

інтелектуальної власності : збірник наукових праць. - 2018. - Вип. 15. - С. 6-35. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/15673> (дата звернення: 31.03.2023).

2. Правове регулювання інтелектуальної власності в Україні. Міністерство Юстиції України. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_4487 (дата звернення: 31.03.2023).

3. Класифікатор управлінської документації НК 010:2021. Національний класифікатор України. URL: <https://undiasd.archives.gov.ua/doc/klasifikator.pdf> (дата звернення: 31.03.2023).

Гордієнко О. М., студентка,
Науковий керівник: к.е.н. Сафонік Н.П.
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ПРЕВЕНТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ПІДґРУНТЯ ПОПЕРЕДЖЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

В сучасних умовах трансформаційних перетворень актуалізуються питання щодо своєчасного реагування на вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища з метою реагування на зміни та забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Це в свою чергу зумовлює необхідність застосування принципів превентивного управління як необхідної передумови попередження виникнення кризових явищ, особливо в контексті відбудови України.

Превентивне управління – це вид управління, спрямований на доцільне виявлення ранніх ознак настання кризових явищ для запобігання негативним процесам у функціонуванні підприємства з метою підвищити ймовірність збереження стійкого розвитку. Під превентивним управлінням можна розглядати управління, яке «передбачає формування систем заходів, що націлені на запобігання, недопущення чи усунення виникнення несприятливих явищ, що здійснюють негативний вплив на діяльність підприємства шляхом використання можливостей управлінського потенціалу» [1, с. 126] та «характеризується гнучкістю і мобільністю, а застосування відповідних інструментів і методів впливає на підвищення ефективності функціонування суб'єктів управління шляхом постійного моніторингу та забезпечення запобігання виникненню кризових ситуацій» [2, с. 45].

У разі запровадження антикризових заходів виникає необхідність зміни підходів до розробки та реалізації загальної стратегії розвитку та стилю управління. Це в свою чергу обґрунтовує необхідність використання інструментів

превентивного управління, яке ґрунтується на стратегії захисту для якої забезпечення фінансової стійкості виступає базисом в контексті прийняття управлінських рішень.

Поряд з тим, у процесі здійснення превентивного управління посилюється контроль за процесами у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Основними сферами внутрішнього контролю мають бути рівень заборгованості, обсяги витрат, дохідність та рівень мобільності активів. У зовнішньому середовищі – це постійний контроль цін на основні види вироблюваної продукції, обсягів продажів та їх зміни, рівня ділової активності на ринку, тенденцій, що супроводжують функціонування кредитного ринку, зокрема зміни відсоткових ставок. В даному контексті виділяють ключові напрями механізму забезпечення превентивного управління (рис. 1).

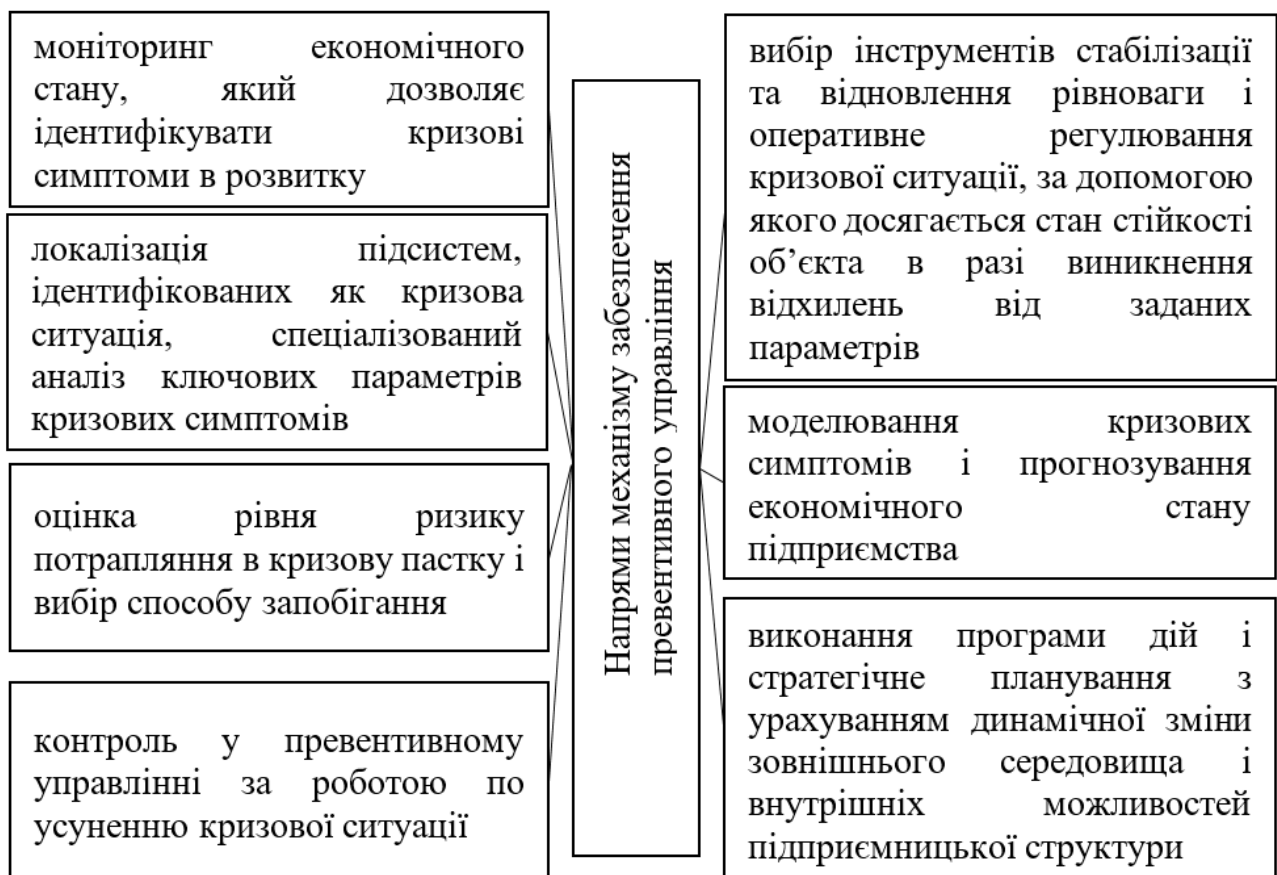


Рис. 1. Ключові напрями механізму забезпечення превентивного управління як підґрунтя попередження кризових явищ

Джерело: складено автором.

Реалізація превентивного управління на підприємстві повинна відбуватись завдяки використанню комплексу заходів за ключовими напрямками діяльності (рис. 2).



Рис. 2. Характеристика заходів з превентивного управління за ключовими напрямками.

Джерело: адаптовано автором за даними [3, 4].

Превентивне управління є тим інструментом, який дає змогу суб'єктам господарювання ефективно здійснювати діяльність, не зазнаючи перебоїв у процесі діяльності, успішно уникати потенційних загроз з урахуванням динамічності та невизначеності середовища функціонування.

Превентивне управління доцільно запроваджувати до настання кризи, коли у внутрішньому або зовнішньому середовищі лише починають виникати і діяти дестабілізаційні й кризоутворюючі чинники. Воно має спрямовуватися на забезпечення здатності підприємства опиратися негативним змінам і формувати резерви стабілізації на перспективу, ґрунтуватися на стратегії захисту з базовим критерієм прийняття управлінських рішень у вигляді забезпечення фінансової стійкості.

Список використаних джерел:

1. Вовк О. М., Сафонік Н. П., Фрідріх Ю. В. Превентивне забезпечення безпеки і конкурентного статусу авіаційного підприємства. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2021. №3 (75). С. 123-134. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/75.123>

2. Залізнюк В. П., Сафонік Н. П., Кая А. С. Превентивне управління економічною безпекою в умовах ведення міжнародного бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. Випуск 41. С. 42-46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-41-8>

3. Гринько Т. В. Сутність та роль превентивного антикризового управління на промислових підприємствах. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2981>

4. Сафонік Н.П. Превентивне управління як підґрунтя попередження кризових явищ в контексті інноваційного розвитку підприємств. *Theory and practice of modern science: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the III International Scientific and Theoretical Conference (Vol. 1), April 1, 2022. Kraków, Republic of Poland: European Scientific Platform. pp. 19-20.* URL:<https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/view/18852>

Грабар Д. Е., студент,
Науковий керівник: О. В. Криворучко,
ст. викладач кафедри маркетингу
Національний Авіаційний Університет, м. Київ, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Колись Пітер Друкер, "батько" бізнес-консалтингу, зробив дуже глибоку заяву: "Оскільки метою бізнесу є розвиток клієнта, компанія має дві, і тільки дві, основні функції: маркетинг та інновації. Результати досягаються завдяки маркетингу та інноваціям; всі інші види діяльності є витратами. Хороша і відмінна частина фірми - це її маркетинг". Інновації в маркетингу є дуже важливими, оскільки сфера маркетингу постійно розвивається.

Більшість компаній сьогодні покладаються на традиційні маркетингові стратегії, які не завжди є успішними та зазвичай, дуже звичними, тому виробники товарів і послуг шукають нові підходи для залучення клієнтів.

Сучасні маркетингові технології значно розвинулися. Якщо раніше реклама обмежувалася телевізійними роликами та прес-релізами, то сьогодні використовуються найрізноманітніші стратегії, від контекстної реклами до методів привернення уваги покупців за допомогою використання кольору, світла, запаху та навіть звуку в торгових залах. Для того, щоб продавати свої товари та послуги на ринку, деякі виробники почали використовувати нейромаркетинг у своїй діяльності.