

критичних параметрів впливу на кінцеві показники [3]. Основною перевагою такого підходу є формування не однієї, а декількох надійних стратегій, що збільшує варіативність результатів і шляхів до них, тобто, збільшує кількість і різноманіття сценаріїв. На відміну від традиційного підходу, коли йде пошук найкращого рішення і розробка «оптимальної» стратегії, в умовах ринкової і політичної невизначеності, трансформації відносин на національному й міжнародному рівнях, нестабільності валютної політики та інших ризиків, такий підхід дозволяє оптимізувати декілька цілей і таким чином, підстрахувати суб'єкт підприємництва з усіх боків. Проведений аналіз показників діяльності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» за 2022-2024 рр. показав зменшення доходів і від'ємні показники ефективності функціонування у 2024 р. Тому диверсифікація стратегій для даного підприємства, на наш погляд, є логічно обґрунтованим підходом, що підсилюється і ускладнюється умовами цифрової трансформації ринкового середовища. Також аргументом на користь обраного підходу є неможливість визначити для кожного з видів ризику джерела ліквідації чи мінімізації. Отже, для окремої стратегії, навіть оптимальної за більшістю показників, однозначно будуть такі види ризиків, на які не можна впливати хоча б наполовину. Проте формування прийнятної набору стратегічних альтернатив вимагає дослідження допустимих меж ризику або його зони через визначення загального коефіцієнту ризику (зона мінімального, підвищеного, високого та катастрофічного ризику). В умовах цифрової трансформації це буде ускладнювати стратегічне управління суб'єктом підприємництва, але й гарантувати особливий прибутково орієнтований напрям розвитку.

1. Kostyrko, L., Solomatina, T., Kostyrko, R., Zaitseva, L., & Chernodubova, E. (2024). Financial strategy of agricultural enterprises in conditions of uncertainty: methods, assessment, audit. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(58)/ 207–224.

2. Левкіна, Р. В. (2014). Стратегії підвищення ефективності функціонування підприємств овочівництва в ринкових умовах. *Науковий вісник ЛНУВМБ ім. С. З. Гжицького*. Т. 16. № 1(2). С. 32–38.

3. González, X. I., Bert, F., & Podestá, G. (2020). Many objective robust decision-making model for agriculture decisions (MORDMAgro). *International Transactions in Operational Research*, 30(4), 1617-1646. <https://doi.org/10.1111/itor.12898>

Лисенко А. М., кандидат економічних наук, доцент
Акімов С. С., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Баранік А. О., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

Розвиток бізнесу в умовах глобалізації економіки неможливо досліджувати відокремлено від процесів цифрової трансформації, що супроводжуються швидким проникненням інформаційно-телекомунікаційних технологій в усі сфери життя суспільства. Ера діджиталізації значно змінила не лише загальні підходи до ведення бізнесу, а й важливі принципи побудови організаційно-технологічних, виробничих та соціальних процесів, які пов'язані зі зміною технічних систем та з широкоформатним використанням цифрових технологій. При цьому забезпечується мінімізація часу між постановкою завдань та отриманням результатів, максимальна автоматизація ведення бізнесу, використання ІІІ у процесі структуризації виробничих та управлінських завдань.

Водночас необхідно враховувати, що цифрова трансформація не обмежується виключно автоматизацією, вона передбачає інший підхід до формування нових видів послуг та сервісів, до роботи з контрагентами й ведення бізнесу загалом. У рамках цифрової трансформації

науковці Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана виокремили чотири «хвилі» (з 1960 р. і дотепер):

- 1) період цифровізації певних видів діяльності, починаючи з обробки замовлень і сплати рахунків до комп'ютерного проектування та автоматизації процесу планування ресурсів;
- 2) перехід до глобально інтегрованих ланцюжків поставок та інтелектуального виробництва;
- 3) перетворення виробничих та соціальних систем на кіберфізичні системи, перехід від «інформаційної революції» до «інтелектуальної революції»;
- 4) поява роботизації та штучного інтелекту, заміна традиційних підходів у веденні бізнесу (Петрик та ін., 2021).

Важливу роль у забезпеченні належної й об'єктивної оцінки процесів та систем, сформованих у рамках конкретного підприємства, підвищенні їх ефективності та надійності, відповідності встановленим стандартам відіграє внутрішній аудит. Це невід'ємний інструмент стратегічного управління, спрямований на забезпечення прозорості у веденні бізнесу, ідентифікацію потенційних загроз на основі аналізу їхнього впливу на господарську діяльність суб'єктів бізнесу та розробки шляхів зниження ризиків, на здійснення контролю за ефективністю проходження внутрішніх операційних, управлінських, фінансових процесів, виявлення недоліків та пошук шляхів їх усунення, дотримання норм облікової політики підприємства, етичних стандартів, принципів корпоративного управління, на надання рекомендацій керівництву щодо удосконалення процесу управління, організаційної структури підприємства, системи внутрішнього контролю. Відповідно, ключова роль внутрішнього аудиту проявляється:

- в забезпеченні відповідності дотримання норм чинного законодавства, внутрішніх регламентів та нормативів;
- у здійсненні оцінки ризиків середовища;
- в забезпеченні дієвості контролю за ефективністю внутрішніх процесів підприємства;
- у підтримці базових принципів корпоративного управління;
- в наданні керівництву консультативних функцій щодо удосконалення організаційної структури, системи контролю й процесу управління підприємством загалом.

Упровадження та розвиток внутрішнього аудиту на підприємстві, удосконалення системи внутрішнього контролю відіграють дуже важливе значення, адже виявлення ризиків, пошук напрямів їх мінімізації, оптимізація бізнес-процесів з метою підвищення прибутковості підприємства - ключові компоненти забезпечення ефективності управління суб'єктом господарювання.

У процесі проведення аудиту на підприємствах України керуються, передусім, Законом України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» № 2258-VIII, а також міжнародними стандартами аудиту, які являють собою «сукупність професійних стандартів, що встановлюють правила надання аудиторських послуг і розкривають питання етики та контролю якості (управління якістю), які визначені міжнародними стандартами контролю якості (управління якістю), аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг, прийнятими Радою з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості, а також Міжнародним кодексом етики, прийнятим Радою з міжнародних стандартів етики для бухгалтерів, які оприлюднені Міжнародною федерацією бухгалтерів» (Закон України № 2258-VIII, редакція від 20.06.2024 р.).

Досліджуючи особливості проведення аудиту в умовах цифрової трансформації бізнесу доцільно враховувати безпосередні переваги та ризики цифровізації. Серед переваг цифровізації - інноваційний розвиток підприємства, посилення міжнародного співробітництва, раціональне використання часу, доступ до інформації, розміщеної на Інтернет-ресурсах і т. ін. Ризиками цифровізації є виникнення проблем кібербезпеки, можливі збої у роботі Інтернету, посилення розриву між поколіннями (зважаючи на відмінності у цифрових компетентностях) тощо (Буберенко та ін., 2024).

СЕКЦІЯ 1. ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В умовах цифрової трансформації бізнесу слід звернути увагу на питання інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту, адже організація якісного інформаційного середовища, своєчасність отримання даних, їх достовірність визначають ступінь досягнення цілей соціально-економічного розвитку підприємства. Доречним є активне використання цифрових технологій не лише у процесі збору інформації та її аналізу, а й при автоматизації рутинних етапів проведення аудиторської перевірки. Виходячи з цього, у контексті цифрової трансформації перспективними напрямками розвитку внутрішнього аудиту є:

- підвищення оперативності та точності аудиторських перевірок завдяки автоматизації процесу їх проведення та збору даних;
- застосування ШІ, що сприятиме виведенню аудиту на новий рівень;
- зростання потреби в аудиторів, які добре володіють технічними навичками й сучасними програмними засобами;
- зростання ролі та значення інтегрованої звітності, що сприятиме проведенню оцінки «інтелектуального капіталу» підприємства.

Отже, у сучасних умовах ведення бізнесу внутрішній аудит стає центральною ланкою управлінського процесу, а цифрова трансформація бізнесу забезпечує його оперативність та покращення якісних параметрів, здійснюючи значний вплив на ефективність ухвалених рішень.

1. Петрик О.А., Гойло Н.В., Матієнко-Зубенко І.І., Мариніч І.О., Слободяник Ю.Б. (2021). *Аудит в умовах сталого розвитку: колективна монографія* (О.А. Петрик, Ред.). Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана.

2. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» № 2258-VIII (редакція від 20.06.2024 р.). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#n117>.

3. Буберенко, А. (2024). Ключові переваги та ризики цифровізації економіки. У Д.В. Р. Чевільча & А. Лисенко (Ред.). *Бізнес-аналітика : моделі, інструменти та технології* (с. 508-510). Національний авіаційний університет. <https://dspace.kntu.kr.ua/handle/123456789/13817>

**Ліпич Л. Г., доктор економічних наук, професор,
Герило В. М., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Луцький національний технічний університет**

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ І МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ БІЗНЕСОМ

У сучасних умовах цифрової економіки автотранспортний бізнес постає не лише як елемент інфраструктури, а як динамічна система, що інтегрує логістичні операції з маркетинговими стратегіями на основі цифрових технологій. Зростання конкуренції, підвищення очікувань клієнтів щодо сервісу, а також необхідність адаптації до нестабільного ринкового середовища зумовлюють трансформацію традиційних управлінських моделей. Особливої актуальності набуває проблема взаємозалежного розвитку логістичних сервісів та маркетингових рішень у цифровому форматі, що дозволяє забезпечити цілісність клієнтоорієнтованої стратегії автотранспортного підприємства. У цьому контексті дослідження комплементарності цифрових рішень у сфері логістики та маркетингу розкриває потенціал формування сталих конкурентних переваг і підвищення ефективності управлінських процесів.

Цифрова трансформація автотранспортного бізнесу не є лише інструментальним оновленням технічної бази, а радше проявом глибинної еволюції управлінської парадигми, що виявляє себе через переосмислення взаємодії між логістичною і маркетинговою підсистемами підприємства. У класичній моделі ці елементи функціонували автономно, однак сучасне