

Важливим джерелом інформації про фінансово-господарського аналізу діяльності підприємства є внутрішня звітність та аналіз взаємодії із зовнішнім середовищем установи, що надає можливість прийняття власних обґрунтованих керівних рішень топ-менеджерів, кредитних установ при залученні кредитних ресурсів. Дані внутрішнього аналізу базуються на оперативному, бухгалтерського обліку і внутрішній звітності, також впливає система організації і реалізація системи визначення собівартості. Для визначення «вузької» мети аналізу використовуються показники з урахуванням виду продукції/послуг, методики праці, галузевої специфіки об'єктів оцінки та діагностики фінансово-господарського аналізу діяльності підприємства, загалом раціональна до використання комплексна оцінка з багатокомпонентними показниками. Ефективність господарчої діяльності визначається ключовими для даної галузі показниками результативності у межах комплексного аналізу. При цьому можна визначити і загальноприйняті риси для підприємств всіх сфер виробництва. Основні види виготовленої продукції, поточне виробництво та заплановане, запланований та бажаний обсяг виробництва дає підприємству інформацію про використання основного та допоміжного виробництва. Виявляються рівні завантаження виробничих потужностей, а також об'єкти невиробничої сфери, витрати на їх утримання. З наведеної інформації є чітка схема підрозділів, їх організація та взаємодія, виявити або доповнити схему структури керування підприємством, чисельність виробничого персоналу, їх фонди оплати праці, середню заробітну плату виробничого та керівного персоналу підприємства.

Частиною даного аналізу має стати аналіз географічного розташування виробництва, екологічний стан середовища, кліматичні умови, особливості законодавства у регіоні господарювання, наявність складських приміщень та рівень їх оснащення.

Все вищезгадане допомагає виявити найбільш ефективні тактичні та стратегічні рішення керівного персоналу короткостроковій та довгостроковій перспективі.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТУ

Сторожилів Г. М.

Київський коледж будівництва, архітектури та дизайну

Сторожилів П. М.

Київський коледж комп'ютерних технологій та економіки НАУ

Науковий керівник: Сторожилова У. Л., к.е.н., доцент,

Український державний університет залізничного транспорту

Конкурентоспроможні підприємства нового покоління активно завойовують нові ринки, збільшують кількість своїх споживачів власною досконалістю створюючи перспективні мега екосистеми.

Транскордонне та міжрегіональне співробітництво дозволяє сучасним підприємствам нового покоління бути глобальними і локальними одночасно з подальшим розвитком ділового адміністрування та системи менеджменту.

Сьогодні приблизно 200 країн у світовому конкурентному бізнес середовищі змагаються за різними показниками успішності та привабливості свого існування та пошуку інвестицій та впровадження сучасних інновацій нового покоління.

Сучасний стан конкурентоспроможності підприємств та бізнес процесів України існує:

- в ритмі неймовірно прискорившихся темпів глобалізаційних трансформаційних змін світу;
- в масштабі інтенсивних інвестиційно-інноваційних процесів, в цифровому просторі;
- де все більше країн надає курс свого розвитку на цифровий;
- де частка традиційної економіки та бізнесу зменшується, а цифрової – збільшується.

Розширення можливостей ІТ-технологій, стрімкий розвиток інтернету, пріоритет в отриманні інвестицій для максимального розвитку та стійкої конкурентоспроможності, перебудова існуючих підприємств в сучасні підприємства нового покоління, вимагають від підприємств України:

- комплексного підходу гнучкості;
- пошуку нових сучасних інноваційних рішень співпраці та об'єднання;
- фундаментальних знань;
- вміння концентруватися;
- вміння визначати пріоритети;
- мати випереджаюче мислення;
- гнучко і вчасно реагувати;
- використовувати великий практичний досвід;
- приймати збалансовані рішення;
- перехід від старих схем роботи до нових;
- інноваційна трансформація;
- впровадження концепції комплексного стратегічного підходу та співпраці;
- орієнтованість на забезпечення оптимізації бездоганного інвестіміджа;
- цілеспрямована робота;
- постійний пошук нових форм співпраці та налагодження відносин зі світом, через оптимізація інвестіміджа;
- створення сучасних підприємств нового покоління.

Нові форми співпраці у вигляді інформаційно-комунікаційних технологій міжнародного бізнесу та їх модифікація мають вплив на формування економічних відносин, появу нових сучасних форми міжнародного бізнесу, нових відносин, нових конкурентних та бізнес-стратегій.

Модернізація підприємств України в сучасні інноваційні повинена включати проекти швидкої адаптації на нові сучасні тенденції, які відбуваються в світі через інформаційні системи та співпрацю.

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ З УРАХУВАННЯМ ДУМОК КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Тихонюк Д.А.

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

Оцінювання якості пасажирських перевезень на підприємствах автомобільного транспорту є однією з функцій системи управління. Ця оцінка є основою для створення необхідних управлінських рішень:

- мотивація виконавців на підвищення рівня якості пасажирських перевезень;
- розробка цільових програм і планів діяльності підприємств автомобільного транспорту;
- удосконалення організації процесу пасажирських перевезень;
- розробка заходів щодо підвищення якості пасажирських перевезень;
- вибір підприємством партнерів для організації діяльності;
- своєчасне прийняття рішень про оптимальні зміни асортименту послуг,
- кількості видів обслуговування і т. п.

У загальному вигляді оцінювання рівня якості – це сукупність операцій, що включає вибір номенклатури показників якості продукції, що оцінюється, визначення значень цих показників і порівняння їх з базовими [1].

Тому визначальною основою для оцінювання якості перевезення пасажирів на підприємстві є обґрунтування методу оцінювання.

Основним принципом роботи підприємств в сучасних умовах є клієнтоорієнтованість (або орієнтація на клієнта – стратегія ведення бізнесу підприємства, у відповідності з якою воно робить дії спрямовані на задоволення потреб споживачів, з метою перетворити його в лояльного клієнта). В умовах конкуренції, що загострюється, на транспортному ринку орієнтація на максимально повне виявлення та задоволення вимог споживачів транспортних послуг є запорукою ефективного довгострокового розвитку і забезпечення конкурентоспроможності в усіх сегментах ринку пасажирських перевезень.

Все це зумовлює завдання щодо оцінювання рівня якості перевезення пасажирів на підприємствах автомобільного транспорту, який би враховував оцінку якості перевезень як з боку підприємства, так і з позиції всіх зацікавлених осіб.

Таким чином, оцінку якості пасажирських перевезень автором пропонується проводити з урахуванням думок ключових стейкхолдерів. Стейкхолдерів можна класифікувати на внутрішніх і зовнішніх. До внутрішніх