

управління брендом та увага до сприйняття бренду споживачами допомагають підтримувати конкурентоспроможність та забезпечувати успішну взаємодію з ринком.

Література

1. Титикало В. С., Невмержицька С. М. Оцінка ефективності бренд-менеджменту компанії. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: Матеріали III Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених* (17 листопада 2022 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2022. Т. 2. С. 200-204. – URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/22838/1/Innovatyka2022_V2_P200-204.pdf
2. Pidhurska V. (2021). Бренд-менеджмент: визначення сутності та місця в системі пов'язаних категорій. *Business Inform.* № 7. Р. 242-247. DOI: 10.32983/2222-4459-2021-7-242-247.

УДК 658.3

Бондаренко Б.О., здобувач освіти,
Невмержицька С.М., науковий керівник, к.т.н., доц.
Київський національний університет
технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Господарюючі суб'єкти задля забезпечення фінансової стійкості потребують системного управління фінансовими ризиками. Зважаючи на постійні коливання макроекономічної ситуації, стан ринків виникають постійні загрози фінансовій стійкості підприємства. Питання моніторингу джерел фінансових ризиків, розроблення заходів щодо їх мінімізації залишаються актуальними та навіть потребують більш детального вивчення з урахуванням викликів воєнного часу, за якого українські підприємства змушені вирішувати завдання простого виживання.

Питання управління фінансовими ризиками в контексті досягнення сталого розвитку, а також з позицій визначення ефективних методів впливу досліджено в працях [1-3].

Метою даного дослідження є дослідження підходів до управління фінансовими ризиками та основних методів їх мінімізації у сучасних умовах.

Фінансові ризики – це будь-які коливання грошових потоків, фінансових результатів, вартості компанії в результаті впливу різних чинників, переважно ринкових та тих, які мають фінансову природу (відсоткові ставки, курси валют, ціни. Іншими словами це ризики, які пов'язані зі змінами фінансового стану компанії.

У теорії найчастіше розглядається дві концепції визначення ризику:

перша – описує ризик як загрозу потенційної втрати; друга – нейтральна концепція, яка розглядає ризик не лише як загрозу, а й як можливість. Відповідно визначення ризику залежить від підходу до його ідентифікації, що значною мірою визначає зміст управління ризиками. Менеджери відповідно до зазначених підходів мають на меті у першому випадку мінімізацію потенційних збитків, а в другому випадку – будуть намагатись через реагування на ризики поліпшити ситуацію на підприємстві.

В процесі управління фінансовими ризиками слід брати до уваги і зовнішнє фінансове середовище, і внутрішні процеси. Об'єктом моніторингу є ризики структури капіталу, ризики неплатоспроможності та ризики ліквідності. Завдання управління фінансовими ризиками відповідно переносяться на питання розподілу ресурсів, пріоритети використання фінансів з тим щоб досягати цільових показників, запобігати втратам і збиткам.

Процес управління ризиками має включати попередню підготовку щодо моніторингу, вибір методів та інструментів управління ризиків. Відповідно до процесного підходу управління ризиками на практиці передбачає: моніторинг джерел ризиків; ідентифікацію ризиків; кількісну оцінку ризиків, контроль ризику та звітування про розвиток ризиків.

Процес управління ризиками окрім загальної методології має особливості, які зумовлені безпосередньо характеристиками самої організації, кваліфікацією менеджерів [4].

Впродовж останніх років для багатьох підприємств стали актуальними фінансові ризики, спричинені екологічними проблемами [5]. Природні ризики перетворюються на фінансові ризики. Захист навколишнього середовища, сплата екологічних податків, впровадження ресурсозберігаючих технологій – ці та інші заходи вимагають збільшення витрат на їх реалізацію, а отже впливають на фінансові результати в напрямку зменшення.

В останні роки через пандемію та необхідність додаткових витрат на заходи безпеки, а в окремих випадках і на зміну умов праці, на підприємствах зросли фінансові витрати, що негативно вплинуло на фінансовий стан.

Під час війни виникла ціла низка джерел фінансових ризиків, зокрема за рахунок порушення логістичних потоків, змін у використанні робочої сили через воєнний час, нестабільності цін та загалом ситуації на ринках багатьох видів продукції. Ще більш масштабними є фінансові ризики через небезпеку знищення майна чи втрати робочої сили.

Таким чином, виклики сьогодення є джерелом фінансових ризиків, з якими по-перше, підприємства раніше не зустрічались, а по-друге, в багатьох випадках не мають досвіду та ресурсів для їх мінімізації. Відповідно управління ризиками на багатьох українських підприємствах має розглядатись в загальній системі управління збереженням та виживанням.

Література

1. Орлик О.В. Фінансові ризики в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Інноваційна економіка. 2016. №5-6, С. 218-223.
2. Томашук І.В., Томашук І.О. Управління фінансовими ризиками підприємства як складова забезпечення сталого функціонування суб'єкта економіки. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1400>
3. Blach J. Financial Risk Identification based on the Balance Sheet Information. Conference: V International Conference Managing and Modelling of Financial Risks, 2010 At: VŠB-TU Ostrava Volume: Managing and Modelling of Financial Risks
4. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9. URL: https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf
5. Kasych A., Suler P., Rowland Z. Corporate Environmental Responsibility Through the Prism of Strategic Management. Sustainability. 2020, 12 (22). URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/22/9589>.

УДК 658.3

Баннікова Д.С., здобувач освіти
Бугас Н.В., науковий керівник, к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну

ЛІДЕРСЬКІ КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Для досягнення компаніями успіху та стійкого розвитку менеджери повинні бути не лише лідерами за ідеями та поведінкою, а й ефективними і переконливими комунікаторами. Лідером є той, хто бере на себе відповідальність за діяльність команди, однак для спрямування діяльності працівників на необхідні цілі взаємодіє з ними та мотивує. Лідерство вимагає усвідомлення того факту, що це процес взаємодії з командою в результаті якої має відбуватись заохочення чи команди, чи окремої людини на досягнення цілей організації. Відповідно до дослідження [5] 70-80 % свого робочого часу менеджери витрачають на спілкування зі своїми командами, а також з партнерами тощо. Ефективніше взаємодіючи з командою та колегами керівник може збільшити свій потенціал та матиме змогу виконувати ті завдання, які стоять перед ним як керівником. Від вміння лідера відповідно взаємодіяти з командою значною мірою залежать результати діяльності організації. Саме тому, питання удосконалення методів лідерських комунікацій є важливими для і для професійного менеджера, і для