

## Література:

1. Волонтерський рух допомоги українським військовикам (2014 – дотепер), 2014. URL: <https://wiko.wiki/uk/> (Дата звернення 10 Липень 2022).

## **ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИЧНО ОБГРУНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПОДОЛАННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ РИЗИКІВ І ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ КОМПАНІЇ**

*Червякова В.В., канд. екон. наук, доцент  
Національний транспортний університет*

Протягом 2021-2022 років споживча інфляція прискорила у більшості країн з розвинутою економікою і країн, що розвиваються. Інвестори, економісти та державні установи очікують, що інфляція поступово зменшиться, вважаючи, що прискорення інфляції пов'язане з пандемією – заходами, вжитими для стримування поширення вірусу, та економічними та фіскальними заходами, вжитими для пом'якшення наслідків обмежень. Російське вторгнення в Україну додатково посилює інфляційну динаміку у світі.

Для багатьох компаній середовище з високою інфляцією є нестабільним і небезпечним для роботи. Реагування на інфляцію має ретельно враховувати її вплив на бізнес-модель компанії та часовий лаг від прийняття рішення до отримання результатів.

Аналітику можна використовувати для покращення процесу прийняття рішень в умовах високої інфляції, причому рівень складності аналітики визначається вимогами бізнесу. У секторах, де підприємства є вузькоспеціалізованими, а маржа низька (наприклад, у сфері споживчих товарів), аналітика повинна бути точнішою, щоб допомогти отримати детальне розуміння ризиків. З іншого боку, високорентабельні підприємства (наприклад, у сфері розробки програмного забезпечення або предметів розкоші) можуть скористатися більш концептуальним підходом.

Оскільки компанії піддаються різним типам інфляції, аналітику можна використовувати для встановлення рівнів впливу чистої, відносної цінової та ідіосинкратичної інфляції. Чиста інфляція означає рівнопропорційний рух цін угору; відносна інфляція цін стосується непропорційно більшого зростання цін на деякі товари та послуги порівняно з іншими; ідіосинкратична інфляція стосується підвищення цін у результаті потрясінь, що впливають на певні регіони, галузі, ринки та продукти [1]. Профілі їх впливу створюють основу для адаптації пом'якшувальних дій для управління бізнесом в умовах інфляції. Для розмежування інфляції економісти використовують двоетапний метод, наприклад, спочатку відокремлюючи ризики ідіосинкратичної інфляції, а потім відокремлюючи чисту інфляцію від того, що залишається (оцінюючи частку цін, які змінюються рівнопропорційно).

Залежно від декомпозиції інфляції компанії можуть використовувати аналітику для оцінки та визначення пріоритетності різних факторів ризику

інфляції. Тоді стратегії можна вибирати відповідно до їхньої ефективності в усуненні факторів, які призводять до найбільшого ризику компанії. Серед іншого потенційні стратегії включають хеджування для зменшення волатильності цін, вертикальну інтеграцію вгору по ланцюжку створення вартості та наскрізне ціноутворення.

Компанії вже давно використовують стратегії хеджування, щоб пом'якшити ризик коливання цін у своєму бізнесі та керувати ним. Варіант хеджування вимагатиме сильних аналітичних можливостей, включаючи прогнозування та оптимізацію. Це часто може зменшити ризики коливання цін на сировину, які здебільшого пов'язані з відносними змінами цін. Небезпека полягає в тому, що організації можуть зосередитись на вищих цінах або завищених вимогах щодо маржинальності. Тому зовнішні сигнали раннього попередження повинні бути на контролі та періодично оновлюватися.

Динамічні важелі ціноутворення є альтернативою важелям зниження витрат. Компанії можуть реагувати на збільшення витрат на виробництво та нестабільність цін шляхом прийняття стратегії динамічного ціноутворення, встановлюючи правильну ціну, оптимізуючи знижки та кешбек та керуючи рівнем маржі. Цей варіант потребує потужних аналітичних здібностей, включаючи складну сегментацію ринку та оцінку наслідків зміни ціни.

Динамічна реакція ціноутворення на зростання витрат і волатильність є стратегією, актуальною для чистої інфляції. Однак може бути компонентом оптимальної відповіді на всі типи інфляції. Наприклад, компанія може впоратися з дрібним підвищенням цін на тисячі продуктів за допомогою аналізу моделей поведінки споживачів і в результаті майже не отримати скарг. І навпаки, компанія, яка не підготується належним чином до зміни цін, може зазнати значних втрат частки ринку.

Реалізація стратегій для покращення позиції компанії може відбуватися за такою послідовністю:

1. Аналітично або якісно здійснити декомпозицію інфляції та оцінити структуру ризику і ступінь вразливості компанії до відповідних типів інфляції.

2. Скласти стратегію пом'якшення інфляції: використовуючи міжфункціональний підхід, вибрати важелі, які будуть застосовані відповідно до позиції компанії.

3. Аналітично перевірити потенційні важелі впливу на основі сценаріїв, включаючи зміну попиту, цін на товари, цін на енергоносії, процентні ставки та затримки поставок. Для аналізу «ризик-винагорода» слід оцінити важелі за допомогою фінансових і нефінансових показників (таких як EBITDA та рівень волатильності відповідно); потім визначити пріоритетну стратегію і оптимізувати прийняття рішень в умовах невизначеності.

4. Під час тестування стратегій щодо критичних сценаріїв (таких як концентрація ланцюга поставок або вплив курсу іноземної валюти), важливо пов'язати дії із сигналами раннього попередження (такими як поріг підвищення ціни).

5. Оцінити вигоди та вартість заходів за різними сценаріями.

Література:

1. Hie Joo Ahn and Matteo Luciani, “Relative prices and pure inflation since the mid-1990s”, Finance and Economics Discussion Series (FEDS), US Federal Reserve, October 2021.
2. Renzo Comolli, Arvind Govindarajan, Chetan Venkatesh, and Yushan Zhang, “Using analytics to address inflation risks and strengthen competitive positioning”, McKinsey & Company, August 2022.

**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИХ  
ПАРАМЕТРІВ ПОКРІВЛІ З ПВХ МЕМБРАНИ ТА РУБЕРОЇДУ  
ДЛЯ БАГАТОПОВЕРХОВОЇ ЖИТЛОВОЇ БУДІВЛІ  
З ОФІСНИМИ ПРИМІЩЕННЯМИ**

*Юрченко О.В., к.е.н., доц.*

*Кербут В., магістрант ПЦБ*

*Сумський національний аграрний університет*

*Деділова Т.В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Динаміка довоєнного розвитку будівельної галузі України й необхідність швидкого виконання будівельно-монтажних робіт під час війни та подальшому у поствоєнній розбудові держави зумовлює пошук нових підходів до вирішення проблеми використання покрівельного матеріалу, який би відповідав сучасним вимогам чинної нормативної документації в будівництві, а також сучасним військово-економічним реаліям. Зараз в нашій країні існує гостра потреба у застосуванні нових будівельних матеріалів і виробів, що відповідають вимогам будівельних норм, є високотехнологічними у виробництві і відповідають умовам економічної доцільності.

Саме таким умовам сьогодення відповідає будівельний матеріал, що використовується під ПВХ мембрани, які є довговічними, легкими в монтажі та мають гарні експлуатаційні характеристики.

Для обґрунтування доцільності застосування такого матеріалу як ПВХ мембрани необхідно, перш за все, провести порівняльний аналіз його техніко-економічних характеристик з аналогічними характеристиками покриттів з руберойду. Отже, за мету встановимо дослідження властивостей означених двох матеріалів на основі їх співставлення за довговічністю та іншими властивостями. Реалізація мети потребує вирішення таких завдань, як складання таблиці порівнянь властивостей характеристик матеріалів та визначення матеріалу покриття, який буде рекомендований до застосування у проєкті 22-поверхової житлової будівлі з офісними приміщеннями у м. Харкові. За метод дослідження було обрано порівняльний метод та метод узагальнення.

Результатом дослідження є встановлення факту перевершення ПВХ мембрани за своїми технологічними властивостями над іншими будівельними матеріалами, в т.ч. аналогічної групи.