

Топольний С.Ф., здобувач гр. МЕ-22М
Музиченко А.С., докт. екон. наук., проф.
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Аграрна сфера охоплює інтеграцію сільськогосподарського виробництва та сільських територій, які мають вирішальне значення для досягнення сталого розвитку з точки зору економічних, соціальних та екологічних аспектів. Це поєднання узгоджується з сучасною європейською траєкторією розвитку України та акцентом на «єдності сільськогосподарського виробництва та сільських територій», викладеним у «Порядку денному на XXI столітті» Організації Об'єднаних Націй. Враховуючи значну роль, яку відіграють підприємства в суспільстві, для кожного з них стає обов'язковим прагнути до сталого розвитку, оскільки це, в результаті, підтримує загальну економічну стійкість держави. Тому для забезпечення фінансової стабільності та прибутковості підприємств необхідно прийняти найбільш оптимальну стратегію та побудувати детальний покроковий стратегічний план розвитку підприємства. Такий план має враховувати потенційні загрози з боку зовнішнього середовища, зокрема сегментів ринку, галузей або економіки країни в цілому, яка піддається впливу міжнародного середовища. Крім того, він повинен зосередитися на використанні конкурентних переваг, а також на виявленні та впровадженні інноваційних процесів на підприємстві.

У ринковій економіці, де підприємства діють незалежно та відповідають за свої дії, критично важливим стає визначення напряму фінансового розвитку та потенційних можливостей. Формуючи фінансову стратегію, підприємства можуть ефективно вирішити ключову стратегічну проблему оцінки свого фінансового стану, що дозволяє підприємствам вибрати найефективніші інструменти для управління власними фінансами та прийняття обґрунтованих рішень, які призведуть до позитивних фінансових результатів.

Завдяки ретельному аналізу фінансових можливостей підприємства та об'єктивній оцінці як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, оцінка фінансового стану підприємства гарантує, що його економічні та фінансові можливості відповідають умовам ринку, в межах якого підприємство функціонує.

Ділова активність та надійність підприємства, в першу чергу, визначаються його фінансовим станом, що робить його найважливішим аспектом всієї господарської діяльності. Конкурентоспроможність підприємства та його здатність до успішного ділового співробітництва залежить від його фінансового стану. Крім того, це є запорукою ефективної реалізації економічних інтересів як підприємства, так і його партнерів. Отже, в умовах ринкової економіки існує підвищений попит на об'єктивну та неупереджену інформацію щодо фінансового стану та господарської діяльності підприємства.

Для покращення фінансових показників та формування стійкості економіки до сучасних викликів, з якими стикається агропромисловий комплекс країни, важливою вимогою виступає [1]:

1. зниження витрат виробництва шляхом мінімізації постійних витрат, пов'язаних з управлінським персоналом.
2. удосконалення структури оптимізації капіталу шляхом ефективного використання залучених коштів для поліпшення матеріально-технічної бази.
3. підвищення ліквідності підприємства шляхом підвищення співвідношення основних та оборотних коштів.
4. зменшення витрат уречевленої праці з метою зниження умовно-змінних витрат.

5. зменшення ризику неплатоспроможності шляхом прискорення обороту грошових потоків та впровадження таких заходів, як моніторинг фінансової стабільності покупця, вивчення потенційного використання факторингу та векселів для прискорення грошового потоку.

6. визначення оптимального та ефективного балансу між власним і позиковим капіталом.

Як наслідок, покращення показників фінансово-господарської діяльності сільськогосподарського підприємства призведе до зростання галузі та держави в цілому.

Література:

1. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://www.minagro.kiev.ua>.

Тростянська К. М., канд. екон. наук
Шило А. Е.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОНЛАЙН-ОПИТУВАНЬ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Онлайн-опитування є ефективним сучасним інструментом, необхідним для збору інформації про погляди та досвід цільової аудиторії. Розширенню застосування технології онлайн-опитувань в маркетинговій діяльності сприяє низка факторів:

– Зростає залучення людства до глобальної мережі. Поєднуючи мільярди людей у всьому світі, Інтернет є основою сучасного інформаційного суспільства. Станом на жовтень 2023 року у світі налічувалося 5,3 млрд. користувачів Інтернету, що становило 65,7 відсотка світового населення. З них 4,95 млрд., або 61,4 відсотка населення світу, були користувачами соціальних мереж [1];

– Зростання швидкості поширення інформації. Сприятлива ініціатива урядів країн щодо просування мережі 5G також виступає додатковим рушійним фактором, який сприятиме тренду проведення онлайн-опитувань, оскільки це дозволить компаніям швидко отримати інформацію про клієнтів і розширити охоплення населення;

– Процвітаюча індустрія електронної комерції. Як очікується, ринок e-commerce зросте до 6,3 трлн. доларів в 2024 році [2]. Сегмент роздрібної торгівлі в обов'язковому порядку використовує дані про споживачів з метою вивчення смаків і переваг споживачів щодо товарів та послуг;

– Розвиток ринку програмного забезпечення для онлайн-опитувань. Очікується, що глобальний ринок програмного забезпечення для онлайн-опитувань зросте з 8,077 млрд. доларів США у 2021 році до 32,6 млрд. доларів США до 2028 року [3].

Зважаючи на зростаюче залучення людства до глобальної мережі, застосування інструментів онлайн опитування в маркетингових дослідженнях буде поширюватись. Перевагами онлайн-опитувань порівняно до традиційних методів опитування є:

1. Зручність: онлайн-опитування можна заповнювати, коли респонденту зручно, замість того, щоб вони були доступні в певний час або в певному місці. Це може спростити охоплення ширшого кола людей і збільшити рівень відповіді.

2. Швидкість: онлайн-опитування можна заповнювати та надсилати швидко, що може скоротити час, необхідний для збору та аналізу даних.

3. Вартість: онлайн-опитування можуть бути менш дорогими для проведення, ніж традиційні опитування, оскільки вони не вимагають друку та розповсюдження фізичних опитувань або найму інтерв'юерів.