

зовнішні ринки, збільшення частки на ринку, залучення кредитних ресурсів та інвестицій для модернізації підприємства;

– формування маркетингової стратегії досягнення цілей підприємства шляхом сегментації ринку; формування цільових ринків; позиціонування товару на ринку; проведення маркетингового порівняльного аналізу з провідними конкурентними компаніями; виявлення на основі SWOT-аналізу слабких сторін та конкурентних переваг підприємства на ринку;

– аналіз і контроль процесу стратегічного маркетингу [1].

Отже, маркетингове управління підприємством як ключовий інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства орієнтоване на постійний асортиментний аналіз виробничої програми підприємства, збільшення обсягу реалізації продукції, постійний моніторинг запитів і потреб споживачів, отримання додаткового прибутку, забезпечення рентабельності підприємства та, врешті, підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ларіна Я.С. Маркетинг: навчальний посібник [Електронний ресурс] / С.І. Чеботар, Т.В. Арестенко, В.В. Арестенко – Суми: ТД «Папірус», 2014. – 263 с. – Режим доступу : <http://mmlib.net/knigi/marketing/kniga-9/3152/>

Бардадим С.А.

студентка

Київського національного університету технологій та дизайну

Невмержицька С.М.

доцент кафедри менеджменту

Київського національного університету технологій та дизайну

м. Київ, Україна

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасні реалії функціонування бізнесу спонукають компанії до переходу на принципово новий рівень менеджменту та організації бізнесових процесів. Нині, в умовах загострення конкурентної боротьби, традиційні методи господарювання уже не можуть гарантувати успішного розвитку підприємствам, а часом не спроможні забезпечити їх діяльність навіть на вже досягнутому рівні. Це зумовлює необхідність підприємствам наслідувати світові тенденції здійснення бізнесової діяльності для збереження свого конкурентного статусу. Адже однією з

найважливіших проблем для українських підприємств на сучасному етапі є виживання й забезпечення подальшого розвитку. В основі її ефективного вирішення лежить формування й реалізація підприємствами своїх конкурентних переваг [1; 3].

Сучасне суспільство перебуває на межі великих перетворень та глибинних трансформаційних процесів у цифровій сфері. Активний розвиток цифрових та інформаційних технологій сформував якісно новий ринок – ринок інформаційних послуг, який об'єднує великий сегмент споживачів. Приватні особи, службовці, представники бізнесу, що діють на цьому ринку, націлені на оптимізацію бізнес-процесів, підвищення продуктивності компаній, поліпшення досвіду ринкової взаємодії на основі постійного використання великих обсягів релевантної інформації. В умовах нової цифрової економіки відбувається зміна запитів та форм споживання. За оцінками провідних спеціалістів, понад 60% світових корпорацій уже розробляють власну стратегію digital-трансформації, що спрямована на одночасне врахування технологічних змін та особливостей ринкового споживання [2]. Головною особливістю діджиталізації є створення умов для більш комфортної та оперативної взаємодії бізнесу та споживачів.

У сучасній науковій літературі діджиталізацією прийнято називати оцифрування інформації. Вона дозволяє швидко опрацювати великий масив інформації за короткий термін часу, що суттєво спрощує і прискорює роботу тієї чи іншої галузі економіки, зокрема, міжнародні торговельні відносини [3].

Питання впливу процесу діджиталізації та цифрових технологій на бізнес-процеси та бізнес-моделі загалом розглядаються багатьма вченими. Різні аспекти цієї проблеми досліджені відомими економістами-практиками та науковцями, серед яких вагомий внесок зробили Марк де Ревер, А. Остервальдер [6], М. Рахингер [6], В. Ворабер, К. Лінц, Г. Мюллер-Стівенс [4], А. Цімерман [4] тощо.

У зв'язку із важливістю, зокрема, професійної підготовки кадрів, сьогодні окрема увага приділяється HR-діджиталізації процесів управління персоналом підприємств. Адже управління людськими ресурсами є найдинамічнішою підсистемою підприємства, і якісне переосмислення методів і технологій управління персоналом тягне за собою значний вплив на результат компанії загалом, що підтверджує особливу важливість вивчення впливу діджиталізації на дану управлінську сферу.

Автоматизація HR процесів знаходиться сьогодні на активній стадії свого розвитку. Однак у більшості підприємств автоматизована, як правило, лише функція кадрового обліку та адміністрування персоналу. У той час як за допомогою автоматизації HR процесів компанії можна значно поліпшити якість процесів щодо підбору, адаптації, навчання, розвитку, оцінки персоналу, HR-аналітики тощо [5]. При цьому, одним

із головних завдань є також зниження часового, емоційного, стресового навантаження безпосередньо на самих фахівців з пошуку персоналу. Для цього можна використовувати такі інструменти HR-діджиталізації як, наприклад, система управління кандидатами Applicant Tracking System (ATS) та система управління навчанням LMS Learning Management System (E-learning). Отже формування й розвиток digital-стратегії, інтегрованої з бізнес і HR-стратегіями стає необхідною умовою забезпечення сталого конкурентного становища компанії на ринку завдяки її трансформації в технологічну, digital-орієнтовану систему.

В Україні діджиталізація HR-процесів є предметом професійного, ділового та комерційного інтересу менеджменту підприємств, але варто зазначити недостатність висвітлення цієї проблематики у вітчизняній науковій літературі, що зумовлює необхідність подальших досліджень.

Зокрема, завдяки діджиталізації:

– Паперові тяганини стає значно менше. Завдяки спільній цифровій платформі співробітники (зокрема потенційні) можуть оновлювати інформацію про себе в режимі реального часу. Ця ж інформація доступна менеджерам, які завжди можуть отримати до неї доступ, просто торкнувшись смартфона.

– Інформація аналізується швидко та автоматично, і результат доступний усім залученим у процесі особам.

– Робочі процеси стають прозорішими й зрозумілішими. Співробітники можуть відстежувати свої успіхи та підходити до побудови своєї кар'єри стратегічно.

Перш за все, діджиталізація повинна підвищувати ефективність і відкритість бізнес-процесів компанії. Вона збільшує швидкість обробки інформації та дозволяє отримувати більш глибоку, масштабну і якісну аналітику. Це відкриває простий доступ до безлічі важливих для бізнесу показників і тим самим допомагає керівникам компаній приймати більш зважені стратегічні рішення в більш стислі терміни. По-друге, повинна змінювати бізнес-процеси компанії в сторону зміни переваг внутрішніх і зовнішніх замовників, впливати на створення нових бізнес-процесів.

Завдяки діджиталізації, процес постановки завдань і оцінки якості їх виконання стає автоматизованим, прозорим, централізованим, ефективним і головне – його результатом стає накопичення структурованої інформації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 41–42.
2. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2(24). С. 4–12.

3. Легомінова С.В., Гусєва О.Ю. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* № 1 (23). 2018. С. 20–25.
4. Мюллер-Стивенс Г., Циммерман А., Линц К. *Радикальное изменение бизнес-модели: Адаптация и выживание в конкурентной среде; пер. з англ.* Москва : Альпина Паблішер, 2019. 311 с.
5. Невмержицька С.М., Петрусенко О.О. Проблеми оцінки ефективності системи управління персоналом. *Формування ринкових відносин в Україні : збірник наукових праць Науково-дослідного економічного інституту* / [наук. ред. І. Г. Манцуrow]. 2014. № 3 (154). С. 185-188.
6. Michael Rachinger, Romana Rauter, Christiana Müller, Wolfgang Vorraber, Eva Schirgi. Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management.* 2018. Vol. 20. № 7. P. 95–124. DOI : 10.1108/JMTM-01-2018-0020.

Беглов О.В.

аспірант

Національної академії статистики, обліку та аудиту

Науковий керівник: Пантелєєв В.П.

доктор економічних наук, професор,

Національна академія статистики, обліку та аудиту

м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ ТА МЕТОДИ

Актуальність управління фінансовими ризиками зумовлена головною метою управління підприємством, зокрема: вартість підприємства та його платоспроможність, конкурентоспроможність, створення фінансової стійкості підприємницького розвитку, недоотримання прибутку та зниження можливих фінансових втрат.

Дослідники часто під поняттям «управління фінансовими ризиками підприємства» беруть на увагу запропонований І. Бланком варіант. В сутність цього терміну він поміщає, систему принципів та методів розробки й реалізації ризикових рішень, які показують багатогранну оцінку різних фінансових ризиків та нейтралізацію можливих негативних наслідків [1, с. 43].

Можна стверджувати, що для підприємства управління фінансовими ризиками займає важливу роль. Під час роботи підприємства ризик є фактором його діяльності, який впливає на фінансовий стан, стійкість, платоспроможність та конкурентоспроможність.

Заходи з управління фінансових ризиків формують систему ризик-менеджменту, в основі якого покладено цілеспрямований вплив на