового управління має відбуватися, насамперед, шляхом усунення причин, що їх викликали, запровадження моніторингу використання ресурсів та ступеня оновлення основних засобів, компетенцій та стимулювання персоналу.

Реалізація стратегії антикризового планування у поєднанні із заходами щодо усунення опору змінам та запровадженням розвитку підприємства на інноваційній основі.

Стратегія в антикризовому управлінні має вирішальне значення. Антикризова стратегія підприємства – це комплекс дій на відповідний період часу, що дозволяє підприємству подолати кризові явища і зміцнити свої позиції на ринку. Основна ціль антикризової стратегії має бути спрямована на усунення

основних причин появи кризи за рахунок зменшення впливу відповідних факторів і з урахуванням існуючих обмежень. Усередині однієї антикризової стратегії може бути кілька антикризових програм, які включають в себе комплекс антикризових заходів, спрямованих на досягнення цілей обраної стратегії. Успіх антикризового управління багато в чому залежить від того, наскільки добре обрана стратегія антикризового управління.

Антикризові стратегії є загальними для малих, середніх та великих підприємств, але при виборі слід враховувати можливість її застосування на певному підприємстві. Враховуючи, що криза на підприємстві переживає певні фази, то перед формуванням стратегії важливо точно знати на якій саме фазі кризи знаходиться підприємство.

Ефективність антикризового управління забезпечується основоположними заходами, які сприяють виходу підприємства з кризової ситуації, відновленню його ефективної діяльності та запобіганню виникнення кризових ситуацій в майбутньому.

У процесі здійснення антикризового управління підприємством використовуються різні прийоми, методи та засоби, що дозволяють ефективно організувати систему антикризового управління на підприємстві. В інтегрований формі вони слугують методами антикризового управління підприємством. Вважається, що методи антикризового управління займають важливе місце в теорії та методології антикризового управління, оскільки вони допомагають збагачувати як теорію, так і практику антикризового управління як системи.

Антикризова стратегія завжди визначає три основні напрямки дій менеджерів підприємства:

- пошук найкращий шляхів збільшення доходів або за рахунок мобілізації внутрішніх резервів, або за рахунок потенційного продажу активів, не задіяних в поточному бізнесі, з метою погашення частини заборгованості за рахунок виручених від продажу коштів;

- пошук можливостей скорочення витрат через скорочення фонду оплати праці, відмову від реалізації інвестиційних проектів, зменшення операційних витрат та ін;
- скорочення фінансового циклу, або за рахунок перегляду політики роботи з покупцями і скорочення відстрочок, або за рахунок спроб домовитися про відстрочки з постачальниками, або за рахунок зміни постачальника чи дилера, або за рахунок перегляду виробничого циклу.

Конкурентна стратегія підприємства в системі антикризового управління є інструментом забезпечення досягнення цілей підприємства на цільових ринках. Формування конкурентної стратегії підприємства слід починати з аналізу зовнішнього середовища функціонування підприємства, конкурентних позицій на цільових ринках, аналізувати конкурентні сили в галузі, стратегічні наміри і поведінку конкурентів. Доцільно здійснювати аналіз стратегічних цілей підприємства на цільових ринках і аналіз конкурентного та економічного потенціалу, що відображає можливості підприємства у створенні конкурентних переваг і ведення конкурентної боротьби в контексті антикризового управління.

Антикризове управління – це не просто формування ефективної стратегії відновлення та розвитку компанії, а й комплексна реалізація запропонованих заходів, їх постійне коригування залежно від впливу змін зовнішніх та внутрішніх факторів.

Тактична антикризова програма розробляється і впроваджується під час кризи або з її першими ознаками. Такий підхід можна вважати недалекоглядним, оскільки в разі настання кризи немає часу на аналіз ситуації, прийняття рішень та розробку стратегії. Отже, існує висока ймовірність помилок при розробці тактики антикризової кампанії, оскільки відсутній детальний аналіз і стратегія.

Антикризові програми ніколи не повинні припинятися, а їх основою має бути антикризова програма як стратегічний документ. Ця програма має бути спрямована не лише на подолання кризи, а й на її запобігання та грамотне посткризове реагування (стратегічне антикризове управління).

ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В АФРИЦІ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Туризм є одним з основних факторів економічного зростання і створення робочих місць, особливо в країнах, що розвиваються. Африка має серйозні переваги для розвитку туризму, зокрема унікальні історичні та природні пам'ятки, багато культурних заходів тощо.

Міжнародні туристи, які подорожують до країн, що розвиваються, часто вливають у національну економіку такі ж обсяги багатства, як інвестиції приватного та державного секторів та допомога розвитку. Якщо розглянути статистику до періоду глобальних потрясінь (як от пандемія Covid 19, російське вторгнення в Україну у 2022 р.), які через значний негативний вплив, зіпсували тенденції розвитку по суті всіх держав світу, то можна побачити, що в Африці доходи від туристичної галузі є співставними з іншими потоками капіталів. Зокрема, у 2015 р. припливи прямих іноземних інвестицій в Африку склали 54 млрд дол. США, офіційна допомога з розвитку 51 млрд дол. США, а туризм приніс 39 млрд дол. США, і при тому створив 9,1 млн робочих місць у секторі туризму. Очевидно, що туристична індустрія відіграє важливу роль для економік країн Африки, сприяючи зростанню ВВП, експорту послуг та покращенню зайнятості [1].

У 2004 р. в рамках Африканського Союзу був прийнятий План дій сфері туризму, головною метою чого було зробити туризм важливою індустрією на континенті. Це сталося після того, як у 1990-х рр. кількість міжнародних туристів в Африці зросла на 300%, в результаті чого у 2000 р. їхня кількість сягнула 26,2 млн чол. З тих пір туризм став невід'ємною частиною політики економічного розвитку континенту. Окрім континентальних програм, достатньо багато країн

Африки прикладають серйозні зусилля для розвитку своєї індустрії подорожей і туризму, щоб мати можливість приймати щорічно майже 62 млн відвідувачів континенту. Тут можна виділити Гамбію, Кенію, ПАР і Танзанію. Найбільші обсяги інвестицій, орієнтованих на туризм, у 2019 р. отримували ПАР та Кенія – 6,1 млрд та 404 млн відповідно [1].

Крім внеску в економічне зростання, туристична галузь також є важливим чинником просування економічної інтеграції в Африці. Процес її втілення триває вже понад 10 років. У 2012 р. була висунута пропозиція щодо континентальної інтеграції, у 2018 р. була підписана Угода про заснування Африканської континентальної зони вільної торгівлі (АфКЗВТ, англ. African Continental Free Trade Area – AfCFTA), яка у 2019 р. набула чинності. 1 січня 2021 р. угода про АфКЗВТ була офіційно запущена. Станом на березень 2024 р. Угоду про АфКЗВТ підписали 54 держави Африки, з них 47 держав (85%) її ратифікували [2].

Втілення різних заходів для розвитку туризму також сприятиме просуванню економічної інтеграції в Африці. Особливого перегляду потребують візові питання. Тільки 14 з 54 африканських країн пропонують африканським громадянам оформлення віз при прибутті. Труднощі з отриманням віз для поїздок в межах Африки позначаються на подорожах і туризмі, адже саме введення візового режиму є основою розвитку туристичного сектора континенту, і до того ж може створити набагато більше кваліфікованих робочих місць.

У звіті про моніторинг туризму в Африці Африканського банку розвитку вказано, що візова лібералізація може збільшити туристичні потоки на 5-25%. Покращення туризму дасть поштовх для розвитку бізнесу транспортного, готельного, торгових центрів і ресторанів. Для 60% безробітної молоді Африки, це означає новий ринок праці, що також буде сприяти запобіганню місцевому відтоку мізків у довгостроковій перспективі [3].

Дійсно, від збільшення мобільності є багато переваг. Наприклад, безвізовий режим в Африці активно втілює Руанда. Після введення в 2013 р. режиму “віза по прибуттю” для всіх громадян Африки в країні спостерігалось збільшення туристичних потоків на 24% і збільшення внутрішньоафриканської торгівлі на

50%. Тільки з ДРК торгівля зросла на 73% з моменту реалізації безвізового режиму. Згодом, коли Руанда скасувала дозволи на прцевлаштування для громадян Східної Африки, її торгівля з Кенією та Угандою зросла щонайменше на 50% [4].

Ще одна з небагатьох повністю безвізових країн в Африці — Сейшельські острови мають переваги від цього. Після прийняття безвізового режиму на Сейшельських островах в період з 2009 по 2014 рік спостерігалось збільшення доходів через міжнародний туризм в країні в середньому на 7% [4].

Очікується, що до 2035 р. потоки пасажирів в Африку зростуть на 192 млн на рік для загального ринку в 303 млн пасажирів, які подорожують до та з африканських напрямків [4].

Список використаних джерел:

1. Landry Signé: Africa's tourism: A global destination for investment and entrepreneurship. March 5, 2019. URL: <https://www.brookings.edu/articles/africas-tourism-a-global-destination-for-investment-and-entrepreneurship/>.

2. The Trade Law Centre NPC (tralac). African Continental Free Trade Area (AfCFTA) Legal Texts and Policy Documents. URL: <https://www.tralac.org/resources/our-resources/6730-continental-free-trade-area-cfta.html#ratification>.

3. Africa Tourism Monitor 2018 - The High 5s – Tourism as a Pathway to Industrialization, Integration, Quality of Life, Agriculture, and Powering Up Africa. URL: <https://www.afdb.org/en/documents/africa-tourism-monitor-2018>.

4. Hassan El-Houry, Here's how to make Africa's aviation industry soar. World Economic Forum Annual Meeting. Jan 9, 2019. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/here-s-how-to-make-africa-s-aviation-industry-soar/>.

Солодков Д.Є.,
аспірант

*Науковий керівник: Гришко Н.Є., к.е.н., доцент
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ: СПЕЦИФІКА РОЗПОДІЛУ РОЛЕЙ В РОБОТІ З BIG DATA НА ОСНОВІ МАТРИЦІ RACI

Швидке зростання обсягів даних і їх створення призвели до появи удосконалених технологій для збору, зберігання, обробки, аналізу та візуалізації великих обсягів даних, які використовуються у багатьох сферах і організаціях. Серед них - великі банки, виробничі підприємства, технологічні компанії, оператори мобільного зв'язку та торговельні компанії (рис. 1) [1]. Технології розвинулися для автоматизованого виявлення закономірностей, таких як поведінка споживачів і ефективність процесів. Ці закономірності використовуються для оптимізації технологічних і продуктових інновацій, а також інших процесів на підприємстві.



Рис. 1 Групи функціонуючих підприємств, що мають справу з великими даними [авторська розробка]

Технічно, "великі дані" - це великі обсяги структурованих і неструктурованих даних різної природи, що обробляються програмними інструментами [2]. Фактори

успішності проєктів з використанням великих даних можна умовно поділити на технічні і організаційні. Організаційний аспект розвивається повільніше, ніж технічний, що може призвести до проблем у роботі над проєктом і втрати конкурентоспроможності фірми. Актуальним постає створення ефективної методики управління проєктами, яка враховуватиме специфіку роботи з великими даними. Ключовим фактором успіху є команда проєкту та ефективне кадрове керівництво. Великі дані впливають на процеси прийняття рішень в організації, змінюючи правила взаємодії між структурними підрозділами.

У проєктній роботі часто головною проблемою стає постановка технічного завдання та планування проєкту, що є функціями менеджменту. Перешкоди, з якими частіше стикаються компанії, які впроваджують технологію великих даних, включають організаційні трансформації, реінжиніринг бізнес-процесів та управління змінами. Це призводить до конфлікту в області прийняття рішень. Концепція Шреджера розглядає використання моделі RACI (responsible, accountable, consulted, informed), яка пропонує ефективне втілення підходу Дженсена в області прийняття рішень: відповідальність (responsibility), - виконання задачі; підзвітність (accountability) – прийняття рішення і реалізація заходу по конкретній задачі; консультативність (consulting) – зв'язок з рішеннями і задачами; інформованість (informing) – доступ до інформації по рішенням і діям в ході проєкту / процесу [3]. Матриця допомагає визначити розподіл ролей і відповідальності в команді (табл. 1).

Таким чином, на кожному з вищезазначених ролей призначаються відповідальні особи. Розподіл відповідальностей відбувається в 6 етапів згідно принципам і правилам побудови матриці.

В рамках формування матриці RACI Хатрі і Браун запропонували сукупність ролей, засновану на областях прийняття рішень для програм управління даними: ці ролі охоплюють зберігача даних/власника даних/споживача даних, архітектора баз даних і менеджера інформаційного ланцюга.

Табл. 1 Області відповідальності ролей в матриці RACI [складено за 3]

“R” Виконавець (Responsible)	Покладена відповідальність за виконання завдання. На кожну задачу повинно розподілятися не менше одного Виконавця. Ступінь відповідальності розподіляється Затверджувачем.
“A” Затверджуючий (Accountable)	Отримує звіт про досягнутий результат; має повноваження, як приймати так і відхиляти пропозиції, накладати на них вето. На кожний проєкт виділяється не більше одного Затверджуючого.
“C” Консультант (Consulted)	Консультація і узгодження рішень, що приймаються. Характеризується двостороннім зв’язком між підрозділами.
“I” Інформований (Informed)	Надходить кінцева інформація про виконану роботу. Характеризується одностороннім зв’язком.

Деякі ролі дуже специфічні відносно областей прийняття рішень, наприклад, менеджери з контролю якості даних, аналітики та інші профільні менеджери. Типова структура команди з роботи з великими даними має таку ієрархію: Рада з питань контролю даних > Менеджери з контролю якості даних > Архітектори баз даних > Власники даних та працівники сфери кібербезпеки > Менеджери з життєвого циклу даних [4].

Інтенсивний розвиток технологій обробки великих обсягів даних відкриває нові можливості для багатьох галузей і організацій. Однак, зростання обсягів даних вимагає ефективного управління проєктами з їхнім використанням, що включає специфіку розподілу ролей в роботі з Big Data на основі матриці RACI. Управління проєктами в цій сфері стикається з викликами постановки технічного завдання, планування проєкту та організаційної трансформації, що може призвести до конфліктів у процесі прийняття рішень. Використання моделі RACI допомагає у чіткому визначенні ролей і відповідальності в команді проєкту, а також сприяє покращенню управління проєктом в області Big Data. Таким чином, розробка ефективної методики управління проєктами в цій сфері стає актуальною

для забезпечення успішності проєктів та збереження конкурентоспроможності організацій.

Список використаних джерел:

1. Кріш Крішнан (2013) Зберігання даних у епоху великих даних (Data warehousing in the age of big data): монографія, 251-256, 370 ст.
2. Al-Shamsi M. A. S. A Guide to the Project Management Body of Knowledge : monograph. 7th ed. Project Management Institute, 2021. 250 p.
3. Cabanillas, C., Resinas, M., Ruiz-Cortés, A. (2012). Automated Resource Assignment in BPMN Models Using RACI Matrices. In: Meersman, R., et al. On the Move to Meaningful Internet Systems: OTM 2012. OTM 2012. Lecture Notes in Computer Science, vol 7565. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-33606-5_5
4. Otto, Boris (2011) "Data Governance," Business & Information Systems Engineering: Vol. 3: Iss. 4, 241-244.

Стешкін С.В.,

аспірант

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

ННІ УІПА ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Людський капітал - це концепція, яка визначає сукупність знань, навичок, навчання, кваліфікації та інтелектуальних можливостей індивіда, які він може використовувати для досягнення своїх цілей та приносити користь собі та оточуючому світу [1]. Людський капітал є ключовим фактором в розвитку суспільства та економіки, оскільки він визначає продуктивність та інноваційність робочої сили. Термін "людський капітал" був вперше використаний в економічній

літературі у 1960-х роках, особливо під впливом праць громадського економіста Теодора Шульца [2]. У своїх роботах він підкреслював важливість інвестування в освіту та навчання для підвищення продуктивності праці.

Одним з ключових аспектів людського капіталу є взаємодія між освітою, навчанням та працею. Інвестиції в освіту та навчання сприяють підвищенню рівня кваліфікації працівників, що в свою чергу призводить до зростання продуктивності праці та створення сприятливих умов для економічного зростання [3].

Умови Індустрії 4.0 вносять революційні зміни в економіку, технології та суспільство, що ставить перед собою ряд проблем у формуванні людського капіталу. Деякі з цих проблем такі [4-6].

Швидкість змін. Умови Індустрії 4.0 характеризуються швидким темпом технологічних змін та інновацій. Освітні програми та навчальні підходи часто не встигають пристосовуватися до цих змін, що може призвести до втрати актуальності навичок і знань.

Необхідність нових навичок. Індустрія 4.0 вимагає нових навичок від працівників, таких як цифрова грамотність, аналітичні здібності, навички роботи з великими обсягами даних тощо [7-8]. Формування цих навичок може виявитися складним завданням для тих, хто має застарілі навички або обмежений доступ до відповідних навчальних ресурсів.

Нерівності в доступі. В умовах Індустрії 4.0 може збільшуватися розрив у доступі до освіти та навчання, оскільки цифрові технології стають все більш важливими. Особи з низьким рівнем соціально-економічного статусу або з обмеженими можливостями можуть відставати в формуванні свого людського капіталу через обмежений доступ до цифрових технологій та освітніх ресурсів.

Необхідність перепідготовки: Індустрія 4.0 призводить до змін у структурі ринку праці, що може призвести до необхідності перепідготовки чи перекваліфікації працівників. Це вимагає гнучких та швидких освітніх програм, які забезпечать необхідні навички для адаптації до нових умов.

Посилення конкуренції. Умови Індустрії 4.0 можуть призвести до глобальної

конкуренції на ринку праці. Люди повинні бути готові конкурувати не лише з місцевими, але й зі світовими кандидатами за робочі місця, що вимагає відповідного рівня навичок і знань.

Можно визначити такі шляхи розвитку людського капіталу, як інвестиції в освіту (збільшення фінансування освіти на всіх рівнях, це включає інвестиції в інфраструктуру, підвищення зарплат вчителів, розробку сучасних навчальних програм та методик навчання), професійне навчання та перепідготовка (програми професійного навчання та перепідготовки повинні спрямовуватися на розвиток актуальних навичок та компетенцій, які відповідають потребам Індустрії 4.0.), стимулювання інновацій та креативності (програми підтримки стартапів, наукових досліджень та технологічних інкубаторів сприяють створенню умов для розвитку нових ідей та проєктів), підтримка участі населення у різних формах навчання (забезпечення доступу до різних форм навчання, таких як дистанційне навчання, онлайн-курси, майстер-класи, курси самонавчання тощо, дозволяє людям розвивати свої навички у відповідності до власного темпу та індивідуальних потреб).

Особливим напрямком є посилення ролі держави. Держава може грати ключову роль у розвитку людського капіталу шляхом впровадження ефективних освітніх політик, забезпечення соціальної справедливості в доступі до освіти та підтримки найбільш вразливих груп населення. Забезпечення комфортних умов для навчання, доступу до сучасних технологій та інформаційних ресурсів, а також підтримки менторства та наставництва сприяє активному розвитку людського капіталу.

Наведені шляхи можуть сприяти підвищенню якості та рівня людського капіталу в умовах Індустрії 4.0, що в свою чергу сприятиме стабільному економічному зростанню та соціальному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Gary S. Becker. "Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education." University of Chicago Press, 1993.
2. Theodore W. Schultz. "Investment in Human Capital: The Role of Education

and of Research." Free Press, 1971.

3. James J. Heckman, Alan B. Krueger, and Benjamin M. Friedman. "Inequality in America: What Role for Human Capital Policies?" MIT Press, 2003.
4. Hanushek, Eric A., and Ludger Woessmann. "The Knowledge Capital of Nations: Education and the Economics of Growth." MIT Press, 2015.
5. Acemoglu, Daron, and James A. Robinson. "Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty." Crown Publishers, 2012.
6. Green, David D., and Roberts, Gary E. (2012). Impact of postmodernism on public sector leadership practices: Federal government human capital development implications. Public Personnel Management, 41(1), 79-96. <https://doi.org/10.1177/009102601204100105>.
7. Hackman, Michael, and Johnson, Craig. (2018). Leadership: A communication perspective. Waveland Press, Inc.

Столяр А.А.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Вовк О.М., д.е.н., професор

Національний авіаційний університет, м.Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ РОЗВИТКУ В УМОВАХ НЕОМОДЕРНІЗАЦІЇ

Сучасні умови економічного розвитку багатьох підприємств характеризуються наявністю безпекових викликів, конкуренції, динамічністю ринкової кон'юнктури, істотними змінами в просторово-часових закономірностях, що обумовлені новими детермінантами цифровізації й інтелектуалізації економічних систем, виникненням нових сфер економіки, віртуалізації економічних комунікацій. До таких характеристик економічного

розвитку в українських реаліях потрібно додати умови військового часу та безпекові виклики воєнної економіки. Також викликами для економічного розвитку економіки України є світова економічна криза, наслідками якої є зниження темпів зростання світової економіки (падіння в 2020 році на -2,7%, а потім нестійке зростання: на 6,5% в 2021 р., 3,5,% в 2022 р., 3,2 % в 2023 р. та такому ж прогнозу на 2024 рік за звітами Міжнародного валютного фонду(МВФ) [1]. Причинами зниження економічної активності, втрати вартості економічного потенціалу підприємствами є високі темпи інфляції, коливання цін на енергоресурси та продовольство у світі, затяжна криза споживання внаслідок пандемії та зростання вартості життя внаслідок війни в Україні, перерозподіл капіталів та, відповідно, інвестиційних джерел. Вирішення окреслених викликів економічного розвитку є активізація інноваційної діяльності, прискорення модернізації промислового виробництва, а також транспортно-логістичних та інформаційних комунікацій [2-3].

Поряд з тим виникає необхідність інституційного й системного становлення нових імперативів інноваційного розвитку й модернізації, що в сукупності формують парадигму неомодернізації економічних систем. Адже неомодернізація економіки характеризується сталими імперативами, суспільним визнанням модернізованих засобів виробництва та інновацій, що інтегруються у положеннях концепції «Індустрії 5.0»: сталому розвитку, циркулярній економіці й стратегічній інституціоналізації реального сектору економіки на зміну динамічному зростанню ролі цифровізаційно-інформаційних технологій та інтелекту в якості капіталоформуючого фактору.

Таким чином, інновації, як детермінанта забезпечення ефективності підприємств, в умовах становлення неомодернізаційної парадигми спрямовуються на:

- стратегічні орієнтири довгострокового зростання при формалізації інституційних механізмів в умовах воєнної та повоєнної відбудови економіки;
- орієнтують оновлення технологій виробництва на дотримання принципів сталого розвитку;

- пріоретизують технології циркулярної економіки для забезпечення ресурсо-
і енергозбереження.

Список використаних джерел:

1. World economic outlook. Growth Projections URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/01/30/world-economic-outlook-update-january-2024>. (дата звернення 10.04.2024)
2. Вовк О.М., Ареф'єва О.В., Посипайко Є.А. Інтенсифікація формування матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неоіндустріальної модернізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2020. Вип. 2 (70). С. 123-131.
3. G. Kucheruk, O. Vovk, N. Kovalenko, V. Romakh, V. Shevchenko. Modernization Processes Development in the Implementation of Intellectual Capital in a Crisis. *Economic Affairs*, Vol. 68, No. 01, pp. 569-581. DOI: 10.46852/0424-2513.1.2023.26. URL: <http://ndpublisher.in/admin/issues/EAv68n1z.pdf>. (дата звернення 10.04.2024).

Торяник Д.О.,
аспірант

*Науковий керівник: Кір'ян О.І., к.е.н., доцент
ННІ Українська інженерно-педагогічна академія Харківського
Національного університету ім. Каразіна, м. Харків, Україна*

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ДЕФІЦИТУ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Формуючи стратегію сталого розвитку, кожне підприємство передбачає максимально можливий рівень дотримання безпечних умов функціонування в сучасних глобалізаційних економічних умовах. Для цього є нагальна потреба мати достатній обсяг достовірної інформації, на базі якої буде можливість сформулювати прогноз розвитку середовища та передбачити шляхи використання його переваг і нівелювання загроз. При цьому саме процес отримання інформації, яка б дозволила формувати плани безпечної діяльності в майбутньому, з відносно не

великими витратами (що зробило б прогнозування, аналіз доцільними економічно) на сьогодні для більшості підприємств є недосяжним.

Фахівці, які здатні проводити подібні дослідження, працюють в більшості в корпораціях і отримують досить високу винагороду за роботу, чого не можуть собі дозволити більшість вітчизняних підприємств. Замовлення дослідження крім його високої вартості потребує додаткового часу на розробку завдання на дослідження, має обмежену кількість критеріїв, за якими його будуть проводити.

Законодавча база в Україні зробила перші кроки для вирішення питань економічної безпеки, однак поки більшою мірою на рівні держави. Так Бюро економічної безпеки України одним зі своїх завдань має «...виявлення зон ризиків у сфері економіки...» [1, Ст.4]. Можливість регулярного доступу до вказаної інформації забезпечило б суб'єктам господарювання більший діапазон даних для розробки власної стратегії. Стратегія економічної безпеки України [2] дозволяє підприємцям, виробникам бачити як узагальнені систематизовані загрози економічній безпеці (що у вигляді зовнішнього середовища впливає на діяльність кожного суб'єкта господарювання в країні та, відповідно, впливає на зміст стратегічних рішень), так і орієнтуватися на очікувані заходи на державному рівні, тим самим маючи можливість долучитися до перспективних процесів і посилити власну економічну сталість та безпеку. Аналогічна ситуація з домінуванням уваги до економічної безпеки саме на рівні держави спостерігається в багатьох країнах світу [3]. Статистичні збірки, матеріали зазвичай дають обмежену за видами інформацію [4], яку в повному обсязі складно використати з метою формування багатофакторної моделі стійкого розвитку окремо взятого підприємства, а в умовах військового стану останніх років продовжити дослідження окремих показників є процесом надзвичайно складним. Все це створює так званий інформаційний голод стратегічних рішень в питаннях обґрунтування проєктів з підвищення рівня економічної безпеки підприємства. Доповнення проблеми глобалізаційними економічними процесами, а саме посиленням конкурентної боротьби на міжнародних ринках, швидкими змінами в митному законодавстві багатьох країн на користь їх вітчизняного виробника, в

тому числі шляхом вагомого обмеження обсягів продукції, що може вийти на той чи інший ринок (введенням квот); активізацією впливу захисників довкілля; активними міграційними процесами та ін. вимагає від підприємства, навпаки, збільшити кількість інформаційних показників, необхідних для здійснення достовірного прогнозу середовища з подальшим пошуком шляхів оптимального розвитку.

Одним з найбільш простих шляхів сучасного вирішення поставленого проблемного питання може стати використання штучного інтелекту як заміника фахівців з пошуку, систематизації та первинного аналізу інформації. На даний час саме штучний інтелект дозволяє знаходити інформацію за заданими критеріями не залежно від місцезнаходження джерела. Це дозволяє не обмежуватись окремими регіонами, країнами, показниками, а ставити різноманітні завдання, необхідні кожному окремому підприємству.

Перспективність використання штучного інтелекту в тому, що підприємство може не тільки самостійно визначатися з кількістю необхідних показників, але й визначати їх систематизацію залежно від так само значної кількості додаткових чинників. Це дозволить систематизувати дані за багатьма параметрами та виокремити найбільш реальні зони ризикованого менеджменту з можливістю виокремити найбільш вагомі чинники формування вказаного ризику. Таким чином підприємство зможе не тільки обирати найбільш стійкі рішення, але й визначатися з регіоном, видом діяльності та іншими показниками, які будуть найбільш доцільними для його сталого розвитку. Стрімкий розвиток сучасних інтернет-технологій дозволить все більш досконало, швидко та раціонально отримувати інформацію для розробки стратегії сталого розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Про Бюро економічної безпеки України. Закон України від 28.01.2021 № 1150-IX зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1150-20#Text>.
2. Стратегія економічної безпеки України на період до 2025 року, затверджена Указом Президента України від 11 серпня 2021 року № 347/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2021#Text>.

3. Правдюк А.Л. Особливості законодавчого забезпечення економічної безпеки України. (2021) Інформація і право. № 2 (37). С. 170-182. URL: <http://il.ippi.org.ua/article/view/238408>.

4. Статистичний збірник «Регіони України» 2021. Частина 1. За ред. І.Вернера. Київ, Державна служба статистики України, 2022. 274 с.

Тума С.Г.,

аспірант

Науковий керівник: Яковенко Я.Ю., PhD з економіки

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,

м. Кременчук, Україна

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇНИ: КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У сучасних умовах ринку експортний потенціал країни відіграє ключову роль як під час війни, так і в повоєнний період, не тільки для внутрішньої економіки, але й для світового економічного ландшафту, оскільки процеси глобалізації розмивають кордони між країнами у бізнесових, політичних та економічних відносинах. Експортний потенціал визначається здатністю країни виробляти товари та послуги, які відповідають вимогам міжнародного ринку та забезпечують конкурентний перевагу [1]. Він є ключовим фактором, що визначає економічну динаміку та міжнародну позицію країни.

Історичний досвід підтверджує, що чим вище участь країни у світовому експорті товарів і послуг, особливо високотехнологічних галузей з високою доданою вартістю, тим більш ефективна та успішна є економіка країни [3]. Наприклад, Ізраїль, країна з обмеженими природними ресурсами і постійною загрозою війни з усіх сторін, розробила й успішно впровадила економічну модель, що ґрунтується переважно на експорті медичних послуг, інженерних рішень та

високої доданої вартості сільськогосподарської продукції. Ця модель забезпечує стабільний розвиток, високий рівень життя і підтримку військових потужностей країни.

Також Японія, з обмеженою територією та природними ресурсами, змогла розвинути свій експортний потенціал завдяки виробництву та експорту високотехнологічних товарів з високою доданою вартістю. Країна активно інвестує у дослідження та розвиток нових технологій, що дозволяє їй створювати продукти з високою доданою вартістю, такі як електроніка та автомобілі, які знаходять попит у всьому світі. Постійні інновації та висока якість товарів забезпечили сталий економічний розвиток країни.

У цьому контексті важливою є концепція сталого розвитку глобального ринку товарів, послуг та капіталу. Експортний потенціал є критичною категорією, що відображає здатність країни реалізовувати товари та послуги на зовнішніх ринках. Експорт допомагає країні зменшити свою залежність від одного ринку або галузі економіки, роблячи її більш стійкою до економічних потрясінь.

Вивчення та впровадження кращих практик країн, які вже досягли значних успіхів у цій сфері, може допомогти Україні потенційно збільшити свій власний експортний потенціал і розширити охоплення ринку. Важливими факторами післявоєнної відбудови України, які варто враховувати вже зараз, є збільшення обсягів експорту, поглиблення ланцюжків доданої вартості в агробізнесі, сприяння розвитку ІТ-стартапів [2].

Водночас продуктивність змін у експортному потенціалі не лише залежить від здатності національної економіки до виробництва товарів з високою доданою вартістю, але й від того, які технології використовуються в бізнес-структурах. Виникає питання, наскільки використовувані в Україні технології відповідають потребам світового ринку, щоб задовольнити його попит на українську продукцію або його викликати. Розгляд цих питань є важливим для нарощування фактичного експортного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Байдала Н.М. Експортний потенціал інноваційно активних підприємств:

теоретико-методологічний підхід. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 2 (129). С. 71-76.

2. Маслак, О., Гришко, Н., Яковенко, Я., Шара, В., & Матвієць, В. (2022). Трансформація бізнес-моделей у парадигмі посткризового відновлення економіки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (2), 11–16. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.2.11>

3. Нікітіна А.В., Юдіна І.В. Удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 34. С. 24–27.

Ус Ю.В.,

*кандидат економічних наук, професор
кафедри економіки та менеджменту*

Терлецький І.О.,

аспірант

ННІ УІПА ХНУ ім. В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Підприємства ринкової економіки, що працюють у складному соціально-економічному просторі, повинні на постійній основі розробляти та впроваджувати різноманітні інновації, що дозволяють їм ефективно функціонувати в стрімкозмінюючихся умовах ринку. Адже від включення інновацій у його діяльність та формування на цій основі конкурентних переваг вирішальною мірою залежить успіх економічного розвитку підприємства.

У зарубіжному менеджменті управління процесами генерування нових ідей називають «креативним менеджментом», який є частиною інноваційного

менеджменту. Креативний менеджмент застосовується на передпроектній та проектній стадіях інноваційного циклу, метою якого є розробка та втілювання новітніх ідей для їх прикладного впровадження в інноваційних проектах.

Розгляд питань, які пов'язані з впровадження у систему управління елементів креативного менеджменту є надзвичайно актуальними для сучасного розвитку українського суспільства, так як вихід України із кризи пов'язан з впровадженням перспективних засад управління, які базуються на нових підходах менеджменту.

Поняття креативного управління підприємством – це здатність суб'єктів управлінської діяльності генерувати та впроваджувати нові ідеї, які набувають ріноманітні форми. Активізація інноваційного пошуку з метою вдосконалення бізнес – процесів на сучасних підприємствах – це принципово новий вид мислення для сучасної бізнес – структури. Пошук вирішення проблеми – це виклик для сучасного менеджера та найкоротший шлях до успіху.

Креативний тип управління розвитку на підприємстві накладає особливий відбиток на загальній системі управління, його мету, функції, методи, створюючи у його структурі особливе автономне ядро, втілює низку нововведень і інновацій в економічній системі, тим самим регулюючи весь інноваційний процес та забезпечує комплексну інтеграцію науки, виробництва та ринків.

Центральною метою подібної діяльності є забезпечення конкурентних переваг підприємства, стабільності його функціонування та прискореного розвитку.

Успішне використання елементів креативного менеджменту надасть можливість підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективно використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток.

Так, в більшості високорозвинутих країнах керівництво використовує саме креативні методи управління, що дозволяє домогтися більшої ефективності та результативності діяльності компаній.

Креативність у менеджменті почала розвиватися приблизно з середини ХХ століття і лише нещодавно знайшла втілення у ґрунтовному прикладному

застосуванні цих знань [4].

Креативний менеджмент тісно пов'язаний з розвитком таких напрямків менеджменту, як управління персоналом, стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, з «самоменеджментом», організаційної культурою підприємства, маркетингом [7].

У сучасних умовах ведення бізнесу у країнах з розвиненою економікою креативність стає постійноюдіючою практикою і основною конкурентних переваг. В будь-якій сегменті ринку та виробництва перемагає в кінцевому результаті той суб'єкт господарювання, який володіє креативними ідеями та потенціалом.

Список використаних джерел:

1. Букацелі А. В. Креативне підприємництво як ресурс економіки. Електронне фахове видання «Ефективна економіка». 2018. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/153.pdf
2. Калініченко Ю.Б. Креативність як основа менеджменту організації / Ю.Б. Калініченко, Я.І. Смірнова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4, Т. II. – С. 186-191.
3. Кузьмін О.Є. Навчальний посібник / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, І.В. Литвин, Д.К. Зінкевич. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 124 с.
4. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посіб – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
4. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент : навч. посібн. / В.О. Василенко, В.Г. Шматьго. – К. : Вид-во «ЦУЛ», 2005. – 440 с.
5. Процак К.В. Креативність персоналу як важливий чинник інноваційного розвитку підприємства / К.В. Процак, О.П. Просович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 698. – С. 272- 276.
6. Мала Н.Т. Креативність як складова ефективного управління // Електронний науковий архів Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка», 2011. – С. 18-23.
7. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління

[Електронний ресурс] / О.І. Продіус // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 67-72. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.htm>.

Федорчук А.О.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Сафонік Н.П., к.е.н., старший викладач

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасні умови вимагають від підприємств постійної адаптації до змін, що створює низку викликів для забезпечення їхньої конкурентоспроможності. Динамічність розвитку ринку, поява нових гравців, інноваційно-цифровізаційні тенденції, невпинний розвиток науково-технічного прогресу та інші зовнішні фактори зумовлюють необхідність постійного аналізу рівня конкурентоспроможності та вжиття ефективних заходів для її підвищення.

Традиційно конкурентоспроможність підприємства можна визначити «як комплексну ознаку, що відображає його здатність ефективно конкурувати на ринку та при цьому здобувати економічні вигоди» [5, с. 53]. Поняття «конкурентоспроможність підприємства» є складним, і на його формування впливає цілий спектр факторів [2]. Фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це різноманітні явища і процеси, які відбуваються в його виробничій, економічній та соціальній сферах, і впливають на зміну загальних витрат на виробництво, а отже, на зміну рівня його конкурентоспроможності. Внутрішні фактори описують об'єктивні критерії, що визначають можливості підприємства щодо забезпечення власної

конкурентоспроможності (сюди відносимо виробничі, технологічні, маркетингові, управлінські, інформаційні, екологічні та фактори сприйняття). Зовнішні фактори, натомість, є тими, на які підприємство не має прямого впливу (сюди відносимо міжнародні, економічні, політичні, правові, соціально-демографічні, науково-технічні та культурні чинники) [3, с. 67]. Враховуючи різноманітність факторів, які впливають на конкурентоспроможність, таких як якість продукції, ефективність виробництва, інноваційність, стратегічне планування та інші, цей показник відображає загальну конкурентну позицію підприємства на ринку.

У таких умовах, важливою стає розробка та втілення ефективних стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємства. В цьому контексті розгляд аспектів, що визначають необхідний рівень конкурентоспроможності, стає невід'ємною частиною стратегічного управління та розвитку підприємства (рис. 1).

Таким чином, на сьогоднішній день підвищення конкурентоспроможності підприємства стає ключовим завданням для досягнення успіху на ринку. Шляхи досягнення цієї мети різноманітні, але всі вони спрямовані на вдосконалення якості продукції чи послуг, оптимізацію виробничих процесів, підвищення ефективності управління та стратегічного планування. Важливо також активно впроваджувати інноваційні технології, підтримувати постійний контакт зі споживачами для врахування їхніх потреб та вподобань, а також розвивати людський капітал через навчання та підвищення кваліфікації. Цей комплекс заходів допоможе підприємству зберегти конкурентні переваги і забезпечити стійке положення на ринку.

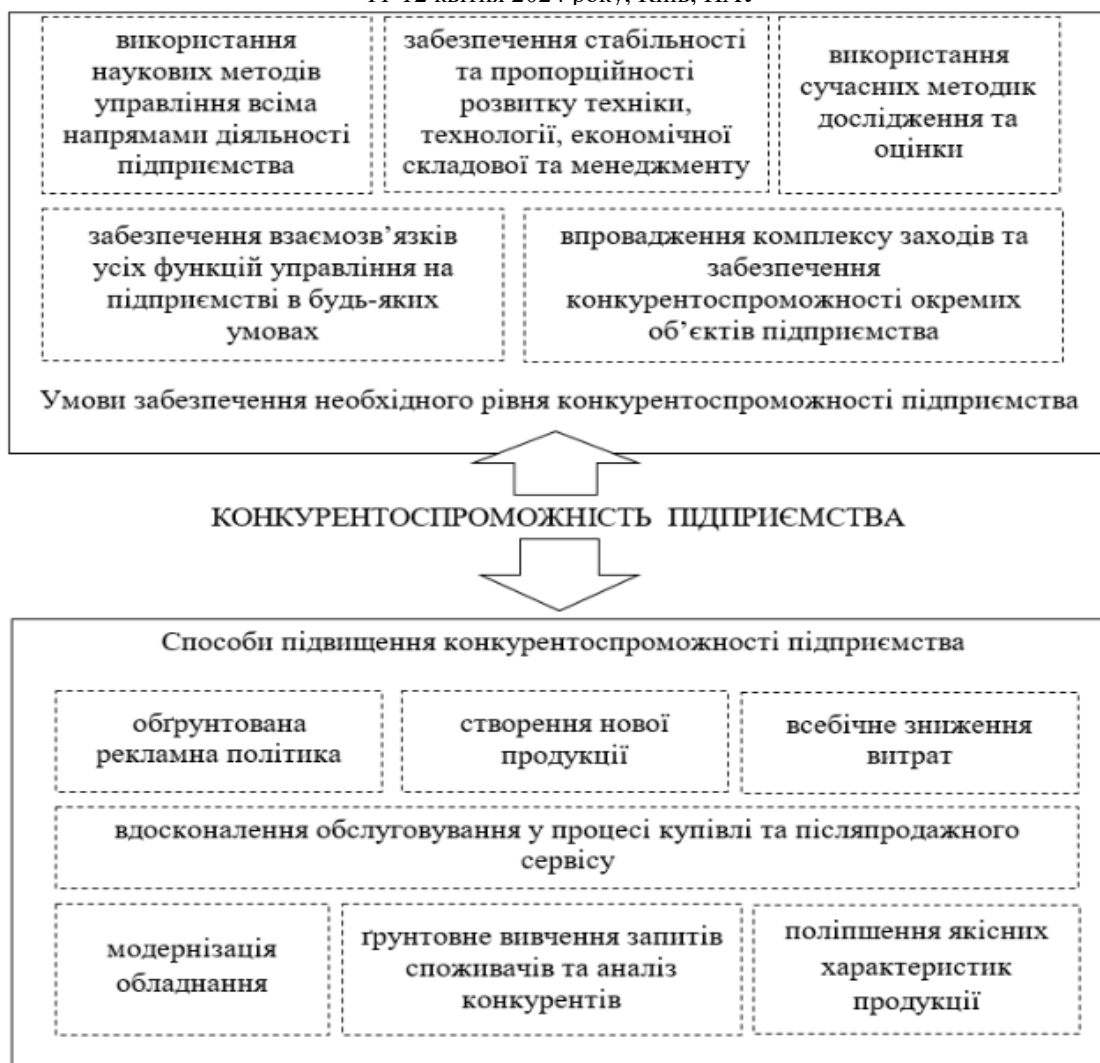


Рис. 1. Умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: складено автором за даними [1, 3, 4].

Список використаних джерел:

1. Арєф'єва О. В., Сафонік Н. П., Кривенко Є. А. Фактори інноваційного розвитку системи матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неотехнологічного відновлення. *Modern Economics*. 2021. № 30(2021). С. 13-20. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-02](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-02)
2. Бойко В. В., Зарічний М. Я. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>
3. Головчук Ю. О. Аналіз впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства як інструмент зниження рівня невизначеності й ризику. *Вісник*

Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2020. № 1(47). С. 63-69.

4. Демчук Н.І., Донських А.С., Ясинський В.М. Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства та шляхи її підвищення. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/69.pdf

5. Жалдак Г. П., Мамаджанов А. Р. Напрями та методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2022. №22. С. 52-59.

Ціціленко Н.О.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Антоненко К.В., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ

В сучасних умовах через високий науково-технологічний прогрес та нестабільну політико-економічну ситуацію з'явилися нові динамічні фактори впливу на підприємство у кожному напрямку діяльності.

Підвищення цін на сировину, як фактор впливу на підприємство, несе за собою ряд значущих для функціонування ризиків: знижена ефективність зберігання і формування запасів, підвищення витрат, а отже і цін на продукцію, що є негативним в умовах неплатоспроможного внутрішнього рику, простій потужностей, втрата конкурентоспроможності в ціновій політиці порівняно з імпортованою аналоговою продукцією, наприклад, з Китаю. Задля уникнення негативних впливів та ризиків, що приносить цей фактор, необхідно розширювати ринки збуту, формувати маркетингову стратегію на основі інших характеристик товару, ніж ціна, вчасно регулювати необхідні потужності підприємства та створювати гнучку стратегію формування запасів.

Загроза знищення майна внаслідок ворожої агресії є серйозним фактором впливу на фінансове положення підприємств, що мають фізичні основні засоби та запаси. Ступінь ризику зазнати збитків варіюється від незначних пошкоджень до повного знищення. Також підвищена загроза знищення майна призвела до зростання страхових платежів цієї категорії. Внаслідок цього фактору і спричинених ним ризиків спостерігається зростання цін на підвальні складські приміщення, особливо в близьких до бойових дій регіонах. Звісно, задля повного запобігання ризиків знищення варто перенести підприємство в інші країни, проте це не завжди прибутково і є посильним. Одним з варіантів вирішення проблеми є перенесення основних засобів і запасів в більш безпечні регіони. Малий бізнес переважно ігнорує цей фактор і вирішує проблеми збитків після дії фактору. Деякі підприємства закладають достатні страхові резерви щоб швидко виправити наслідки.

Негативні фактори, що стосуються персоналу, підприємці теж визначили пріоритетною проблемою. Найголовнішим фактором цієї категорії є брак робочої сили, особливо чоловічої статі. Фактор несе в собі ризики різного ступеня – від скорочення діяльності підприємства до тимчасового короткострокового перенавантаження працівників. Щоб врегулювати негативний вплив фактору є різні стратегічні рішення. В довгостроковій перспективі – залучення студентів до роботи, профорієнтаційні заходи, можливість гнучкого графіку роботи. Одним з методів збереження персоналу від мобілізації є активна волонтерська діяльність. При достатніх фінансових можливостях підприємства варто запроваджувати пільги і допомогу переселенцям задля збільшення привабливості вакансій. Також за можливості варто перевести адміністративний персонал на віддалену роботу, щоб могли працювати люди, що виїхали закордон.

Ще одним фактором є поганий психологічний стан працівників, що знижує їх продуктивність або спонукає до звільнення, тому підприємствам варто проводити психологічні тренінги, забезпечити надійне укриття та перехід у дистанційний режим в разі серйозних загроз або нічних обстрілів. Також необхідно контролювати дотримання позитивного мікроклімату в компанії і

зменшити кількість корпоративного стресу.

Динамічні фактори, що впливають на технологічне забезпечення підприємства – це дефіцит електроенергії, запровадження внутрішнього штучного інтелекту. Задля забезпечення конкурентоспроможності і уникнення збитків через простій необхідно забезпечити підприємство альтернативними джерелами живлення відповідно до потужностей підприємства. Для великих виробничих підприємств варто мати доступ мереж, що підключені до міжнародних джерел постачання електроенергії або власну газопоршневую електростанцію. Меншим підприємствам достатньо електрогенератора відповідної до потреб потужності. Також для великих підприємств є актуальним забезпечення внутрішнім штучним інтелектом щоб уникнути ризику витоку внутрішньої інформації і підвищити ефективність робітників.

Правові зміни внаслідок євроінтеграційних процесів. У 2023 році були прийняті закони внаслідок євроінтеграційного процесу і стосуються вони запровадження механізму проведення загальних зборів із застосуванням електронного голосування, приведення норм щодо представництва акціонерів у відповідність до законодавства ЄС [1], а також закон про розкриття інформації і внесення її в Єдиний державний реєстр стосовно окремих підрозділів юридичних осіб, що утворені відповідно до законодавства інших країн. Ці закони спрощують діяльність іноземних компаній, а також сприяють глобалізації акціонерних товариств і дають змогу підключатися до інвестування шляхом купівлі акцій іноземним зацікавленим особам, що не можуть бути фізично присутні на зборах акціонерів, проте можуть підключатися онлайн. Це створює можливість іноземним компаніям та інвесторам більш напряму працювати в Україні, що значно посилить конкуренцію, проте і надасть змогу ефективніше залучати іноземних акціонерів.

Отже, в умовах сучасності задля ефективної діяльності підприємства необхідно контролювати багато динамічних факторів у кожному напрямку діяльності підприємства, що створюють ряд передбачуваних і непередбачуваних ризиків і можливостей.

Список використаних джерел:

1. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС за 2023 рік. Київ, 2024. 129 с. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/18%20-%20Department/18%20%20PDF/2024/03.2024/Звіт%20про%20виконання%20УА%20за%202023%20р._UA%20.pdf (дата звернення: 03.04.2024).
2. Український бізнес під час війни. Київ, 2024. 48 с. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/institute/news?pid=7431> (дата звернення: 03.04.2024).

Чернишенко А.Г.,

аспірант

*Науковий керівник: Ареф'єва О.В., доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

РИНКОВІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА НА КОНКУРЕНТНИХ РИНКАХ

Ринкові чинники становлять ключовий фактор, що впливає на економічну поведінку будь-якого підприємства. Вони визначають його стратегічні рішення, способи виробництва, цінову політику та способи маркетингу. Конкуренція на ринку примушує підприємства постійно змінюватися та вдосконалюватися, шукаючи конкурентні переваги та нові можливості. Цінова стратегія підприємства визначається ринковим попитом та конкурентною ситуацією, вона є важливим інструментом впливу на споживачів. Більшість стратегій маркетингу також базуються на аналізі ринкових умов та потреб споживачів. Прийняття рішень у сфері економічної діяльності підприємства часто залежить від рівня конкуренції, динаміки попиту та інших ринкових факторів. Це ґрунтується на вчасному виборі заходів запобігання негативному впливі на стабільність

діяльності підприємства і адаптації його організаційної поведінки. Таким чином, розуміння та врахування ринкових чинників є важливими для успішного функціонування підприємства в сучасному економічному середовищі. При цьому вони не лише визначають стратегії та тактику підприємства, але й впливають на його рішення щодо виробництва, цін, маркетингу, організаційної поведінки та інших аспектів. Вони включають у себе конкуренцію, попит і пропозицію, технологічні та інноваційні зміни, політичні та правові фактори, а також соціокультурні та екологічні чинники. Розуміння цих чинників допомагає підприємствам адаптуватися до змін на ринку, збільшувати ефективність та досягати конкурентних переваг та реалізації організаційної поведінки. Крім того, врахування ринкових чинників дозволяє підприємствам розробляти стабільні та стратегічно обґрунтовані плани розвитку, що сприяє їхньому успіху та стійкості в умовах непередбачуваного ринкового середовища.

Формування ринкових чинників економічної поведінки підприємства – це складний процес, що включає в себе взаємодію різноманітних факторів і впливів. Ринкові чинники визначаються широким спектром обставин, включаючи наявну конкуренцію на ринку, попит та пропозицію, технологічні інновації, політичні ризики, соціально-економічні умови і багато іншого. Ці чинники формують ринкове середовище, в якому діють підприємства, і впливають на їх стратегії, рішення та діяльність. Підприємства враховують ринкові чинники при розробці своїх бізнес-стратегій, маркетингових планів, цінових стратегій, управлінських рішень та дій щодо забезпечення організаційної поведінки. Розуміння та аналіз ринкових чинників є важливими для успішного функціонування підприємства в умовах постійної зміни організаційної поведінки.

«Організаційна раціоналізація передбачає перетворення або зміни, за допомогою яких підприємство буде відповідати стандартним умовам роботи (праці) в даній галузі, разом з тим воно здійснює певні удосконалення для підвищення результативності діяльності, заповненні вузьких місць. Даний процес здійснюється на тих суб'єктах господарювання, які потребують за параметрами більш повної відповідності інтересам працівників, керівників всіх щаблів

управління і виробничо-комерційного процесу, включаючи сторони із зовнішнього середовища» [1, с. 112].

Для того, щоб систематизувати та оцінити вплив різних ринкових чинників на економічну поведінку підприємства нами було сформовано таблицю основних чинників впливу табл. 1.

Таблиця 1

Ринкові чинники	Опис
Конкуренція	Характер і інтенсивність конкуренції на ринку
Попит і пропозиція	Рівень попиту та пропозиції на товари та послуги
Технологічні інновації	Ступінь і швидкість технологічних змін на ринку
Політичні ризики	Вплив політичних рішень та регулювання на ринкову діяльність
Соціально-економічні умови	Стан економіки, соціальні тенденції та демографічні фактори
Інновації	Рівень інноваційності на ринку та готовність до змін
Політика ціноутворення	Цінові стратегії підприємствата їх відповідність ринковій ситуації
Ступінь консолідації ринку	Рівень концентрації підприємств на ринку
Політичні та правові чинники	Законодавчі обмеження та правила гри на ринку
Споживча поведінка	Уподобання та зміна споживчих тенденцій

Дані з цієї таблиці можна використовувати, як інструменти аналізу, який допомагає підприємствам розуміти та оцінювати різноманітні чинники, що

впливають на їх діяльність на ринку. Кожен ринковий чинник у матриці представлений в окремому стовпчику, а опис його впливу наведений у відповідному рядку. Якщо більш уточнено розглядати, то конкуренція - це один з найважливіших чинників, що визначає успіх підприємства на ринку. Аналіз конкурентного середовища дозволяє розуміти ступінь конкуренції та її характер, що в свою чергу допомагає розробляти ефективні стратегії для збереження та збільшення конкурентоспроможності. Попит і пропозиція вказують на рівень та напрямки змін у споживчому попиті та обсягах виробництва. Розуміння цього чинника дозволяє підприємствам адаптувати свою пропозицію до потреб ринку та забезпечити ефективне задоволення попиту. Технологічні інновації відіграють ключову роль у сучасних ринкових умовах. Підприємства, які впроваджують нові технології та інновації, можуть здобути конкурентні переваги та забезпечити стабільність у ринковому середовищі. Політичні ризики включають в себе зміни в законодавстві, регулювання та політичні події, які можуть вплинути на діяльність підприємства на ринку. Аналіз цього чинника дозволяє врахувати можливі ризики та вжити заходів для їх мінімізації при його функціонуванні та створити умови для змін у організаційній поведінці. Соціально-економічні умови відображають широкий спектр факторів, включаючи економічну стабільність, рівень зайнятості, демографічні тенденції та інші соціальні аспекти, які можуть впливати на споживчу поведінку та попит на товари та послуги підприємства. Інновації стосуються не лише впровадження нових технологій, але і створення нових продуктів, послуг, та способів їх просування на ринку. Інновації можуть змінити ландшафт ринку та створити нові можливості для росту та розвитку підприємства. «Функціонування організації «без кордонів» демонструє посилену залежність від зовнішнього середовища. Поштовх до їх розповсюдження з метою підвищення рівня компетентності сучасних організацій дали глобалізація ринків і конкурентів, зміни в існуючих технологіях, що вимагало швидкого реагування на динамічні чинники середовища, максимального пристосування до нього» [4, с. 111].

Політика ціноутворення включає стратегії підприємства щодо формування

цін на їхні товари та послуги, що залежать від конкурентної ситуації на ринку, споживчих уподобань та стратегічних цілей підприємства. Ступінь консолідації ринку відображає рівень концентрації підприємств на ринку. Велика консолідація може призвести до змін у структурі та характері конкуренції. Споживча поведінка відображає уподобання та змінність споживчих тенденцій, що можуть впливати на попит на товари та послуги підприємства.

Ринкові чинники становлять не лише просту суму умов, що впливають на підприємство, але й складну мережу взаємозв'язків та впливів, яка надає контекст для прийняття стратегічних рішень. Вони відображають динаміку та складність сучасного ринкового середовища, яке постійно змінюється та еволюціонує. Розуміння цих чинників дозволяє підприємствам прогнозувати та адаптуватися до змін, що відбуваються на ринку, що є ключовим аспектом організаційної поведінки для їхнього успіху. Крім того, вивчення ринкових чинників може також виявити можливі ризики та виклики, які стоять перед підприємствами. Підприємства повинні бути готовими реагувати на такі ризики та приймати відповідні заходи для їх управління та мінімізації негативних наслідків.

Отже, вивчення ринкових чинників є критичним елементом стратегічного управління підприємством, спрямованим на досягнення успіху та стійкого розвитку в умовах постійної зміни та конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Ареф'єв С. О. Управління організаційною культурою та розвитком як основа стабільної діяльності підприємства. *Економічний вісник*, 2020, №3. С. 109-117.
2. Ареф'єва О. В., Ареф'єв С. О., Верпека А. О. Стратегічне управління організаційною культурою підприємств при розвитку та адаптації до змін. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки.* - 2019. - № 6 (141). - С. 84-95.
3. Ареф'єва О.В., Полоус О.В. Соціально-економічні умови інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємства. *Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування ім. Макарова.* №2

(476), 2019. С. 29-36. DOI: [https://doi.org/10.15589/znp2019.2\(476\).5](https://doi.org/10.15589/znp2019.2(476).5)

4. Лепейко, Т., Грузіна, І. (2023). Концептуальні підходи до формування структури управління компетентною організацією. *Економічний простір*, (184), 107-113. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-18>

5. Пілецька С.Т., Ануфрієва М.О. Формування конкурентної стратегії підприємства в умовах економіки знань: теоретичний підхід. *Економіка. Фінанси. Право*. 2022. № 9/2. С. 37–40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35>. URL : efp_09-2_2022.pdf

6. Kuzior, A.; Arefiev, S., Poberezhna, Z. (2023). Informatization of innovative technologies for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular economy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9 (1), 10-20.

Чобіток В.І.,

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та
торговельного підприємництва*

Швець Д.Д.,

здобувач вищої освіти

ННІ УІПА ХНУ ім. В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах постійних змін на ринку, підприємства знаходяться під тиском необхідності постійного вдосконалення своєї стратегії на основі використання маркетингових інновацій, які виступають ефективним інструментом для досягнення цілей підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

Маркетингові інновації - це нововведення в сфері маркетингу, яке має на меті поліпшення стратегії продажу товарів чи послуг, комунікаційних стратегій,

досліджень ринку тощо [1]. Вони можуть включати в себе впровадження нових методів аналізу ринку, розробку інноваційних продуктів, запуск нових каналів збуту та інше.

Впровадження маркетингових інновацій дозволяє підприємствам стати більш гнучкими та адаптивними до змін на внутрішніх та зовнішніх ринках. Аспекти впливу маркетингових інновацій на конкурентоспроможність підприємства включають:

створення унікальності продукту чи послуги (маркетингові інновації дозволяють підприємствам розробляти та впроваджувати унікальні продукти або послуги, які виходять за межі того, що пропонують конкуренти. Це створює можливість для привернення уваги споживачів та підвищення рівня лояльності);

підвищення ефективності маркетингових стратегій (інноваційні підходи до використання маркетингу дозволяють підприємствам ефективно залучати та утримувати клієнтів. Використання новітніх технологій, аналіз даних та персоналізовані стратегії сприяють збільшенню ефективності маркетингових інструментів);

стимулювання інноваційного середовища (впровадження маркетингових інновацій стимулює культуру інновацій у підприємстві, що сприяє постійному покращенню та розвитку. Це дозволяє підприємствам бути гнучкими та адаптивними);

забезпечення конкурентної переваги (маркетингові інновації допомагають підприємствам займати провідні позиції на ринку та бути унікальними в порівнянні з конкурентами. Створення унікальних пропозицій продажу, інноваційних маркетингових підприємств та формувати стратегії для забезпечення стабільного розвитку).

Крім того, слід зазначити, що існує пряма залежність між розміром підприємства та рівнем інноваційності (табл. 1).

Підприємства, що впроваджували організаційні та/або маркетингові
 інновації протягом 2020-2023 рр., за розміром підприємств, одиниць [2]

Рік	Розмір підприємств	Всього	З них		
			впроваджували тільки організаційні інновації	впроваджували тільки маркетингові інновації	впроваджували організаційні та маркетингові інновації
2020	Малі (до 50 працівників)	4292	1092	1632	1568
	Середні (50-250 працівників)	2159	440	987	732
	Великі (понад 250 працівників)	812	218	312	282
2021	Малі (до 50 працівників)	2445	506	1008	931
	Середні (50-250 працівників)	860	200	400	160
	Великі (понад 250 працівників)	662	190	242	230
2022	Малі (до 50 працівників)	2901	900	1025	976
	Середні (50-250 працівників)	606	37	296	273
	Великі (понад 250 працівників)	234	32	98	104
2023	Малі (до 50 працівників)	3036	248	1465	1323
	Середні (50-250 працівників)	789	146	387	256
	Великі (понад 250 працівників)	287	116	98	73

Згідно з даними, представленими в табл. 1, з великої кількості підприємств - 22,1% впроваджували лише організаційні інновації, 26,5% - лише маркетингові інновації та 51,3% - як організаційні, так і маркетингові інновації.

Використання цифрового маркетингу для підвищення конкурентоспроможності підприємств має великий потенціал у використанні штучного інтелекту та аналітичних інструментів для збору та аналізу даних.

Отже, маркетингові інновації відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Ефективне впровадження таких інноваційних інструментів дозволяє підприємствам досягати успіху на ринку, забезпечуючи їм перевагу перед конкурентами та збільшуючи їхню частку ринку. Тому важливою задачею для будь-якого підприємства є

створення сприятливих умов для розвитку і впровадження маркетингових інновацій.

Список використаних джерел:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.
2. Державна служба статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Чобіток В.І.,

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та
торговельного підприємництва*

Шепеленко С.М.,

*к. пед. н., докторантка кафедри економіки та менеджменту
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна
академія» Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна,
м. Харків, Україна*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЦЕСУ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ В РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Промисловість є однією з ключових галузей економіки, яка визначає конкурентоспроможність країни на світовому ринку. У змінному та динамічному світі сьогодення, промислові підприємства постійно шукають нові шляхи для збільшення ефективності та зниження витрат виробництва. Одним із стратегічних підходів, який отримав значний розгляд, є кластеризація.

На думку Г. Фрімена, Ф. Фельдмана, Г. Хакена та Д. Мітчелла, об'єднання - це спосіб подолання ефектів «замкненості», які характерні для ринку (дефіцит робочої сили) та держави (дефіцит інформації). За словами Мітчелла, вони розглядають кластеризацію як метод подолання ефектів «циклічності», що характеризують як ринок (нестача трудового капіталу, інформаційна асиметрія, бар'єри для входу тощо), так і державу (відсутність координації, обміну

інформацією, поширення державного контролю тощо) [1].

Існує два основні алгоритми кластеризації [3]:

Ієрархічні і неієрархічні (плоскі) - ієрархічні алгоритми будують систему вкладених розбиттів, тобто результатом роботи алгоритму є дерево кластерів, де «корінь» - вся вибірка, а «листя» - найменші кластери;

Чіткі і нечіткі. Чіткі алгоритми присвоюють номер групи всім об'єктам у вибірці, тобто кожен об'єкт має належати лише до однієї групи. Нечіткі алгоритми присвоюють кожному об'єкту набір значень, які вказують на те, яка частка об'єкта належить до певної групи.

Процесний підхід в процесі кластеризації дає можливість планувати, координувати, оптимізувати та підвищувати ефективність інвестиційних процесів. Це також дає можливість одночасно досліджувати вплив зовнішнього середовища на інвестиції, а саме з боку держави у формі регулятивного, охоронного та захисного впливу, макроекономічних факторів розвитку, ринкових економічних законів тощо. [2]

У контексті промисловості, як однієї з найважливіших галузей економіки, процес кластеризації виявляється потужним інструментом, який може стимулювати продукування інновацій та забезпечувати стабільний розвиток промислових підприємств. Дослідження світового досвіду процесу кластеризації підприємств свідчать, про те що кластерний підхід активізує темпи управління розвитком підприємництва на національному та регіональному рівнях.

Кластеризація об'єднує промислові підприємства з подібною спрямованістю та індустріальною базою, що сприяє обміну знаннями, ідеями та технологіями. Це стимулює інновації та допомагає промисловим підприємствам швидше впроваджувати нові рішення та технології. Крім того, процес кластеризації дозволяє підприємствам спільно використовувати ресурси, інфраструктуру та послуги, що призводить до зниження витрат на виробництво та оптимізації логістичних процесів.

Процес кластеризації, безумовно, має потенціал стимулювати продукування інновацій, знижувати витрати та підвищувати конкурентоспроможність, але

водночас існують численні виклики, які можуть ускладнити її впровадження та функціонування (рис. 1).

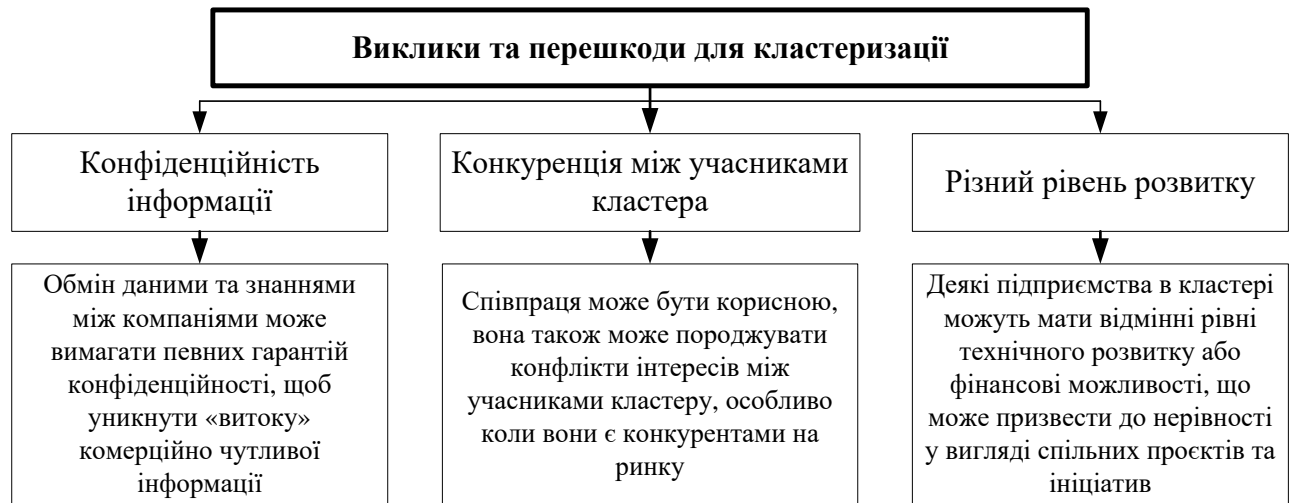


Рис. 1. Виклики та перешкоди для кластеризації

Отже, у контексті сучасної економіки, де конкуренція зростає, а швидкі зміни в технологіях стають нормою, кластеризація виявляється важливим інструментом для розвитку промислових підприємств. Шляхом створення сприятливого середовища для співпраці та розвитку інновацій, кластери допоможуть підвищувати ефективність виробництва, знижувати витрати та забезпечувати стійкий розвиток промислових секторів. Однак для досягнення успіху необхідно враховувати різноманітні виклики та приділяти увагу ключовим аспектам управління кластером.

Список використаних джерел:

1. Clusters of innovation. Regional Foundations of U.S. Competitiveness: [Text]. Professor Michael E. Porter, Harvard University. Monitor Group, on the Frontier, Council of Competitiveness. – Washington, 2005. – 132 p.

2. Chobitok V., Shevchenko O., Lomonosova O., Kochetkov V., Bykhovchenko V. Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. Cuestiones Políticas. Vol. 2021. 39. No. 71. DOI: 10.46398/cuestpol.3971.35

3. Якимець Р.В. Методи кластеризації та їх класифікація. URL: <http://surl.li/sbhnp>

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У сучасному світі, де швидкість змін набуває все більшого значення, цифрові технології є ключовим фактором для ефективного розвитку в системі управління підприємствами в різних галузях економіки. Цифровізація, як процес впровадження цифрових інновацій та трансформації бізнес-процесів, стає необхідною умовою для успішного функціонування підприємств у сучасному конкурентному середовищі.

Цифровізація визначається як процес перетворення традиційних бізнес-моделей та процесів з використанням цифрових технологій з метою підвищення ефективності в управлінні підприємствами, що призведе до зниження витрат та підвищення рівня конкурентоспроможності. Вона включає в себе впровадження інформаційних технологій, автоматизацію бізнес-процесів, а також аналіз та використання великих обсягів даних для прийняття рішень.

Цифрові технології впливають на управління підприємствами у всіх аспектах їх діяльності. Вони дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, покращувати комунікацію з клієнтами, впроваджувати інновації та забезпечувати стабільність у стратегічному плануванні.[1,2]

Цифрові інструменти, такі як системи управління відносинами з клієнтами (CRM), електронні торговельні платформи, маркетингові автоматизації та Інтернет-маркетинг, дозволяють підприємствам більш ефективно спілкуватися зі своїми клієнтами та виробляти продукти та послуги, які відповідають їх потребам.

Для більшого розуміння впливу цифровізації на управління підприємствами розглянемо приклади успішних ініціатив впровадження цифрових технологій:

Amazon - впровадження технологій штучного інтелекту та аналізу даних дозволяє Amazon підтримувати велику кількість товарів у своєму асортименті та пропонувати персоналізовані пропозиції для кожного клієнта;

Tesla - використовує цифрові технології для виробництва автомобілів та забезпечення підтримки та обслуговування своїх клієнтів через Інтернет;

Procter & Gamble - впроваджує цифрові інструменти для підвищення ефективності свого ланцюга постачання, що дозволяє зменшити запаси та витрати на складське зберігання.

Отже, цифрові технології стають домінуючим фактором у сучасному управлінні підприємствами, впливаючи на всі аспекти їх діяльності. Впровадження цифрових інновацій стає ключовим для забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку підприємств у сучасному середовищі. Цифрова трансформація вимагає не лише технологічних змін, але й культурних та організаційних перетворень, що сприяє створенню адаптивних та інноваційних підприємств, здатних до успішної трансформації до нових викликів ринку.

Список використаних джерел:

1. Prokhorova V., Chobitok V., Pershyna K., Miahkykh I., Shelest O., Yukhman Ya. Patterns of the statelegal support to the dynamic information development of the socioeconomic environment. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2023. Vol. 124. Issue 13. P. 6–15. DOI: 10.15587/1729-4061.2023.285936
2. Чобіток В. І., Бірюкова К. В., Старенков Д. О. Актуалізація розвитку інформаційної економіки в умовах глобальних трансформацій. Бізнес Інформ, № 10, 2021. С. 135-143. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-135-143>.

Шинкаренко Ю.О.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Ковальчук А.М., к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ЕКОНОМІЦІ

У сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій, підприємства зіштовхуються з рядом складних економічних викликів. Кризові тенденції, такі як фінансові кризи, політичні нестабільності, зміни у споживчому попиті та інші, мають значний вплив на стратегічне управління підприємствами. У таких умовах розробка та реалізація конкурентної стратегії стає критично важливою для успішності бізнесу.

Конкурентна стратегія визначається як набір дій, що підприємство обирає для досягнення своїх цілей в умовах конкурентної боротьби. Вона включає в себе визначення цілей підприємства, аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх ресурсів, а також вибір стратегічних напрямків розвитку, які дозволять підприємству зайняти конкурентну позицію на ринку.

Існує декілька основних підходів до формування конкурентної стратегії, серед яких можна виділити стратегії лідерства за витратами, стратегії диференціації та стратегії фокусування. Кожен з цих підходів має свої особливості та вимоги до ресурсів підприємства.

Формування конкурентної стратегії підприємства залежить від ряду факторів, включаючи стан конкуренції на ринку, поведінку споживачів, технологічні можливості, політичну та економічну ситуацію. Уміння адаптуватися до змін у цих факторах та швидко реагувати на зміни є ключовим для успіху підприємства [1].

До факторів, які можуть вплинути на формування конкурентної стратегії підприємства в умовах кризових тенденцій в економіці можемо віднести: аналіз

ринку та конкурентів, фінансова стійкість, інновації та адаптація, людський капітал, гнучкість та реагування на зміни, стратегія виживання та розвитку [2, 3].

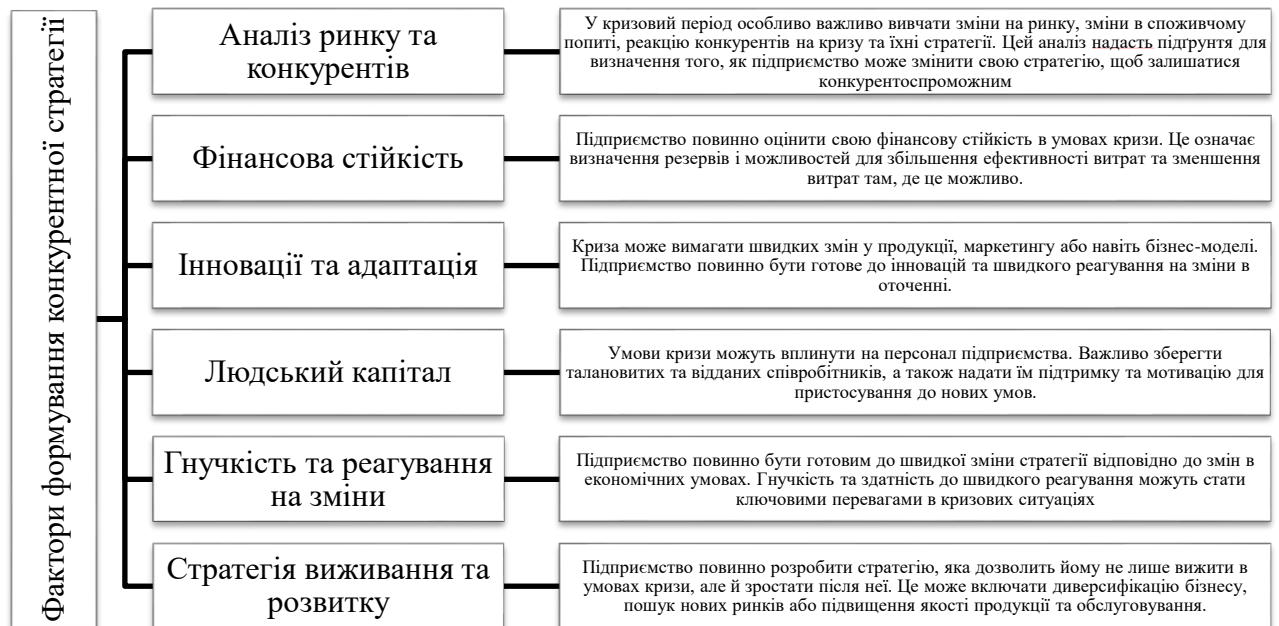


Рис. 1. Ключові фактори, які визначають конкурентну стратегію підприємства в умовах кризових тенденцій в економіці

Кризові явища в економіці можуть бути спричинені різними факторами, такими як фінансові збої, політичні нестабільності, економічні зміни та негативні екологічні чинники [3].

Основні причини кризових явищ зазвичай включають недоліки в економічній політиці, нерівномірний розвиток ринків та недоліки в управлінні ризиками.

Кризові тенденції можуть виявлятися у формі фінансових криз, економічних рецесій, політичних криз, а також в інших формах. Кожен тип кризових явищ має свої особливості та вимагає відповідних стратегій управління для подолання [4].

Кризові явища мають значний вплив на стратегічні рішення підприємств, оскільки вони можуть змінювати умови на ринку, спричиняти зміни у споживчому попиті та впливати на фінансові результати підприємства.

У таких умовах підприємствам необхідно швидко реагувати та приймати стратегічні рішення, щоб забезпечити свою стійкість та конкурентоспроможність [5].

Отже, підприємства повинні бути готові до різних сценаріїв розвитку подій у сучасному економічному середовищі. Формування конкурентної стратегії в умовах кризи стає складним завданням, яке вимагає глибокого аналізу, гнучкості та швидкого реагування. Кризові явища в економіці можуть бути як загрозою, так і можливістю для розвитку, якщо підприємства зможуть адекватно відреагувати на них та знайти оптимальні рішення. Зрозуміння факторів, що впливають на формування конкурентної стратегії, дозволить підприємствам визначити свою конкурентну перевагу та зберегти стійкість у складних умовах. Крім того, важливо враховувати потенційні наслідки кризових явищ і вчасно приймати необхідні заходи для зменшення ризиків. До того ж, розвиток та впровадження конкурентної стратегії в умовах кризи є складним, але важливим завданням для забезпечення стійкості та успіху підприємств у сучасному економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Богданова, Н. В. Формування конкурентних стратегій підприємств рітейлінгу. *Бізнес Інформ*, 2017. №5. С.98-101.
2. Вовк О. М., Ковальчук А. М. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах конкурентної економіки. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2019. Вип. 1 (19). С. 20-32
3. Євтушенко Н.О., Зазимко А.А., Управління конкурентними перевагами підприємства в кризових умовах. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. №4 (38), С. 37- 41
4. Мельничук О. О. Конкурентна стратегія як основний напрямок стратегічного управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2016. №1(2), С.181-185.
5. Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М. Формування конкурентної стратегії підприємства в системі антикризового управління. *Економіка та суспільство*, 2022. №43. URL <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35>

Шонія Б.Г.,
аспірант

Науковий керівник: Командровська В.Є., к.е.н., доцент
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МИТНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Забезпечення узгодженості інтересів держави та суб'єктів господарювання в розвитку зовнішньоекономічного потенціалу країни торкається питань адміністративних кордонів, транспорту, торгівлі, інфраструктури, промисловості, фінансів, соціальних питань, навколишнього середовища та ін., тому ефективність митної політики держави вимагає розглядати її як наскрізну сферу політики. На 2023 рік за індексом LPI (індекс Світового банку, який розглядає легкість здійснення поставок товарів та стан торгової логістики на національному та міжнародному рівні) Україна посідає 75 місце поряд з такими країнами, як Грузія, Казахстан та Парагвай.

Складність проблем адаптації та розвитку митних процесів призводить до необхідності їх детального дослідження з використанням наявних даних. Для цього необхідні механізми, що залучають приватний сектор, та його здатність засвоювати передовий досвід з високоефективних країн. Таким чином, інноваційний розвиток державних митних послуг спричинить такі ефекти:

- підвищення доступності послуг споживачам;
- зменшення кількості помилок, викликаних недостатньою достовірністю, повнотою та швидкістю отримання даних, що зберігаються у державних реєстрах;
- підвищення швидкості надання послуг; зниження кількості документів, що надаються споживачами.

Ефекти, досягнуті внаслідок інноваційного розвитку державних митних послуг, можуть сприяти вирішенню завдань, необхідних для забезпечення економічної безпеки України. Наприклад, поліпшення доступності послуг для

споживачів може сприяти збільшенню обсягу торгівлі та притоку інвестицій в країну. Зменшення кількості помилок та підвищення швидкості надання послуг також допоможуть скоротити витрати та підвищити ефективність митних процедур. Загалом інноваційний розвиток державних митних послуг має потенціал покращити економічну ситуацію в країні та підвищити її конкурентоспроможність на світовій арені. Спрощення порядку отримання державних митних послуг, «непомітність» митної служби для споживачів, зниження адміністративних бар'єрів сприятимуть надходженню інвестицій у сферу зовнішньоекономічної діяльності як з середини країни, так і з-за кордону. Збільшення кількості підприємців, залучених до зовнішньої торгівлі, зростання торговельних зв'язків неминуче сприятиме розширенню партнерської співпраці у рамках інтеграції України в ЕС. Водночас спрощення митних процедур дозволить збільшити обсяги експорту. Його стимулювання ведеться, передусім, заходами митно-тарифного регулювання, спрощення митних процедур при міжнародному обміні товарами, збільшення доступності митних послуг для споживачів сприятимуть зростанню кількості учасників зовнішньоекономічної діяльності та, як наслідок, збільшенню обсягів експорту. Одне з питань полягає в тому, наскільки спрощення митних процедур підвищить надійність та скоротить середній час виконання договірних зобов'язань. Ненадійні терміни доставки сприяють збільшенню торгових витрат, що ускладнюють міжнародну інтеграцію країни.

Спрощення процедур, покращення доступності послуг та співпраця з іншими країнами допоможуть збільшити обсяги експортно-імпортних операцій та залучити нових учасників на світовому ринку. Це також сприяє розвитку економіки та покращенню умов для бізнесу в цілому.

Ефективне управління та використання інформаційних технологічних рішень як у приватному, так і державному секторах є інструментами для високоякісної логістики. Очевидним напрямком розвитку є збільшення цифровізації, апаратного забезпечення, інновацій та прозорого середовища, переваги якого стали очевидними внаслідок нещодавніх потрясінь. Розвиток

забезпечення доступу до відповідних технологій та підтримка зовнішньоекономічної інфраструктури повинні залишатися частиною порядку денного не тільки держави, а й бізнесу.

Шпильова В.О.,

доктор економічних наук, професор кафедри освітнього і соціокультурного менеджменту та соціальної роботи

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна*

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Підприємницький сектор національної економіки України на сучасному етапі відчуває істотні труднощі. Причинами такого стану справ є зовнішні та внутрішні чинники. Так, спершу економіка України зіштовхнулася з фінансово-економічною кризою 2008-2009 рр., а з лютого 2022 р. розпочалася повномасштабна війна (що триває й досі), у підсумку якої економіка країни та її підприємства зазнали критично гострої дестабілізації. Багато підприємств було зруйновано або пошкоджено, втрачено торговельні та складські об'єкти, порушено логістику і систему постачання товарів та послуг, погіршилося ресурсне та енергетичне забезпечення вітчизняних підприємств.

За такої ситуації критично загострилися питання життєздатності суб'єктів господарювання у таких складних умовах, які безпосередньо залежать від ефективного управління процесами гарантування економічної безпеки підприємств. Для повноцінного аналізування економічної безпеки підприємств необхідно комплексно використовувати такі методи економічного аналізування, як індикаторний, ресурсно-функціональний, інвестиційний, наявності позитивного фінансового результату, ймовірності банкрутства, оцінювання ризиків та динаміки вартості бізнесу. Під час діагностики економічної безпеки

підприємства одне з чільних місць відводиться ідентифікації викликів, ризиків і загроз.

Проблематика економічної безпеки суб'єктів господарювання окремі методи діагностики економічної безпеки підприємств стали досить часто вживаними.

Так, експертними методами при оцінюванні економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності в основному аналізується надійність підприємства, рівень підприємницького ризику, а також сила впливу різноманітних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу. Експертні методи також актуальні під час визначення вагових коефіцієнтів різних індикаторів та компонент економічної безпеки підприємства.

Таким чином, є всі підстави стверджувати, що існує достатньо розлогий спектр методичних підходів до аналізування економічної безпеки підприємств, застосування якого створює гарні можливості для якісної і кількісної оцінки передумов, існуючого стану. Така розлога система методичних підходів до аналізування економічної безпеки суб'єктів господарювання дозволяє більш комплексно охарактеризувати стан і рівень економічної безпеки підприємств

У зарубіжній практиці також застосовується широкий спектр методів для кількісного аналізування економічної безпеки суб'єктів господарювання, у підсумку якого формується відповідний звіт, який слугує підставою для надання його стандарту інформаційної й економічної безпеки в бізнесі.

За результатами аналізування економічної безпеки підприємства формується інформаційно-аналітична основа для ідентифікації поточного стану і рівня економічної безпеки суб'єкта господарювання. Ідентифікуються слабкі місця, а також існуючі та потенційні виклики і загрози..

Для ідентифікації викликів, ризиків і загроз доцільно також використовувати таку класифікаційну ознаку, як етапи життєвого циклу суб'єкта господарювання, адже різного типу виклики стоять перед менеджментом підприємства на етапі створення бізнесу, його розвитку, та фазі перепрофілювання

Знову ж таки, достатньо широкий спектр проблем виникає в діяльності підприємства під час використання його провідного ресурсного забезпечення.

Відтак, виклики й загрози функціонування й розвитку, відповідно, економічної безпеки підприємства доцільно ідентифікувати й за групами ресурсного забезпечення, адже втрата того, чи іншого активу, це шлях до проблем з фінансово-економічним станом.

Додамо, що в ситуації з економічною безпекою бізнесу особливу увагу слід приділити проблематиці управління персоналом.

Механізми управління економічною безпекою підприємства мають включати дієві інструменти та заходи їх реалізації, які є невід'ємним елементом системи, базуються на завданнях і принципах безпеки, передбачають системну сукупність методів, інструментів та конкретних заходів реалізації політики гарантування безпеки

Механізми гарантування економічної безпеки підприємства можуть стосуватися:

- 1) методів, інструментів та заходів системи ризик-менеджменту;
- 2) використання асоціативних підприємницьких механізмів;
- 3) заходів суб'єктів вищого рівня в ієрархії системи економічної безпеки; 4) застосування неекономічних механізмів та методів.

Гарантування економічної безпеки – процес складний і системний, потребує постійної уваги й ухвалення як оперативних, так і стратегічних управлінських рішень.

У частині забезпечення економічної безпеки сучасних підприємств необхідне раціональне поєднання інституційного, економічного, мотиваційного та організаційного механізмів.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія, 2012. Львів : ЛКА. 388 с.
2. Геєць В. М., Кизим М. О., Клебанова Т. С., Черняк О. І. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія. Х. : ВД «Інжек». 2006. 240 с.

Ярмак А.М.,

аспірант

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

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЯК КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління та облік активів займають важливе місце в управлінні підприємством та мають значний потенціал для вдосконалення системи обліку необоротних активів у контексті ефективного управління. Ця проблематика набуває особливого значення, оскільки належний облік необоротних активів може суттєво покращити фінансовий стан підприємства та сприяти його стабільному розвитку.

У сучасному світі, де конкуренція на ринку надзвичайно висока, ефективне управління ресурсами та активами стає ключовим фактором успіху для будь-якого підприємства. Особливо важливою є роль необоротних активів, які є основним капіталом компанії та визначають її фінансову стійкість та конкурентоспроможність. Проте для досягнення оптимального використання та управління цими активами необхідно мати ефективну систему їхнього обліку. У цій доповіді розглянемо, що таке необоротні активи, чому важлива їхня оцінка, а також як оптимізувати методи їх оцінки для підвищення ефективності управління активами підприємства.

Прагнення до досягнення високої ефективності управління необоротними активами вимагає комплексного підходу, що охоплює не лише фінансові аспекти, але й стратегічні цілі та внутрішні потреби підприємства.

Необоротні активи включають в себе такі елементи, як нерухомість, обладнання, транспортні засоби, інтелектуальна власність тощо. Вони відображають великі інвестиції, які підприємство робить на довготривалий

період. Оцінка необоротних активів дозволяє забезпечити адекватне відображення їхньої вартості в фінансовій звітності підприємства, а також приймати обґрунтовані рішення щодо їхнього використання, модернізації чи продажу [1]. Правильний вибір та застосування методів оцінки необоротних активів має значний вплив на фінансову стійкість та конкурентоспроможність підприємства. Неправильна або недостатньо обґрунтована оцінка може призвести до переоцінки або недооцінки активів, що може вплинути на фінансову звітність, прийняття неправильних стратегічних рішень та загрозити стійкості підприємства.

Існують декілька важливих правил яких варто дотримуватися при оцінці необоротних активів:

1. Використання різних методів оцінки: Один метод оцінки не завжди підходить для всіх видів необоротних активів. Важливо розглядати різні підходи, такі як вартість відтворення, ринкова вартість, чиста реалізаційна вартість тощо, і вибирати найбільш підходящий для кожного конкретного випадку.
2. Активне моніторинг ринкових умов: Оцінка необоротних активів повинна відображати поточні ринкові умови. Періодичний аналіз ринку дозволяє вчасно реагувати на зміни і відновлювати адекватність оцінки активів.
3. Врахування ризиків і невизначеності: Методи оцінки повинні враховувати можливі ризики та невизначеності, пов'язані з активами. Це дозволяє забезпечити обґрунтовану оцінку, що відповідає реальним умовам та загрозам.
4. Залучення професіоналів: Використання досвідчених фахівців у галузі оцінки може забезпечити більш точні результати і запобігти помилкам [3].

Один із методів оцінки полягає у використанні вартості заміщення, що визначається як витрати на будівництво або придбання нового активу з аналогічними характеристиками до того, що оцінюється. Цей метод особливо ефективний для активів з чітко визначеною технічною специфікацією та високим рівнем стандартизації.

Інший підхід - це ринкова вартість, яка визначається на основі цін, установлених на ринку для подібних активів, що торгуються. Цей метод корисний там, де існує активний ринок, де можна знайти аналогічні активи для порівняння.

Третій метод - це вартість відновлення після пошкодження. Використовується для оцінки витрат на відновлення або відновлення активу у випадку виникнення збитків або пошкоджень, що полягає у відновленні активу до його попереднього стану [4].

Незважаючи на переваги кожного з цих методів, важливо також враховувати їхні обмеження. Оптимальний вибір методу оцінки залежить від конкретних характеристик активів, ринкових умов та стратегічних цілей підприємства.

Важливо пам'ятати, що кожне підприємство має свої унікальні характеристики та потреби, тому не існує універсального підходу до обліку та управління необоротними активами. Проте, впровадження сучасних методів та інструментів управління, а також систематичне оновлення стратегій управління на основі аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів можуть допомогти підприємствам досягти високої ефективності та досягти своїх стратегічних цілей.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 1707-III від 11 травня 2000 року. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/t990996?an=140&ed=2021_07_01
2. Іванов І.І. Облік та аудит необоротних активів: навчальний посібник - Видавництво: Київський університет, 2022.
3. Петрова О.М. Особливості обліку та оцінки необоротних активів у системі управління підприємством - Журнал: «Облік і фінанси», 2020.
4. Ігнатенко М.М. Методи удосконалення обліку та контролю необоротних активів - Журнал: «Менеджмент і маркетинг», 2018.

INNOVATION IN THE CIRCULAR ECONOMY: NEW TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON THE SUSTAINABLE USE OF RESOURCES

Innovations in the circular economy are a key element for transitioning from traditional consumption to sustainable resource use. Technological progress plays a crucial role in changing production methods, consumption, and waste management, thereby forming the foundation for a new economic approach that minimizes waste and optimizes resource utilization. The circular economy requires the integration of innovations at all levels—from local to global. An additional tool for this is impact investing, which provides an "evolutionary path for humanity's understanding of the importance of ensuring environmental safety, seeking harmonious coexistence with nature, recognizing the importance of minimizing the emissions of harmful substances into the environment from economic activities, and increasing attention to social inclusion." [1, c. 251].

First and foremost, modern technologies such as artificial intelligence and big data play a crucial role in tracking resources and optimizing supply chains. Artificial intelligence allows companies to analyze vast amounts of data to develop more efficient methods of recycling and reusing materials. This approach not only reduces costs but also significantly lowers environmental impact. Furthermore, the Internet of Things (IoT) contributes to the circular economy by creating smart management systems that can automate the processes of waste collection and recycling. Through real-time monitoring, IoT enables more efficient resource use and prevents their irrational consumption. Energy efficiency also plays a crucial role in the circular economy. Thanks to cutting-edge technologies in renewable energy, such as solar panels and wind

turbines, it is possible to reduce dependence on non-renewable resources. This not only reduces carbon emissions but also creates sustainable energy supply systems.

In the manufacturing sector, innovations such as 3D printing play a crucial role. This technology allows for the creation of products on demand with minimal material waste. The use of 3D printing can revolutionize traditional manufacturing processes, ensuring greater efficiency and waste reduction. Another important area is biotechnology. The development of biodegradable materials and the use of biological processes for waste recycling can significantly improve resource utilization and reduce the environmental impact. Biotechnologies not only help eliminate waste but also transform it into valuable resources, such as biofuel or bioplastics.

Understanding and integrating these innovations require new approaches to education and workforce development. Investments in education and training professionals who can effectively apply these technologies in practice are essential for the development of the circular economy.

«The analysis of the process of informatization of innovative technologies as a conceptual basis for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular economy made it possible to develop a methodological approach to the interconnection of the components of the management process based on informatization. This approach includes innovations, informatization and the stages of forming input information for decision-making, which arise in response to modern needs for resources, are implemented with the help of modern measures and means of informatization, and ensure the preservation of resources by reprocessing them on the basis of informatization» [3, p. 4].

In Table 1, several key innovations in the circular economy are presented. It seems important to compare them based on their potential, environmental impact, and areas of application. Thus, it becomes possible for enterprise management to understand the priority of decision-making, which in turn evolves in its quality.

Table 1

Innovation	Potential	Environmental impact	Areas of application
Artificial intelligence	High	Reduce emissions	Supply chain optimization, recycling
IoT (internet of things)	Medium to high	Improved resource management	Consumption monitoring, waste collection automation
Renewable energy	High	Reduction of dependence on fossil fuels	Energy production, replacement of traditional sources
3D printing	Medium	Minimizing waste	Precision manufacturing, medicine, architecture
Biotechnology	High	Improved waste management	Production of bioplastics, biofuels

Table 1 describes five main technologies, each of which interacts with others to enhance sustainability and efficiency in the circular economy. Here is a detailed description of the interactions between these technologies:

Artificial intelligence (AI) and IoT (Internet of Things): AI analyzes data collected through IoT devices, allowing you to optimize the use of resources and energy in real time. IoT provides data collection on the state of machines and processes that AI uses to automate and improve waste and resource management.

Artificial intelligence and renewable energy: AI can predict energy needs and manage its consumption by integrating renewable energy sources such as solar and wind to optimize their use.

Artificial intelligence and 3D-druk: AI can help optimize design for 3D-druku, reducing material waste and improving production efficiency. Using AI to analyze and improve 3D-druku processes contributes to the development of more accurate and less waste production methods.

IoT and renewable energy: IoT devices can monitor the state of renewable energy sources such as solar panels or wind turbines, ensuring their efficient operation and

maintenance. IoT helps in the accurate monitoring of energy production and consumption, which contributes to its more efficient use.

3D-druk and biotechnology: 3D-druk can be used to create biodegradable materials or components for biotechnology applications. The development of new biomaterials through 3D-druku can contribute to the creation of sustainable and ecological products.

Biotechnology and renewable energy: Biotechnology can develop new methods of producing biofuels from waste using renewable resources. The combined use of biotechnology and renewable energy can improve energy production methods, making them more sustainable and less dependent on fossil fuels.

Therefore, analyzing innovations in the circular economy confirms that the use of advanced technologies is critical to ensuring the sustainable use of resources. Artificial intelligence and IoT provide important tools for optimizing supply chains and managing resources, greatly increasing efficiency and reducing environmental impact. Renewable energy demonstrates the importance of transitioning from fossil fuels to cleaner energy sources, contributing to the reduction of greenhouse gas emissions. 3D printing and biotechnologies play a role in minimizing waste and producing environmentally friendly materials, aligning with the requirements of the circular economy. These technologies not only promote efficient resource use but also open new opportunities for creating sustainable business models and stimulating economic growth.

References:

1. Тульчинська, С., & Решетилів Д. (2023). Сутність імпакт-інвестування та особливості його здійснення. *Науковий вісник Полісся*, (2(27)), 249–260. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2\(27\)-249-260](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2(27)-249-260)
2. Arefiev S, Shevchenko I, Savkiv U, Hovsieiev D, Tsizhma Y. Management of the global competitiveness of companies in the field of electronic commerce in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2023. Vol.101. No 4. P. 1527-1537. <https://www.jatit.org/volumes/Vol101No4/31Vol101No4.pdf>
3. Kuzior, A.; Arefiev, S., Poberezhna, Z. (2023). Informatization of innovative technologies for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular

economy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9 (1), 10-20. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.01.001>

4. Lutskyi M., Arefieva O., Kovalchuk A., Tytykalo V. and Y Kopcha. Spatial management of enterprise resource supply adaptation in circular economy conditions. IOP Publishing Earth and Environmental Science 1150 (2023) 012011 doi:10.1088/1755-1315/1150/1/012011

Artemenko V.,

Graduate of higher education

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Kuzior A.,

Vice Dean for Cooperation and Development of the Faculty of Organization and Management, Head of the Department of Applied Social Sciences, Silesian University of Technology, doktor habilitowany, professor, Katowice, Poland

FORMATION AND USE OF THE RESOURCE POTENTIAL OF TRANSPORT ENTERPRISES

In modern economic conditions, the basis of the stable functioning of the enterprise is the determination of the need for resources, as well as the use and reproduction of resource potential. The creation of resource potential is the process of substantiating areas of business opportunities, their structuring in accordance with competitive directions, organizational forms, and also by types of resources. Among them, the following can be distinguished: financial, production, technical and technological, economic, managerial, marketing, innovative and others, which, in turn, become the basis for the formation of the corresponding potential.

"Traditionally, the structure of innovation potential includes: resource, institutional and social components, which reflect the basic conditions of innovative activity of economic entities. business entities. Informatization and digitalization lead to a change in the perception of the innovative potential of the economy and its components, adding

to this list a technological component (information and communication technologies), which becomes the basis, one of the key conditions of innovative activity" [2, p. 77].

The use of the enterprise's resource potential is determined both by the level of their useful use in production, and by the speed of their transformation into revenue from sales, by the ability of the management component to mobilize financial potential in a timely manner. It also "requires proper institutionalization of the leadership and economic interests of stakeholders with the application of their qualitative diagnosis and monitoring. The constructiveness of the formation of their unity will contribute to timely decision-making regarding the choice of directions of the enterprise's development, leveling of threats of non-fulfillment of production, commercial, and payment discipline" [1].

The process of reproduction of the resource potential is the next stage of its creation by the enterprise, which is aimed at its constant renewal in order to produce products with a lower resource intensity and ensure their higher quality. It is the improvement of the quality of products and services by various methods of influencing the resource potential that will contribute to the expansion of market segments and the creation of more profitable ones, which will allow the most effective realization of available market opportunities.

Corrective actions related to updating and replenishing the resource potential of transport enterprises are related to the influence of factors from the external and internal environment. All transport enterprises constantly interact with their environment through mutual agreement of interests using various forms and methods of interaction, namely: pricing, promotional advertising measures, competition, cooperation with partners and regional authorities. The dynamics of demand for freight and passenger transportation and corresponding structural fluctuations, the development of the infrastructural component, the system of regulation of prices for services and fuel, and the growth of the investment attractiveness of this sector have a significant impact on transport operators.

In general, resource potential is identified not only by certain types of resources, but also by the level of their use in industrial and commercial activities, which is

confirmed by the created beneficial effect. In particular, it should be taken into account that the entire complex of factors of the external and internal environment acts simultaneously on the formation, renewal and reproduction of the enterprise's resource potential.

References:

1. Ареф'єв С. Генеза розвитку лідерства в управлінні економічними інтересами підприємства. Adaptive Management: Theory and Practice. Series Economics. 2020. 9 (18). DOI [https://doi.org/10.33296/2707-0654-9\(18\)-01](https://doi.org/10.33296/2707-0654-9(18)-01)
2. Korytko Tetyana, Piletska Samira, Bohutska Olha. A mechanism for managing the innovation potential of enterprises in the digital economy: The business ecosystem in the context of the digital transformation: New challenges. The WSB University in Poznan Research Journal 2022, Vol. 97, No. 2. Pp. 71-80.
3. Arefiev S., Shevchenko I., Savkiv U., Hovsieiev D., Tsizhma Y. Management of the global competitiveness of companies in the field of electronic commerce in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. Vol. 101(4) pp. 1527-1537. 2023. Pp. 1527-1537.
4. Arefieva O., Polous O., Arefiev S., Tytykalo V., Kwilinski A. Managing human capital reproduction in the system of enterprise's organizational behavior. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 628, (2021) 012039 doi:10.1088/1755-1315/628/1/012039

Baskakov S.,

*applicant for the third (educational and scientific) level of higher education
Education and Research Institute Ukrainian Engineering Pedagogics Academy
V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine*

ORGANIZATIONAL CULTURE FACTORS INFLUENCING THE EFFECTIVENESS OF ORGANISATIONAL CHANGE

In modern economic conditions, making changes in the work of enterprises is an important factor of efficiency. Especially when it comes to organizational culture. The

culture of the organization is manifested in the characteristics, characteristics and style of functioning of the organization, reflected in the behavior and reactions of employees and social groups, their judgments, relationships, methods of solving problems of labor and production organization, used equipment and internal aesthetics, techniques and technologies used.

The culture of each individual organization:

- is unique and unique, because it embodies only those features of existence and functioning that are inherent in this or that organization;
- masses its individual manifestation, because it is formed by different quality and quantity of connecting factors;
- is a stimulating factor in the development and identification of the organization in the external environment, because it is the culture of the organization that makes each individual organization unique and unique.

The enterprise culture that encourages creativity and innovation promotes the development of new ideas and technologies that increase competitiveness. When a company's values align with those of its customers, it strengthens their loyalty, which is important for retaining and attracting new customers. The culture of the enterprise promotes effective internal and external communication, which increases the efficiency of work and interaction with customers. A flexible corporate culture allows the company to better adapt to rapidly changing market conditions, which is a key factor in modern business realities.

When planning changes, the manager should familiarize himself with the organizational culture as early as possible in order to minimize the problems associated with intra-firm specificity. The solution of this problem is complicated, as each organization has its own specific culture with its own unique and at the same time hidden parameters. However, it is possible to distinguish some indicators reflecting specific cultural values in a particular organization. These can include:

- the organization's mission, mission and image (high level of technology; leadership and pride in its industry; professionalism of staff; spirit of innovation; enterprise);

- seniority and authority (powers inherent in office or person; respect for seniority and authority; seniority as a criterion of authority);
- the significance of the various managerial positions and functions (authority of the personnel department; the importance of the positions of various vice– presidents; the role and authority of the development department, production department and marketing service);
- treatment of people (care of people and their needs), impartiality or favouritism, privileges;
- respect for individual rights (training and development opportunities; career; fair pay; motivation);
- the role of women in management (women’s access to decision– making positions; the availability of positions that are not accessible to or specifically reserved for women; respect for women managers; special benefits for women staff of the organization);
- selection criteria for leadership and supervisory positions (seniority or performance; priorities in internal choices; political, ethnic, national and other criteria; influence of informal relationships and groupings);
- organization of work and discipline (voluntary or compulsory discipline; punctuality; hours of service; flexibility in changing roles at work; new forms of work organization);
- leadership and management style (authoritarian, consultative or collaborative style; use of committees and task forces; personal example; flexibility and adaptability);
- decision-making processes (who makes the decision; who is consulted; individual or collective decision-making);
- dissemination and exchange of information (employees are well informed or ill–informed; information is shared easily or not);
- the nature of the contacts (preference for personal or written contacts; rigidity or flexibility in the use of established channels; importance given to formal aspects; possibility of contacts with senior management; use of meetings; who is invited and what meetings; Standards of conduct during assemblies);

- the nature of socialization (who communicates with whom during and after work; existing social barriers; special conditions, such as a separate canteen or private club);
- solutions to conflicts (avoiding conflict and compromise; preference for formal or informal ways; participation of senior management)
- identification with the organization (commitment of management and staff to the company's goals and policies; loyalty and integrity; spirit of unity; pleasure in working in the organization).

Knowledge of the organizational culture helps to better understand the values, norms and behaviours that are inherent to employees and management in an organization, as well as to promote more effective interaction between staff and management, fostering team spirit and collaboration. Correcting organizational culture can identify and address negative aspects such as conflict, ineffective communication, or resistance to change. Adapting an organization's culture to changing market conditions and business processes enhances its competitiveness and flexibility.

An effective organizational culture attracts and retains talented staff, increasing motivation and job satisfaction.

Boichuk D.,
PhD student

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL INDUSTRIAL AND COOPERATIVE RELATIONS OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES

The globalization of economies and the exponential growth of international trade and tourism have propelled the air transport industry into a pivotal role in facilitating global connectivity and economic development. As air transport enterprises navigate the complex landscape of international operations, the cultivation of robust industrial and cooperative relations emerges as a fundamental imperative for sustainable growth and competitiveness in the global aviation market.

Main goal of our research is to explore the essential prerequisites for fostering the development of international industrial and cooperative relations within the air transport sector. By examining key factors such as regulatory compliance, infrastructure investment, technological integration, and stakeholder engagement, this study aims to elucidate the critical elements underpinning effective collaboration among air transport enterprises operating in an increasingly interconnected world.

The development of international industrial and cooperative relations for air transport enterprises involves several key prerequisites:

1. Regulatory compliance. Adherence to international aviation regulations and standards set by organizations such as the International Civil Aviation Organization (ICAO) and regional aviation authorities is crucial. Compliance ensures safety, security, and interoperability among air transport enterprises worldwide.

2. Infrastructure. Availability of modern infrastructure including airports, air traffic control systems, and maintenance facilities is essential for facilitating international air travel and efficient operations. Cooperation in infrastructure development can enhance connectivity and streamline processes.

3. Technology integration. Adoption of advanced technologies such as digitalization, automation, and data analytics improve operational efficiency, safety, and customer experience. Collaborative efforts in research and development can drive innovation and technological advancement in the air transport sector.

4. Interoperability and standardization. Standardization of procedures, protocols, and technical specifications enables seamless integration and interoperability among air transport enterprises globally [1]. Cooperation in establishing common standards enhances efficiency, reliability, and compatibility of systems and processes.

5. Human resources development. Investing in training and development programs for aviation professionals fosters a skilled workforce capable of meeting the demands of international operations. Collaboration in education and training initiatives can address skill gaps and promote knowledge sharing among industry stakeholders.

6. Market liberalization. Liberalization of air transport markets through bilateral and multilateral agreements facilitates increased competition, market access, and route

expansion for air transport enterprises. Collaboration in negotiating and implementing open skies agreements promotes fair competition and market growth.

7. Risk management and security. Collaboration in risk management and security initiatives is essential to mitigate threats such as terrorism, cyber-attacks, and natural disasters. Sharing best practices, intelligence, and resources enhances the resilience and security of international air transport operations [2; 3].

8. Sustainability and environmental responsibility. Addressing environmental challenges such as carbon emissions and noise pollution requires collective efforts from air transport enterprises. Collaboration in implementing sustainable practices, investing in green technologies, and reducing environmental impact contributes to the long-term viability of international air transport [4].

9. Stakeholder engagement and communication. Effective communication and engagement with stakeholders including governments, regulatory bodies, industry associations, and communities are vital for building trust, fostering cooperation, and addressing common challenges in international air transport.

By focusing on these prerequisites, air transport enterprises can establish robust international industrial and cooperative relations that drive sustainable growth, enhance operational efficiency, and promote the advancement of the global aviation industry.

In summary, this scientific article serves as a call to action for stakeholders across the air transport industry to recognize the importance of international industrial and cooperative relations in driving collective progress and innovation. By embracing the prerequisites outlined herein, air transport enterprises can navigate the complexities of the global marketplace with confidence and forge enduring partnerships that propel the industry towards a future of sustainable growth and prosperity.

References

1. Бойчук Д.І., Соколова З., Набок І., Прокоп'єва А., Сидоренко К., Родіонов П. Аналіз ефектів утілення угоди про спільний авіаційний простір із ЄС для галузі пасажирських авіаперевезень України в довоєнний період. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. 6(47). Р. 400–423. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3937>.

2. Сидоренко К.В., Мандра В.В., Герман А.Л. Вплив криз на функціонування світового ринку авіаційних перевезень. *Економічний простір*. 2024. №190. С. 19–27. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-4>.

3. Boichuk D. Air transport sector development in the conditions of the economic crisis. *XXIV Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Полім. Сучасні проблеми науки»*: Збірник тез. – К.: НАУ, 2024.

4. Bugayko D.O., Gurina G.S., Korzh M.V., Sydorenko K.V. Challenges of sustainable development and safety of world civil aviation in the conditions of globalization. *Intellectualization of logistics and Supply Chain Management*. 2022. Vol. 16. P. 41–50. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2022-16-3>.

Dudnieva I.,

Ph.D in Economics, Associate Professor

Artemyev A.,

Post Graduate Student

Kharkiv National University named after V.N. Karazin, Kharkiv, Ukraine

ADAPTATION OF ENTERPRISES TO THREATS TO ECONOMIC SECURITY IN WARTIME UNCERTAINTY

The military aggression of the Russian Federation against Ukraine has dramatically changed the picture of threats to the economic security of enterprises. The defining feature of companies' functioning in the current situation is the unconditional dominance of threats to economic security that are of external, exogenous origin, are practically uncontrollable by business structures and have an extremely powerful impact on performance. Legal restrictions on business activities, currency and customs restrictions related to martial law have a negative impact on the ability of companies to carry out efficient logistics, foreign trade and financial activities, generally complicating the business environment. The ongoing threat to the production infrastructure of enterprises, especially in insecure regions, the threat to personnel safety, and the destruction of

logistics chains remain relevant two years after the start of the war. This is compounded by the lack of cheap credit, energy shortages, etc. All of this leads to an uncontrolled increase in the riskiness of companies' activities and an increase in exogenous threats to economic security. In such circumstances, the relevance of actions aimed at ensuring the effectiveness of the economic security system of enterprises is growing.

Directions of adaptation of business entities to the crisis conditions caused by the consequences of military operations and wartime restrictions:

- implementation of a sound personnel policy, both in the context of ensuring physical security of personnel and optimizing the structure of its quantitative and qualitative composition, and attracting remote forms of employment;
- analysis of the assortment policy of enterprises, its optimization, taking into account customer demand, economic attractiveness and feasibility for the business structure [1];
- organization of adaptive logistics, a comprehensive audit of the existing supply and delivery system, and the formation of contingency plans in case of force majeure circumstances provoked by military actions, legal restrictions or actions of other countries;
- maximum digitalization of management processes, changing management approaches on this basis towards de-bureaucratization of the business structure administration system;
- ensuring the integration of risk management into the business processes of the business entity;
- scenario modeling of the organization of full-fledged functioning of the enterprise in case of destruction of the constituent elements of the production infrastructure [1];
- analysis of the prospects for the relocation of the enterprise, drawing up a reasonable plan for the implementation of these measures in the event of territorial approximation of active hostilities to the location of the business entity.

Implementation of such measures will allow enterprises to maintain the required level of functional components of economic security in a crisis, to strengthen and fully

utilize their adaptive potential, to demonstrate real and rapid flexibility in making management decisions and compensating for the consequences of wartime threats.

References:

1. Prokhorova, V., Bazhanova, O., Dudnieva, Yu. (2021). Konverhentno-kohnityvni osnovy innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv. Adaptivne upravlinnia: teoriia i praktyka. Seriia Ekonomika, 2021, № 10(20). URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/view/363>.

Kostadinova K.,

Post Graduate Student

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Dimitrov D.,

Doctor, Professor, Rector, University of National and World Economy,

Sofia, Bulgaria

COMPETITION IN ENTERPRISE DEVELOPMENT

Competition is economic interaction and competition between producers of goods for the purpose of obtaining advantages in terms of production and sales, which leads to increased profits.

Depending on the number of participants, competition is divided into: monopolistic (this is competition when many companies sell products that are similar, but not exactly the same, and each company has some control over the price of its product); oligopolistic (this is competition where only a few companies control a significant part of the production or sale of goods or services and have a significant influence on prices and market conditions); monopoly (this is a market situation where only one company controls the production or sale of goods or services and has no competitors).

By nature, competition is divided into: price competition (this is a type of competition where companies compete with each other for customers, lowering the prices of their goods or services to obtain competitive advantages); non-price competition (this is a form of competition where companies compete for customers not

by lowering prices, but by using other marketing strategies such as product quality, customer service, advertising, innovation, etc.).

Depending on the market situation, competition is divided into: perfect (when there are many sellers and buyers on the market, everyone sells the same goods or services, and no one can set prices); imperfect (when producers or buyers have the ability to control prices and sales volumes in the market).

Competitive development is a process of enterprise development that takes into account not only its relation to competitors, but also compliance with competitive principles in the economic system in general. This means that there is competition in commodity markets, enterprises act in the interests of consumers, compete for better conditions for the production of goods and efficient use of resources [1].

Competitive development of enterprises can be manifested in the following aspects: independent adoption of management decisions, such as price formation, determination of production volumes and product sales, etc.; focus on consumer needs; transparency in the implementation of economic activity; creation of own competitive advantages, which will ensure the competitiveness of the enterprise and the achievement of the desired level of profit in the market; the development of a competitive culture for participation in the self-regulation of market processes, the detection of deviations from the competitive behavior of other market participants and the use of the appropriate legally defined tools to influence this behavior; protection of intellectual property rights in the field of innovation; observance of fair trade practices in economic activity and others.

The importance of competition is revealed in the following features: competition forces entrepreneurs to constantly look for and find new types of products and services; competition promotes the production of high-quality products at reasonable prices; competition encourages prompt response to changing customer needs; competition is a powerful alternative to monopoly; competition contributes to the development of engineering, science, technology, and information systems.

Competition plays an important role for enterprises, because it encourages them to constantly improve, stimulates innovation and improvement of the quality of products

and services. It contributes to the development of the economy, the expansion of choice for consumers and the reduction of prices. Thus, competition is of key importance for the sustainable development of enterprises and markets.

References:

1. Arefiev S., Shevchenko I., Savkiv U., Hovsieiev D., Tsizhma Y. Management of the global competitiveness of companies in the field of electronic commerce in the conditions of digitalization. Journal of Theoretical and Applied Information Technology. Vol. 101(4) pp. 1527-1537. 2023. Pp. 1527-1537.

Kravchuk N.,

PhD, docent

Yashchuk M.,

Graduate of higher education

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

HOW THE INTEGRATION OF AUTOMATION AND TRANSPARENCY IS RESHAPING THE MODERN LOGISTICS

Businesses that aim to grow and boost their profitability have consistently prioritized innovation. This involves implementing novel concepts, technologies, processes, and strategies to enhance logistics operations and gain a competitive edge. As such, these enterprises actively foster an innovative culture within their organizations. A crucial aspect of this innovative mindset is the ability to continuously modernize logistics processes and adapt to evolving internal and external circumstances. By staying agile and embracing change, businesses can maintain their innovative momentum, streamlining operations and positioning themselves for sustained success.

In today's fast-paced and dynamic business environment, the modernization of logistics processes plays a pivotal role in enhancing operational efficiency and customer satisfaction. Automation has become a cornerstone in revolutionizing supply chain operations, streamlining tasks, reducing errors, and enhancing overall productivity. Furthermore, the integration of a transparency system ensures real-time visibility into

the movement of goods, providing stakeholders with critical insights to make informed decisions and proactively address any potential disruptions. As businesses embrace these advancements, they are better positioned to meet the ever-growing demands of the market while ensuring seamless and reliable logistics operations [1].

The automation of logistics processes has revolutionized the industry by streamlining operations, reducing errors, and enhancing overall efficiency. One significant benefit of automation in logistics is the optimization of resource utilization. With automated systems, companies can effectively manage their inventory, reduce carrying costs, and make more accurate demand predictions, leading to enhanced cost savings and improved customer service. Another advantage of automation is the increased speed and accuracy of order fulfillment and tracking. Automated processes enable real-time visibility into the movement of goods, resulting in improved transparency, customer satisfaction, and more reliable delivery timelines [2].

Transparency in the logistics system has become essential for businesses to maintain a competitive edge in today's market. By incorporating transparency, companies can achieve better visibility into their supply chain, allowing for real-time tracking of goods and resources. This level of transparency allows for improved decision-making, streamlined operations, and enhanced customer service. It also facilitates proactive issue resolution, as any potential disruptions or delays can be swiftly identified and addressed. Embracing transparency in the logistics processes not only fosters trust and accountability but also sets the stage for future advancements in automation and efficiency [3].

By improving order fulfillment and tracking with automation we could reach such results as:

- automated order processing and picking systems can dramatically increase the speed and accuracy of order fulfillment, reducing errors and improving customer satisfaction;
- automated tracking and tracing systems, such as RFID and GPS, provide real-time visibility into the location and status of shipments, allowing companies to proactively address any delays or issues;

- integrated automation across the supply chain, from order entry to final delivery, enables end-to-end visibility and control, leading to more reliable and predictable delivery timelines;
- automated inventory management systems can track stock levels in real-time, enabling companies to maintain optimal inventory levels and reduce costly over-stocking or under-stocking;
- automated demand forecasting algorithms can analyze historical sales data and market trends to make more accurate predictions about future demand, allowing companies to better align production and procurement with expected needs;
- automated warehouse and transportation management systems can optimize the routing and scheduling of shipments, reducing fuel costs and delivery times [4].

References:

1. Kustrich L. O. Logistics innovations as the basis of enterprise management. *Economy and the state*. 2020. No. 2. P. 10–14. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.2.10
2. Serednytska L.P., Volynets V.V. Innovative technologies in the logistics system. *Economy and society*. 2018. No. 19. P. 617-621. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-96>
3. Dovba, I., Diuhovanets, O. (2020). Svitovyi dosvid innovatsiynoho rozvytku v umovakh ekonomiky znan. *Heopolityka Ukrainy: istoriya i suchasnist*, 1 (24), 150–161. doi: [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2020.1\(24\).150-161](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2020.1(24).150-161)
4. DHL Group: Logistics Trend Radar. www.dhl.com/innovation

*applicant for the third (educational and scientific) level of higher education
Education and Research Institute Ukrainian Engineering Pedagogics Academy
V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine*

MARKETING MANAGEMENT IN COMPETITIVE CONDITIONS

The constant development of marketing management is facilitated by the constant emergence of new ideas and trends in this area. Although countries with a developed market economy have accumulated rich experience in the practice of using marketing in the activities of enterprises, it should be borne in mind that it is one of the rather dynamic sectors of economic activity. Today, competition is part of the marketing environment of the company, so it should always be the subject of thorough study and evaluation. The study of the totality of market subjects and their relations, which develop in the process of competition and which determine the intensity of competition, is a very important, from a practical point of view, direction of marketing research.

To effectively manage marketing activities in a competitive environment, it is worth highlighting the following areas:

1. Blue Ocean Strategy. Its essence is to create a new product, a new market where there are practically no competitors. The "blue ocean" is understood as just a new non-competitive market.

The project should create innovation value for the consumer, not just value. New value is created for consumers through innovative goods, innovative methods of their production and fundamentally new ways of selling that the market has never offered before;

The project should have low costs, which are due to the fact that an innovative product does not require capital costs, a large number of workers, promotion costs, etc. That is, the cost reduction occurs due to the cancellation and reduction of factors due to which there is competition in the industry.

2. Social marketing. Social marketing simultaneously acts as a socio-marketing,

effective management technology that formulates the basic principles and approaches to building modern social management based on the theory of social, non-commercial exchange of services, ideas, values, etc.

Management of social marketing is a complex process that requires significant conceptual, strategic and organizational restructuring from companies: the development of corporate plans for «sustainable development» and corporate reports on social responsibility, special PR events: negotiations and exchange of experience at the global, European and national levels, presentations of companies abroad. The growth of capitalization and the international image of the enterprise will definitely pay off these investments if successful. Social marketing management is carried out by analyzing, planning and monitoring the implementation of marketing programs aimed at the marketing business process (creating, maintaining and expanding favorable relations with target consumers).

Management of socially responsible marketing in the enterprise is carried out at three levels:

- internal – the implementation by the company of its social responsibility to the employees of its organization by investing resources in creating the most favorable working conditions and psychological climate in the team, promoting its social development, improving the skills of staff, expanding the participation of employees in the management of the organization;
- external – the implementation of social responsibility to consumers by forming and meeting the needs of people in convenient, safe and inexpensive goods and services;
- social – the realization of social responsibility to the territorial community by promoting its sustainable development through participation in solving priority social problems, supporting the weak and incapacitated, raising the level of culture of the population, stimulating its business activity, and preserving the environment.

3. Multi-channel marketing - simultaneous interaction of companies with target audiences (customers) using off-line and on-line channels of marketing communications

Off-line channels include: television advertising, radio advertising, direct mail, sponsorship and partnership events, exhibition activities and trade fairs, traditional press

(newspapers, magazines), visual merchandising in stores and retail outlets, outdoor advertising (billboards, billboards, advertising on transport).

On-line channels include: search engine optimization (SEO), social media marketing (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), e-commerce and online stores, e-mail and mailings, blogs and content marketing, forums and communities for discussing products and services, webinars and online conferences, mobile applications and mobile marketing, paid advertising campaigns on various online platforms.

The multi-channel approach allows companies to reach their audience as much as possible using different communication channels and creates more opportunities for interaction and customer attraction.

4. Benchmarking. The use of benchmarking involves a systematic study of all the factors and causes that determine the position of the leader. Currently, benchmarking is a widely used technology for finding new examples for studying and introducing into business. To outperform competitors, enterprises, regardless of size and scope of activity, need to constantly study and apply the best international experience in all areas of business activity, adopt all types of effective technologies.

Benchmarking promotes openness and business efficiency: provides the organization with early warning signals in case of its lag, finds out the level of organization compared to the best in the world, leads to the rapid introduction of new approaches with minimal risk, reduces the cost of creating new projects.

Consequently, the aggravation of competition in the management of marketing activities encourages the search for new approaches in market management. Marketing management is influenced by the nature of competition, which has almost doubled in several years. It is in such conditions that managers are forced to look for new ways to increase marketing efficiency in order to maintain and improve their positions in the market and be sure that consumers have a loyal attitude to the company's products.

Listrovy R.,

Post Graduate Student

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Kwilinski A.,

*Habilitation Doctor in Economics, Professor, The London Academy of Science
and Business, London, United Kingdom*

THE PLACE OF INVESTMENT ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE IN ITS DEVELOPMENT

Investment activity plays an important role in the economic process and determines the overall rate of economic growth of the enterprise. Investments lead to an increase in production volumes, income growth, and in the process of economic competition, those industries and enterprises that are the most competitive and able to satisfy the existing demand for relevant goods and services develop and win.

"Invigoration of investment activity is one of the main factors of reforming national economies in order to achieve structural transformations. Since the current tasks are related to the renewal of fixed assets and the improvement of qualitative indicators of innovative development at the micro- and macro-levels, economic growth cannot be achieved without effective attraction of investment resources" [2].

The study of ways to increase the investment support of the enterprise requires the study of the criteria for the formation of its components, which determine both the components of the external environment and the necessary stages of its filling by sources of financial and investment resources. Establishing these conditions requires the implementation of a multi-level approach, which should take into account the advantages and disadvantages of the impact on the external and internal environment.

"The first step in the investigation of the investment activity of the enterprise should be its diagnostics, which will allow to determine both the current state and the prospects for the development of the enterprise. It is diagnostics, as a comprehensive assessment of investment activity, that opens up ways of finding reserves for maximizing the profitability of companies, achieving financial stability, solvency, increasing the rate of economic development and competitiveness" [1, p. 147].

When developing a long-term plan of investment activity, they take into account the fact that the proceeds from sales are reinvested as necessary, which contributes to the further expansion of production and leads to the development of the enterprise. Since this process is cyclical in nature, investments lead to expanded reproduction, which occurs due to the efficient distribution of income. If the efficiency of investment activity is sufficiently high, then income growth can guarantee an increase in the share of accumulation in the event of a general increase in consumption.

In addition, "managing the attraction of investment resources at the enterprise by finding a balance between exogenous and endogenous investment resources increases the efficiency of investments, activates investment processes at the enterprise, reduces the need for loan capital, accelerates capital turnover, reduces investment risks" [3, p. 303].

The process of considering and implementing an investment strategy should include the following key elements: choosing the time of its implementation, thorough analysis of the situation in the general external environment, development and formulation of long-term strategic goals of investment activity, development of the most effective ways of implementing the strategy, dividing the strategy into periods and establishing the terms of its implementation, development and implementation of a management system to ensure the effectiveness of innovative activities.

References:

1. Arefieva Olena V, Miagkyh Iryna M, Solovei Nadiia V. The impact of investment climate and financial analysis implications in making investment decisions. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2018. № 6 (129). С. 143-152. DOI: 10.30857/2413-0117.2018.6.14
2. Легкоступ, І., & Саїнчук, Н. (2022). Сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні: вітчизняний та міжнародний аспекти. *Економіка та суспільство*, (46). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-56>
3. Pohrebniak A., Arefieva O., Boiarynova K., Arefiev S., Davydenko V. Management of Attracting Investment Resources of Enterprises to Ensure Their Economic Security in Circular Economy. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. VOL.21 No.10, Pp. 302-309.

Momot D.,
postgraduate

Scientific consultant: PhD in Economics, Associate Professor Fedorova Y.
ESI UEPA of V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine

¶

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE OF ENTERPRISE STAFF

¶

Emotional intelligence is one of the major soft skills required for success in the 21st century business environment [1]. The field of EI science is quite new. P. Salovey and J. Mayer coined the phrase "Emotional intelligence" in 1990 [2], and D. Goleman popularised it a few years later [3]. But decades ago Goleman and Boyatzis research the effects of emotional intelligence on financial outcomes showed it [4]. According to Zhang and Adegbola, Emotional intelligence has a beneficial effect on productivity in professional activities and increases firm assets, according to current study [5]. Pekkan and Bicer emphasise that Emotional intelligence fosters a positive work environment, organisational commitment, and job satisfaction [6].

The most popular model of Emotional Intelligence development is D. Goleman's mixed model. Initially, it contained five components [7], but over time, motivation as a component was removed. According to D. Goleman's updated model of Emotional Intelligence development, Emotional Intelligence consists of four main components [8]. The main four components of emotional intelligence are as follows: (Self-Awareness, Self-Management, Social Awareness and Relationship Management. It is extremely important to find ways to develop these components during joint activities of staff. These components are not developed separately and in theory. Only the practice of collaboration, working on a common project, solving emerging problems and conflicts leads to an increase in the emotional intelligence of staff.

Self-awareness is the ability to understand one's emotions, how they influence behavior and what effect they have on others [9]. Self-management is the ability to control emotions and behavior in order to achieve goals [10]. The capacity to comprehend and feel other people's feelings, including those of coworkers, team

members, investors, and customers, is known as social awareness. Relationship Management is the ability to build effective communications and be leader.

Thus, the search for new tools in the context of digitalization to develop the emotional intelligence of personnel, improve their skills, and introduce tools into the process of implementing practical projects is an interesting and promising task. Digital technologies should support the development of competencies needed by participants in the business environment while also taking into account the goals of emotional intelligence development.

References:

1. United Nations. General assembly resolution A/RES/70/1. Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development. Seventieth United Nations general assembly, 25 September 2015, New York. (2015). (accessed March 15, 2024), [available at <https://en.unesco.org/sustainabledevelopmentgoals>].
2. Salovey, Peter and Mayer, John D (1990), "Emotional intelligence," *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.
3. Goleman, Daniel (1995). *Emotional Intelligence*. Bantam Books, Inc., New York, NY, England.
4. Goleman, Daniel J., and Richard E. Boyatzis (2001), "Primal leadership: the hidden driver of great performance," *Harvard Business Review* 79: 43-53.
5. Zhang, Wei, and Adegbola, Oluwatoyin (2022), "Emotional intelligence and public relations: An empirical review," *Public Relations Review*, 43(3), Article 102199.
6. Pekkan, Nurdan and Bicer, Murat (2022). "Ethical climate's mediating role on the relationship between emotional intelligence and job satisfaction." *Central European Management Journal*, 30(1), 115–132.
7. Goleman, Daniel (2006). *Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ*. Random House Digital, Inc.
8. Druskat, Vanessa U., and Steven B. Wolff (2001), "Building the emotional intelligence of groups," *Harvard Business Review* 79(3): 80-91.
9. Bratton, Valerie K., Norman G. Dodd, and Frederick W. Brown (2011), "The impact of emotional intelligence on accuracy of self-awareness and leadership

performance,” *Leadership and Organization Development Journal*, Vol. 32 No. 2, 127-149.

10. Cunningham, Robert (2023), "Creating interactive sociocultural environments for self-regulated learning," *Self-Regulation of Learning and Performance: Issues and Educational Applications*, 17.

Osinakachi Akuma Kalu

Cofounder Afrolongevity

osinakachi@taffds.org

*Afrolongevity as a subsidiary of TAFD's positions itself as a Pioneer of
Longevity & Biotech Revolution in Africa & for the diaspora.
Bridging life expectancy gaps through Education, Outreach, and research and
Development. It is the host of the International Longevity Summit Africa.
Johannesburg, South Africa*

TOWARDS A HEALTH ECONOMICS POLICY FRAMEWORK: ADDRESSING THE ECONOMIC CONSEQUENCES OF BIOLOGICAL AGING AND ITS ASSOCIATED CONDITIONS

The aging population faces significant health and economic challenges, necessitating a strategic policy framework to address these issues. This paper advocates for a shift towards proactive health economics policies that prioritize preventive measures over managing the effects of aging. By focusing on stricter food regulations and leveraging behavioral economics principles, this framework aims to reduce healthcare costs and promote healthier aging.

Keywords: *Biological Aging, Health Economics, Food Policy, Preventive Health, Aging Demographics, Nutritional Regulation.*

1. Introduction. Biological aging is an inevitable process characterized by accumulated bodily damages leading to deregulation (de Grey, 2007). As the population ages, the economic implications become more pronounced, necessitating a shift in

policy focus towards addressing the root causes of biological aging and its related challenges. Behavioral economics offers valuable insights into individual decision-making, which can inform more effective health policies aimed at mitigating the economic consequences of aging (Connell, 2013).

This paper proposes stronger regulations and restrictions on ultraprocessed foods and misleading marketing practices as key strategies to combat biological aging and associated health issues. By leveraging a proactive behavioral economics approach, policymakers can encourage preventive measures that enhance the health and productivity of the elderly population.

2. Economic Impact of Biological Aging. Biological aging contributes to chronic diseases, cognitive decline, and functional limitations, imposing substantial economic burdens on individuals and healthcare systems worldwide. With global aging trends, these financial strains intensify, underscoring the urgency for proactive interventions to alleviate economic repercussions.

3. Detrimental Role of Processed Foods. Processed foods, laden with salt, sugar, and unhealthy fats, significantly contribute to health problems associated with aging. Their pervasive availability and convenience drive increased consumption, exacerbating the aging process and compromising nutritional quality, further compounding health outcomes.

4. A Proactive Health Economics Policy Framework. The field of health economics policy can benefit greatly from incorporating the principles of behavioral economics. Studies reveal that behavioral economics can enhance financial preparation for retirement and old age. Research by Poterba et al. (2012) suggests that health costs can drain individuals of their retirement income, which eventually affects the government. This concept of "asymmetric paternalism" (Loewenstein et al., 2007) is based on the assumption that people find it challenging to modify their health behavior when left to their own devices. Policies that nudge individuals towards better health behaviors are beneficial for both individuals and society.

Apart from interventions that encourage behavior change, a significant amount of evidence indicates that the structure of choices can subtly influence decisions, even

when individuals are unaware of any efforts to alter their behavior (Thaler and Sunstein, 2008). A well-designed choice architecture may lead to better decisions for an individual's long-term health, while a poorly designed choice environment may result in delayed decisions or sub-optimal insurance and spending options for both health and financial well-being.

Lastly, the lessons of behavioral economics suggest that companies may take advantage of people's behavioral biases and mistakes. According to Ho et al. (2006), firms rapidly discover and exploit individuals' behavioral biases. If aging affects people's tendencies to display these biases, then regulation should be attentive to how companies market their products to individuals. To address this issue, it is recommended that the government implement a health policy that considers the behavioral habits of individuals, as they may struggle to modify their health behavior on their own due to addiction or false marketing.

Integrating principles of behavioral economics into health economics policy holds promise for promoting healthier behaviors and reducing economic burdens associated with aging (Poterba et al., 2012; Loewenstein et al., 2007; Thaler & Sunstein, 2008; Ho et al., 2006). To address this, the proposed policy framework encompasses strict food processing regulations, comprehensive marketing guidelines, nutritional education campaigns, and incentives for whole food consumption.

Policy Measures:

A. Strict Food Processing Regulations

- Implement guidelines to restrict additives and harmful substances in processed foods.

- Enhance transparency in labeling to inform consumers about nutritional content.

B. Comprehensive Marketing Regulations

- Enforce truth-in-advertising standards to combat misleading health claims.

- Promote evidence-based health messaging to counter deceptive marketing tactics.

C. Nutritional Education Campaigns

- Develop educational programs to raise public awareness of healthy dietary choices.

- Target diverse age groups to foster lifelong habits centered on whole foods.

D. Incentives for Whole Food Consumption

- Provide tax incentives or subsidies for purchasing fresh, unprocessed foods.
- Collaborate with food producers to ensure availability and affordability of nutritious options.

5. Implications and Conclusion. The proposed health economics policy framework offers a strategic approach to improve the well-being and economic sustainability of aging populations. By prioritizing preventive measures informed by behavioral economics, we can reduce healthcare costs, enhance productivity, and cultivate a healthier society. Collaborative efforts among policymakers, researchers, and stakeholders are imperative to implement these changes and effectively address the challenges posed by biological aging. Together, we can pave the way for a resilient and prosperous future.

References:

1. Connell, R. (2013). Behavioral Economics in Public Health: Progress and Possibilities. *Preventive Medicine*, 57(6), 779-780. doi:10.1016/j.ypmed.2013.06.020
2. de Grey, A. D. N. J. (2007). Strategies for Engineered Negligible Senescence: Why Genuine Control of Aging May Be Foreseeable. *Rejuvenation Research*, 10(3), 505-510. doi:10.1089/rej.2007.0577
3. Ho, T. H., Lim, N., & Camerer, C. F. (2006). Modeling the Psychology of Consumer and Firm Behavior with Behavioral Economics. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 307-311. doi:10.1509/jmkr.43.3.307
4. Loewenstein, G., Brennan, T., & Volpp, K. G. (2007). Asymmetric Paternalism to Improve Health Behaviors. *JAMA*, 298(20), 2415-2417. doi:10.1001/jama.298.20.2415
5. Poterba, J. M., Venti, S. F., & Wise, D. A. (2012). The Drawdown of Personal Retirement Assets. *The Journal of Economic Perspectives*, 26(1), 119-142. doi:10.1257/jep.26.1.119
6. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

7. Claudia Campanale et al, A Detailed Review Study on Potential Effects of Microplastics and Addictive of Concern on Human Health, International Journal of Environmental Research and Public Health, 13th Feb 2020
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7068600/> Accessed 12th Jan 2023
8. Conti I., et al, Legislation to limit the environmental plastic and microplastic pollution and their influence on human exposure. Environ. Pollut. 2021;288:117708. doi: 10.1016/j.envpol.2021.
9. Cutler D, Deaton A, Lleras-Muney A. The Determinants of Mortality," Journal of Economic Perspectives 20(3, summer), 2006, 97-120.
10. Daragh Campbell, Longevity: the Definitive Definition,
<https://longevity.technology/news/longevity-the-definitive-definition/>, Accessed 12th Jan 2023
11. David A. Sinclair and Matthew D. LaPlante, Lifespan: Why Age and Why we don't Have to, p.5
12. Dorsey ER, et al, Financial Anatomy of Biomedical Research, 2003 – 2008," JAMA, January 13; 303(2): 137–143,
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3118092/>

Perera N.,

Post Graduate Student

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Woźniak L.,

doktor habilitowany, profesor, kierownik katedry Przedsiębiorczości,

Zarządzania i Ekoinnowacyjności, Politechnika Rzeszowska im. Ignacego

Łukasiewicza, Rzeszów, Poland

METHODS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE PRODUCTS

In the context of the modern business environment, where the competition is extremely high and rapidly changing, the issue of increasing the competitiveness of products becomes critically important for the successful operation of the enterprise.

The key factors affecting the competitiveness of products are the efficiency of production processes, product quality, innovativeness, pricing policy and marketing strategies.

An additional component of a successful strategy for increasing competitiveness is constant adaptation to changes in the internal and external environment. Quick and effective reactions to changes in consumer demand, technological progress, as well as the competitive environment allow the enterprise to maintain its competitiveness and ensure stability in the long term.

In addition, effective quality management and product standardization play an important role in ensuring competitiveness. Modern consumers pay more and more attention to the quality of goods and services, so enterprises must constantly maintain high quality standards and implement control systems that allow avoiding defects and ensuring the satisfaction of customer needs.

Effective use of information technologies and digitization of production processes are key factors in ensuring competitiveness in the modern market.

Creating an effective marketing and branding strategy helps businesses stand out

from the competition and attract more customers.

The development of innovative products and services contributes to attracting new markets and expanding the assortment, which positively affects competitiveness.

Creating an effective system of talent management and personnel development is an important aspect in ensuring high productivity and competitiveness of the enterprise [1].

In conclusion, it can be noted that the methods of increasing the competitiveness of the company's products are a complex and multifaceted process that requires a systematic approach and constant improvement. The application of these methods allows not only to ensure successful activity on the market, but also to become a leader in its field, gaining the trust and recognition of consumers.

References:

1. Arefieva O., Polous O., Arefiev S., Tytykalo V., Kwilinski A. Managing human capital reproduction in the system of enterprise's organizational behavior. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 628, (2021) 012039 doi:10.1088/1755-1315/628/1/012039

Reznik V.,

Post Graduate Student

Bugayko D.O.,

Doctor of Science (Economics), Professor (Associate),

Corresponding Member of the Academy of Economic Sciences of Ukraine,

Vice - Director of ES International Cooperation and Education Institute,

Instructor of ICAO Institute, Professor of the Logistics Department

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

RISKS OF MULTIMODAL TRANSPORTATION UNDER THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

The modern globalized economy requires new conditions for the adaptation of intermodal transport. The role of intermodal transport is becoming increasingly important. Because this type of transportation can be used to ensure uninterrupted production processes in different geographical locations. When considering intermodal transport, one should first consider the essence of the concept: intermodal transport is the transportation of goods by two or more means of transport organized by a single logistics company. Moreover, the main transport company has the possibility to contract with subcontractors who provide other means of transport, but the main transport company is responsible for delivery. The different types of transport include rail, freight, automobile and air. Thus, the main objective of the carrier's activity in the field of intermodal transportation is to ensure the timely delivery and integrity of the goods without violating the conditions of a smooth production process. A number of Ukrainian researchers, such as Bugayko D. [1-4], Karadishvili Y. [2-3], Hrygorak M., Ovdienko O., Marchuk V. [4], Braykovska A. [5], are devoted to the study of the problems of further development of intermodal transportation. The effectiveness of intermodal transportation depends on a number of strategic constraints of both internal and external nature. In today's unstable state of institutional functioning, it is important to create a logical chain in the intermodal transport system that forms an effective organizational

and economic mechanism for the innovative development of the transport industry. Intermodal transportation plays an important role in the development of the national economy. With land and air routes connecting Eastern and Central Europe passing through Ukraine, transcontinental gas pipelines passing through the territory of Ukraine, and shipping routes in the waters of the Black and Azov Seas, Ukraine's transport potential can be considered almost limitless. However, due to the lack of capital investment, the current state of transport infrastructure, even taking into account the basic requirements, remains at a satisfactory level. Indicators such as quality and service, transport efficiency, energy efficiency, safety and environmental impact do not meet modern requirements. The development of the country's transport complex under martial law is a very important task for the national economy. On the one hand, the need to rehabilitate kilometers of destroyed roads requires large investments, on the other hand, it provides an opportunity to immediately build a modern transport infrastructure that meets all global quality requirements. The main reasons hindering the innovative development of the transport sector in the intermodal transport system are

- Incomplete legal basis for the implementation of intermodal transport of goods;
- Inconsistency of regulations on the transport of dangerous goods with EU norms;
- lack of conditions for the establishment and operation of national intermodal transport operators; and

Incomplete customs policy in transport;

- High risks for intermodal operators when organizing long-distance transport involving multiple means of transport;

- Technological backwardness of transport and infrastructure; low level of implementation of modern technologies and innovative policies in the transport sector;

- Disproportion between the level of development of railway infrastructure capacities and cargo handling capacities of ports;

- existence of 'bottlenecks' in the infrastructure for transit transport by rail; - low level of development of railway infrastructure capacity and port cargo handling capacity;

- Slow adoption of new information technologies;

- Lack of compensation mechanisms for investments in strategic transport facilities;

- lack of a transparent accounting system for transport costs and effective control mechanisms for the provision and use of funds for the repair, reconstruction and construction of transport infrastructure;

- Lack of specialized and experienced professionals, for example in the field of intermodal transport. The creation of new intermodal transport corridors can overcome infrastructure imbalances in the territory of a large integrated Union. In particular, the development of east-west and north-south intermodal transport corridors within the EU and the construction of four diagonal corridors are planned. Intermodal transport is of particular importance in the context of realizing the potential of European integration, simplifying trade and logistics procedures and developing international partnerships. Indeed, despite the unfavorable macroeconomic trend, there is today foreign trade with 220 partners worldwide, and the highest volume of exports among services is transportation services, accounting for 54.8% of total exports. Taking into account the experience of intermodal transport in Europe, the creation and development of this type of transport in Ukraine is of great importance and requires solving a number of issues related to the organization of transport on existing and new routes, in particular, through compliance with EU norms. Due to the complex geopolitical situation, road and rail transport directs transport flows westward. It is clear that jobs in the transport complex reflect the state of the country's economy, which is currently not in the best shape.

Conclusions:

Intermodal transportation plays an important role in the development of the national economy. With land and air routes connecting Eastern and Central Europe passing through Ukraine, transcontinental gas pipelines passing through the territory of Ukraine, and shipping routes in the waters of the Black and Azov Seas, Ukraine's transport potential can be considered almost unlimited. However, due to the lack of capital investment, the current state of transport infrastructure, even taking into account the basic requirements, remains at a satisfactory level. Indicators such as quality and service, transport efficiency, energy efficiency, safety and environmental impact do not

meet modern requirements. The development of the country's transport complex under martial law is a very important task for the national economy.

On the one hand, the need to rehabilitate kilometers of destroyed roads requires large investments, on the other hand, it provides an opportunity to immediately build a modern transport infrastructure that meets all global quality requirements. The main reasons hindering the innovative development of the transport sector in the intermodal transport system are

- Incomplete legal basis for the implementation of intermodal transport of goods;
- Inconsistency of regulations on the transport of dangerous goods with EU norms;
- lack of conditions for the establishment and operation of national intermodal transport operators;
- Incomplete customs policy in transport;
- High risks for intermodal operators when organizing long-distance transport involving multiple means of transport;
- Technological backwardness of transport and infrastructure; low level of implementation of modern technologies and innovative policies in the transport sector;
- Disproportion between the level of development of railway infrastructure capacities and cargo handling capacities of ports;
- existence of 'bottlenecks' in the infrastructure for transit transport by rail; - low level of development of railway infrastructure capacity and port cargo handling capacity;
- Slow adoption of new information technologies;
- Lack of compensation mechanisms for investments in strategic transport facilities;
- lack of a transparent accounting system for transport costs and effective control mechanisms for the provision and use of funds for the repair, reconstruction and construction of transport infrastructure;
- Lack of specialized and experienced professionals, for example in the field of intermodal transport. The creation of new intermodal transport corridors can overcome infrastructure imbalances in the territory of a large integrated Union. In particular, the

development of east-west and north-south intermodal transport corridors within the EU and the construction of four diagonal corridors are planned. Intermodal transport is of particular importance in the context of realizing the potential of European integration, simplifying trade and logistics procedures and developing international partnerships.

References:

1. Dmytro Bugayko, Volodymyr Reznik, Anton Borysiuk, Danylo Bugayko. Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management. The electronic scientifically and practical journal v.17 (2023). P.6 – 22.
2. Bugayko D., Kharazishvili Yu. Theoretical principles of strategic aviation safety management in the context of ensuring sustainable development of the national economy. Bulletin of Economic Science of Ukraine. 2020. № 1 (38). P. 166-175.
3. Kharazishvili Yu. M., Bugayko D. O., Lyashenko V. I. Sustainable development of aviation transport of Ukraine: strategic scenarios and institutional support: monograph / edited by Yu.M. Kharazishvili; NAS of Ukraine, Institute of Industrial Economics. Kyiv, 2022. 276 p.
4. Ovdienko O., Hryhorak M., Marchuk V., Bugayko D. An assessment of the aviation industry's impact on air pollution from its emissions: worldwide and the Ukraine. Environmental & Socio-economic Studies. [Katowice]. 2021. Vol. 9. № 2. P. 1-10.
5. Braykovska A. Study of the peculiarities of the formation of the market of transport services as an environment for the functioning of transport enterprises. Economist. No. 9. 2012. P. 50-54.

FUNCTIONS OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF AN ENTERPRISE IN CRISIS CONDITIONS

According to the approach highlighted by the famous American researcher of organizational culture E. Shein, the main problems faced by teams, regardless of their size, are: first, the problems of adaptation and adjustment to external uncertainty, and second, the problems of internal integration, which ensures routine functioning and the same ability to adapt [1]. Therefore, the two main functions of organizational culture are considered to be internal integration and external adaptation.

Internal integration in the context of organizational activities can be considered as a process of socialization of new employees, establishing the boundary framework of the enterprise, forming internal identity and a sense of loyalty among the staff. In the current situation, under the influence of risk factors generated by the dangers of the wartime period, the requirements for internal integration are increasing due to the need for a high level of cohesion among the company's personnel and the creation of a single focus for the continuation of its operation. Support and motivation of employees aimed at achieving common goals becomes crucial. Under the influence of the devastating effects of wartime, the team may undergo significant changes. Stressful situations cause instability among employees and disrupt internal relationships. This, in turn, can lead to the need to revise the values declared by the organizational culture, establish new norms and change the structure of the organization to ensure its efficiency and survival. The experience of many companies since the outbreak of war has confirmed the thesis that the role of top management in the process of rapid adaptation to crisis conditions has become more important. The state of organizational culture depends on the overall level of stress among employees and the level of resilience of key executives. High levels of

stress and anxiety have an extremely negative impact on people's lives and, accordingly, on their performance of their job duties [2].

In wartime, the requirements for the implementation of the adaptive function of organizational culture also increase, as the company must respond quickly to changes in the external environment and, if possible, adapt to them. This may include changes in business strategy, revision of production processes, reorganization of organizational structures, and transformation of communication links with partners and customers, which together generate serious challenges for the organizational environment. Changes in the economic and social context may require rapid adaptation by businesses.

In order to improve the quality of management, it is necessary to understand how effectively the organizational culture implements its general functions. This task can be solved by using a set of various indicators that reflect different aspects of the impact of organizational culture on the functioning of the enterprise.

Indicators of the effectiveness of the integrative function of organizational culture include staff loyalty, employee engagement, staff satisfaction, conflict, and the level of communication interaction. The effectiveness of the adaptive function of organizational culture can be diagnosed on the basis of such indicators as customer and partner loyalty, HR brand of the company.

References:

1. Shein E. H. Organizational culture and leadership. 3rd edition. Danver: Wiley, 2004. 437 p.
2. Obydiennova T.S., Dudnieva Yu.E., Vasylieva M. O. Upravlinnia komandoiu proiekta v suchasnykh umovakh. Naukovyi zhurnal «Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu», № 2 (70), 2020, s. 168-174. <https://doi.org/10.33271/ev/70.168>.

TOOLS OF DYNAMIC MANAGEMENT OF ECONOMIC PROCESSES

The modern economic space is characterized by dynamism, variability and uncertainty. Rapid changes in technology, competitive environment, consumer needs and other factors make traditional management methods ineffective. In such conditions, dynamic management comes to the fore, which allows you to flexibly respond to changes in the external environment and ensure the sustainable development of the enterprise.

The use of effective dynamic management tools is a key factor for success in the competitive struggle. Enterprises that do not have time to adapt to changing conditions risk losing their positions in the market. Let's consider the main and most important management tools.

Budgeting - allows the enterprise to plan its activities and control costs. In the conditions of dynamic management, budgeting should be flexible and adaptive, this can be achieved using such methods as:

Use of scenario planning: Development of multiple budgets based on different forecasts of the development of events. This will allow the enterprise to be ready for various scenarios and adjust its activities in time.

Adjust budgets as necessary: Budgets should not be rigidly fixed. They need to be updated taking into account the changes taking place in the market, in the economy, as well as in the enterprise itself.

Decentralization of decision-making: Delegating spending decision-making authority to lower-level managers. This will allow them to respond more quickly to changes that occur in their area of responsibility.

Use of information technology: Application of software to automate budgeting and cost control processes. This will save time and resources, as well as have access to up-to-date information about the company's financial condition.

Benchmarking is the practice of comparing business processes and performance metrics to industry benchmarks and best practices from other companies. This allows the enterprise to adapt to changes in competitors' products, and to respond in a timely manner to the dynamics of the industry and the market as a whole

Dynamic pricing is the process of pricing products. The price is one of the main factors in the successful sale of the company's products, changes in the prices of competitors will affect the company, in order to prevent a negative effect on the company's activities, it is necessary to adjust the company's pricing to the market.

Management is the process of planning, organizing, motivating and controlling the organization at the enterprise. It can be divided into several subclasses

Personnel management is the process of organizing the work of personnel, which includes training for workers to adapt to changes in the company and the market as a whole, work control, personnel motivation, etc [1].

Product management - the purpose of product management is to plan, develop, implement products at all stages of their life cycle. This makes it possible to develop new products, adapt to the market and introduce innovative products that will introduce new standards.

Innovative management - creates favorable and profitable competitive advantages for the economic entity. Having torn the resources out of the routine circulation, the entrepreneur uses them in a new way.

Information support is a system of collecting, processing and analyzing information necessary for making management decisions in a dynamic environment.

Dynamic management of economic processes is a modern approach to management, the elements of which are in every enterprise, which allows enterprises to quickly respond to changes in the external environment and ensure sustainable development. Successful management is achieved using a number of tools.

References:

1. Arefieva O., Arefiev S. Impact of the change of generations of personnel on an organizational culture of a company. Економіка та суспільство. Випуск 52 / 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-57>.

Sydorenko K.V.,
PhD, Associate Professor
National Aviation University, Kyiv, Ukraine

STRATEGIC DEVELOPMENT OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES IN CRISIS CONDITIONS

Economic crises are an integral part of the development of the world economy. The pattern of economic development is cyclicity. The crisis can be considered as a point of bifurcation, which contains the potential for both destructive and constructive nature. May be the reason for system transition to a new state or termination of existence. The causes of the crisis are various factors that can have a serious impact on the social and economic development of countries. Understanding the underlying causes of economic crises is important for developing strategies to prevent and overcome them.

According to different classification criteria, crises can manifest themselves at different levels, be regular and unpredictable, short-term and long-term. Consequences of crises are unpredictable. However, it has been established that crises are usually an objective process that leads to the optimization of economic systems, as it promotes the emergence of new technologies, the improvement of production organization, and opens up space for growth.

The most significant shocks that affected world aviation are the oil crisis (1979), the Persian Gulf War (1990), September 9, 2000, the global financial crisis (2007), the COVID-19 pandemic (2019), the war in Ukraine (2022). It should be noted that in the considered cases, a year before the crisis, the volume of air transportation in the global dimension was significantly higher than the trend level. After the shock events, the volume of air transport in the long term returns to the main rate of growth.

A thorough analysis of the global trends in the development of air transport indicates its constant dynamism and dependence on global trends and macroeconomic indicators, such as GDP, the state of international trade, unemployment, inflation, investment activity, etc [1].

Nevertheless, despite the economic difficulties that affect the purchasing power of the population and the costs of airlines, the recovery of global demand for air

transportation remained stable - passenger kilometers traveled in 2023 are already only 12% below the pre-crisis level, in international connections – by 18,4%. The aircraft load factor over the past year also indicates an increase in demand for air transportation. However, it is important to note that while activity in the air transport sector is approaching and even exceeding 2019 levels, it remains significantly lower than it would likely have been had the COVID crisis not occurred.

North America and Africa are the only regions where freight volumes exceeded 2019 levels. In the Asia-Pacific region, the largest air cargo market, there is a decline in market share. Due to the war in Ukraine, European airlines also experienced a decrease in cargo ton-kilometers by 11,5% compared to 2021.

The modern air transport sector faces a number of complex challenges and threats, including the return of the coronavirus, geopolitical instability, rising global prices for aviation fuel, public environmental awareness, disruption of supply chains, shrinking of the wide-body aircraft market, the transformation of business travel, staff shortages, etc [2].

The study of the global experience of maintaining the air transport sector in crisis conditions allows us to single out key mechanisms: general economic support (applied in Australia, Brazil, Great Britain and the USA; in the EU state aid is prohibited under normal circumstances), state support of airlines (applied in Germany, France, the Netherlands, Japan, Switzerland and other countries), state support of airports and other companies (Croatia, France, Lithuania, etc.).

We emphasize that the war in Ukraine significantly affected the activity of the entire air transport system of the world: due to the closure of the airspace over Ukraine, international flights are carried out via longer routes, which leads to an increase in the duration of flights, fuel costs and additional emissions of carbon dioxide into the atmosphere; the energy crisis caused an increase in air ticket prices; the war caused an imbalance of incoming and outgoing flows of international air transport in countries neighboring Ukraine [3]. Limitations to the rapid recovery of air transport are: ongoing large-scale war, lack of funding for infrastructure projects, the need to adapt Ukrainian legislation to EU legislation, etc.

Thus, the main strategic tasks of the development of international air transport of Ukraine are: reconstruction and further development of airports, restoration of air navigation services, liberalization of the air market, implementation of the Agreement on a common aviation space with the EU, state support of the air transport sector, etc.

The stages of strategic planning for the restoration of international air transport of Ukraine are: in the short term – ensuring the economic stability of Ukraine during the war, the restoration of the economy in the post-war period; in the long term – structural modernization of the air transport system of Ukraine and integration into the EU.

References:

1. Бугайко Д.О., Гуріна Г.С., Заблоцька Р.О., Корж М.В., Сидоренко К.В. Світовий ринок технологій у сфері авіації як форма реалізації міжнародних науково-технологічних відносин. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2022. №12. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-12-8491>.
2. Сидоренко К.В., Мандра В.В., Герман А.Л. Вплив криз на функціонування світового ринку авіаційних перевезень. *Економічний простір*. 2024. №190. С. 19–27. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-4>.
3. Bugayko D.O., Gurina G.S., Korzh M.V., Sydorenko K.V. Challenges of sustainable development and safety of world civil aviation in the conditions of globalization. *Intellectualization of logistics and Supply Chain Management*. 2022. Vol. 16. P. 41–50. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2022-16-3>.

ЗМІСТ

Ареф'єва О.В. СОЦІАЛЬНА СТРАТЕГІЯ МОТИВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	4
Акімова О.В., Петченко М.О. ОЦІНКА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ПОВЕДІНКУ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРИ ПРИЙНЯТТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ	9
Андрієнко М.М. ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ	11
Антоненко К.В. ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА	13
Берташ А.С. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ	15
Богатирьов Є.О. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	19
Бочко А.О. ДИНАМІЧНА РОЛЬ ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	23
Василега В.Є. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТА СТРАТЕГІЯ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДО УМОВ РИНКУ	26
Васильєва М.О., Компанієць О.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	29
Васильєва С.Д. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ	32
Васюткіна Н.В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИЯВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ОСОБИСТІСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	35
Веселий Д.О., Сімкова Т.О. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	40
Вовк О.М. ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	42
Вовк П.П. ІНТЕЛЕКТУАЛІЗОВАНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОЄКТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНЖИНІРИНГОВОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	46
Говсєєв Д.Д. ІННОВАЦІЙНЕ ВИПЕРЕДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	49
Дацюк А.О. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	52
Дацюк Є.О. ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТІЙНИХ КАТЕГОРІЙ В ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	55
Долженко Д.Ю. ЗАХОДИ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНОЇ ІННОВАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІДТВОРЮВАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	58
Єременко К.Ю. НЕДЕРЖАВНЕ ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	62
Зуєв В.В. МЕРЕЖЕВІ РИНКИ ТА РЕВОЛЮЦІЯ ПЛАТФОРМ У КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ: РОЗВИТОК ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ	65
Іванець Д.В. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ	68
Іллєв Д.О. ЗНАЧЕННЯ ВЛАСНОГО АВІАПЕРЕВІЗНИКА ДЛЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ: ТЕОРІЯ ТА ПРИКЛАДИ	70
Ісаншина Г.Ю. ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	72
Ішков Д.Р. ВПЛИВ СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ	76
Калинюк В.Є. ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СТРУКТУРИ НЕОТЕХНОЛОГІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	78

Карнаух А.С. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В ГЛОБАЛІЗОВАНІЙ ЕКОНОМІЦІ	82
Коваленко С.В. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ	85
Ковальчук А.М. АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ ДО КРИТИЧНИХ УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	88
Коритько Т.Ю. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	91
Косенков Д.С. ЗАКОНОМІРНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ НЕОМОДЕРНІЗАЦІЙНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ	95
Кривіцька А.М. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ ПІДПРИЄМСТВ	97
Круглікова М.Р., Сімкова Т.О. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	101
Кузьменко А.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	104
Лазько К.В. ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ	107
Латишева О.В. ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС - ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ПРОЄКТІВ ПІДВИЩЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГІРНИЧО-МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ КРАЇНИ	109
Літнік Д.Ю. СУЧАСНИЙ СТАН ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	112
Ліхота О. FİNTECH ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ	115
Лункіна І.Ю. СТРАТЕГІЯ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДО УМОВ ЗМІННОГО СЕРЕДОВИЩА	117
Малишевський Ю.Р. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ	121
Мальнов Д.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	126
Недуміна А.Д. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ	130
Обидєннова Т.С., Васильєв В.М. КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ОБМЕЖЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ	133
Олексієнко Д.В. ЗАКОНОМІРНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	136
Охріменко А.В. ОГЛЯД СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	138
Павленко А.С. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА ВНУТРІШНІХ ТА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	141
Панасюк М.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ	144
Патлай А.І. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАСШТАБУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	146
Патlachук О.В. МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТ: СВІТОВИЙ ДОСВІД	148
Патlachук Т.В. ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ	151
Підгора Є.О., Веліков М.Х. УПРАВЛІНСЬКИЙ ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	154
Пілецька С.Т., Петровська С.В. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	157

Погрібна В.О. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ	162
Полюхович С.С., Сіра А.О. ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	164
Попова Л.В. СТРАХОВИЙ ЗАХИСТ ЕКОНОМІЧНИХ ВТРАТ ВНАСЛІДОК ЗМІНИ КЛІМАТУ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	166
Порхачов М.О. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ	169
Прохорова В.В., Чухрай В.З. ЕКОНОМІКА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ	171
Проценко В.М., Петров І.С., Подолякін С.М. СТРАТЕГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	175
Савченко Я.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ	179
Самітов Р.О. ЗНАЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	181
Сафонік Н.П. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ СЕРЕДОВИЩА	183
Сідак Є.А. СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКІВ	186
Сімаков К.І. MASTER: БУХГАЛТЕРІЯ – АВТОМАТИЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	189
Сімакова О.К. ПЕРЕДУМОВИ КОМПЛЕКСНОГО ОНОВЛЕННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ТА ДЕРЖАВНИХ ГАРАНТІЙ	191
Сімков С.В. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	194
Сімкова Т.О., Белий М.В. ВИЗНАЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	196
Снарова Н.В. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	198
Соколова З.С. ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В АФРИЦІ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	201
Солодков Д.Є. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ: СПЕЦИФІКА РОЗПОДІЛУ РОЛЕЙ В РОБОТІ З BIG DATA НА ОСНОВІ МАТРИЦІ RACI	204
Стешкін С.В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0	207
Столяр А.А. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ РОЗВИТКУ В УМОВАХ НЕОМОДЕРНІЗАЦІЇ	210
Торяник Д.О. ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ДЕФІЦИТУ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	212
Тума С.Г. ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇНИ: КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	215
Ус Ю.В., Терлецький І.О. ОСОБЛИВОСТІ КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	217
Федорчук А.О. НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	220
Ціцілько Н.О. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ	223
Чернищенко А.Г. РИНКОВІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА НА КОНКУРЕНТНИХ РИНКАХ	226

Чобіток В.І., Швець Д.Д. ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ	231
Чобіток В.І., Шепеленко С.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЦЕСУ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ В РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	234
Чобіток І.О. АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ	237
Шинкаренко Ю.О. ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ЕКОНОМІЦІ	239
Шонія Б.Г. ОБґРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МИТНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	242
Шпильова В.О. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	244
Ярмак А.М. ОПТИМІЗАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЯК КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	247
Arefiev S. INNOVATION IN THE CIRCULAR ECONOMY: NEW TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON THE SUSTAINABLE USE OF RESOURCES	250
Artemenko V., Kuzior A. FORMATION AND USE OF THE RESOURCE POTENTIAL OF TRANSPORT ENTERPRISES	254
Baskakov S. ORGANIZATIONAL CULTURE FACTORS INFLUENCING THE EFFECTIVENESS OF ORGANISATIONAL CHANGE	256
Boichuk D. PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL INDUSTRIAL AND COOPERATIVE RELATIONS OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES	259
Dudnieva I., Artemyev A. ADAPTATION OF ENTERPRISES TO THREATS TO ECONOMIC SECURITY IN WARTIME UNCERTAINTY	262
Kostadinova K., Dimitrov D. COMPETITION IN ENTERPRISE DEVELOPMENT	264
Kravchuk N., Yashchuk M. HOW THE INTEGRATION OF AUTOMATION AND TRANSPARENCY IS RESHAPING THE MODERN LOGISTICS	266
Liskov I. MARKETING MANAGEMENT IN COMPETITIVE CONDITIONS	269
Listrovy R., Kwilinski A. THE PLACE OF INVESTMENT ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE IN ITS DEVELOPMENT	272
Momot D. PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE OF ENTERPRISE STAFF	274
Osinakachi Akuma Kalu. TOWARDS A HEALTH ECONOMICS POLICY FRAMEWORK: ADDRESSING THE ECONOMIC CONSEQUENCES OF BIOLOGICAL AGING AND ITS ASSOCIATED CONDITIONS	276
Perera N., Wozniak L. METHODS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE PRODUCTS	281
Reznik V. V., Bugayko D. O. RISKS OF MULTIMODAL TRANSPORTATION UNDER THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW	283
Soboliev T. FUNCTIONS OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF AN ENTERPRISE IN CRISIS CONDITIONS	288
Spazhuk E. TOOLS OF DYNAMIC MANAGEMENT OF ECONOMIC PROCESSES	290
Sydorenko K.V. STRATEGIC DEVELOPMENT OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES IN CRISIS CONDITIONS	292

**Кафедра економіки повітряного транспорту запрошує на навчання за
освітньо-професійною програмою:**

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА
Освітні ступені: бакалавр / магістр

Універсальна економічна спеціальність, що має практичну спрямованість і дозволить вільно орієнтуватися у сфері економіки та підприємництва або створити власний бізнес. *Ви отримаєте сучасні знання з організації виробництва, управління ефективністю діяльності, проектами, потенціалом і сталим розвитком підприємства, комерціалізацією інновацій, бізнес-діагностики, стратегічного планування і прогнозування через моделювання бізнес-процесів, управління конкурентоспроможністю, активами і вартістю, витратами підприємства, забезпечення економічної безпеки компаній.*

Випускники програми «Економіка підприємства» можуть працювати у структурах підприємств, пов'язаних з виробничою, комерційною, фінансовою, інноваційною, інвестиційною, збутовою діяльністю, державних організаціях, авіабудівних і авіаремонтних підприємствах, авіакомпаніях та їх іноземних представництвах, аеропортах, науково-дослідних організаціях, вищих навчальних закладах. Випускники отримують комплекс знань з основ організації і ведення бізнесу, управління його виробничою, комерційною, збутовою, фінансовою, інвестиційною діяльністю, що допоможе започаткувати власний бізнес.

З питань вступу звертатися на кафедру економіки повітряного транспорту!

КОНТАКТИ КАФЕДРИ:

**Україна, 03058, м. Київ,
пр-т Любомира Гузара, 1
корпус 2, каб. 408, 413а, 415, 417**

Телефон кафедри: +38 (044) 406-79-75, 406-74-50

E-mail: nau.kept@gmail.com

Сайт: <http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-ekonomiki-povitryanogo-transportu>

XV Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами»,
11-12 квітня 2024 року, Київ, НАУ
ДЛЯ НОТАТОК