

перспективами, про соціальну відповідальність бізнесу та завоювання довіри суспільства та створення додаткових позитивних асоціацій, про збереження позитивного іміджу та репутації, про повернення позитивних можливостей через партнерства, інвесторів, потенційних співробітників, які можуть допомогти компанії зростати в умовах невизначеності.

Загалом, бренд ІТ компанії в умовах невизначеності стає важливим інструментом не лише для виживання, але й для розвитку, оскільки він формує імідж компанії як надійного та інноваційного гравця на ринку.

Література:

1. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Брендменеджмент : навч. посіб, Київ : НАУ, 2019. - 155 с.

Драченко І.Г.

магістр, група ОКД-23М

Сторожук О.В.

кандидат економічних наук, доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Стратегія управління розвитком товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), особливо в умовах війни, вимагає ретельного аналізу ризиків та можливостей, з якими може зіткнутися компанія. Для ТОВ «АВТО-КОМФОРТ ПЛЮС», яке є офіційним представником та постачальником моторних олиव, автохімії та автокосметики в Україні, важливо з'ясувати внутрішні та зовнішні фактори, що можуть вплинути на діяльність компанії [1].

Передовсім, існує ризик переривання ланцюгів постачання, оскільки військові дії можуть призвести до порушень транспортних шляхів. Ще однією значною проблемою (ризиком) є зниження платоспроможного попиту, особливо на автохімію та автокосметику. Ще окремо слід відзначити, що оскільки компанія працює з іноземними брендами (Bardahl, TOTAL, ELF тощо), постачальники можуть зустрітися з проблемами на виробництві через інфляцію або дефіцит ресурсів. Частина співробітників ТОВ мобілізована до лав ЗСУ, тому це також може бути значною проблемою, пов'язаною із дефіцитом людських ресурсів.

Щодо можливостей, то тут потрібно відмітити те, що під час війни та після її закінчення може зрости попит на транспорт і автосервіс, що сприятиме збільшенню потреб у продуктах автоіндустрії, таких як моторні оливи та засоби для догляду за автомобілем. ТОВ «АВТО-КОМФОРТ ПЛЮС» на сьогодні має можливість розробити стратегію диверсифікації постачальників або локалізації частини операцій для зменшення залежності від імпорту і послаблення ризиків, пов'язаних із міжнародними поставками. Досліджуване товариство може інвестувати в ІТ-інфраструктуру, автоматизацію та вдосконалення логістичних процесів, що допоможе зменшити витрати та підвищити ефективність операцій. Участь товариства в соціальних проектах або допомога військовим і постраждалим від війни людям може зміцнити її репутацію на ринку та сприяти стратегічним відносинам з партнерами.

Успішне стратегічне управління в умовах війни передбачає врахування як ризиків, так і можливостей. З цією метою можна використати концепцію посилення внутрішніх систем і процесів. Виходячи з позицій, що товариство є офіційним представником багатьох міжнародних брендів автомобільних олив, деталей та приладдя автомобільного транспорту, автохімії та автокосметики, воно має реальну можливість зміцнити свою позицію на ринку за допомогою стратегічного розвитку. Для початку згадане ТОВ може переглянути, як витрачається час і ресурси на ключові операційні процеси – від закупівель до продажу. Визначення неефективних господарських операцій дозволить краще розподілити ресурси і

створити резерви для підтримки важливих ініціатив. Незважаючи на складні часи, ТОВ має змогу залишатися на зв'язку з клієнтами. Створення карти клієнтського досвіду, яка відображатиме шлях клієнта від моменту першого контакту до повторних покупок, дозволить зрозуміти, які аспекти потребують покращення. Наприклад, сфери, що викликають незадоволення або викликають затримки в обслуговуванні, можна оптимізувати через краще налаштування обслуговування клієнтів або оновлення логістичних процесів.

Література:

1. ТОВ «АВТО-КОМФОРТ ПЛЮС» URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/42444456/

Дульська І. В.

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник
Державна Установа "Інститут економіки та прогнозування НАН України"
м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ СТАТИСТИКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Впровадження ІКТ-інновацій, цифровізація територіальних громад ТГ переорієнтовує їх економіку на вищі технологічні уклади, смарт-спеціалізацію, а суспільне буття – до демократії, прозорості та інклюзивності, як форм його територіальної організації, більш притаманних підходам ЄС до місцевого самоврядування, політики згуртованості. Тому в Україні в контексті реформи децентралізації важливий моніторинг цифровізації на рівні ТГ.

Ситуацію з цифровізацією регіонів відбиває Індекс цифрової трансформації регіонів України, розроблений Міністерством цифрової трансформації (МЦТ) за групами показників за розділами: інституційна спроможність, розвиток інтернету та ЦНАПів, впровадження режиму без паперів, цифрова освіта, візитівка області, проникнення базових електронних (e-) послуг, галузева цифрова трансформація [1, с. 7-8] у вигляді індексів (від 0 до 1). (Табл. 1).

Показники, що формують результат за розділом, не публікуються, що унеможливує їх аналіз. На них та на підсумок впливають: частка тимчасово окупованих територій в складі регіону, їх наближеність до зони бойових дій; руйнування та пошкодження телекомунікаційної інфраструктури, житла, комерційної нерухомості внаслідок ракетних атак; бюджетна спроможність ТГ; частка населення, яке виїхало в ін. регіони та закордон, якість менеджменту цифровізації з боку виконавчої влади (державних (воєнних) адміністрацій) (ДА). За сумою балів можна визначити області-лідери (Дніпропетровська, Львівська, Полтавська, Тернопільська, Волинська, ін.), відстаючих з об'єктивних причин (Сумська, Запорізька, Херсонська, Донецька, Харківська) та решти регіонів, які могли б демонструвати кращі результати. Однак якість менеджменту процесу з боку органів місцевого самоврядування (ОМС) також впливає на підсумок, однак ці показники не виокремлено в окрему групу. Тому для повноти аналізу інституційної моделі процесу доцільно було б виокремити роль ОМС ТГ для визначення їх внеску в управління регіональним цифровим розвитком щодо: кількості проєктів цифровізації ТГ та сфер, в яких вони виконувалися; виконаних самостійно чи у співробітництві з ін. ТГ, за допомоги зарубіжних партнерів; підключення укриттів до інтернету, організації WiFi-доступу; залучення населення до програм розвитку цифрових навичок, цифровізації дитсадків та закладів середньої освіти (доступ до широкопasmового доступу до інтернету, наявність комп'ютерних класів, е-журналів); вебсайт ОМС ТГ, оцінка якості його контенту; наявність геоінформаційної системи, інвентаризація нерухомого майна, землі; охорона здоров'я (цифровізація комунальних медзакладів), цивільний захист, упровадження інструментів е-демократії в ОМС, бюджетна спроможність ТГ. Тобто у фокус статистичних спостережень має потрапити рівень адміністративно-територіальних одиниць базового рівня (ТГ), а не тільки рівень регіонів. Саме це дозволить аналізувати рівень інституційної спроможності ОМС у їх взаємодії з ДА у впровадженні проєктів цифровізації ТГ та в ін. сферах.