

Секція
«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ НА ТРАНСПОРТІ»
ГОЛОВА СЕКЦІЇ – д.е.н., професор О. В. Дикань

УДК 338.98

**ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ В
ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ**

**PROBLEMS OF MANAGEMENT OF FINANCIAL FLOWS IN
LOGISTICS SYSTEMS**

канд. екон. наук Л.М. Ачкасова
Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)

Ph.D. L.M. Achkasova
Kharkiv National Automobile and Highway University (Kharkiv)

Одним з важливіших питань діяльності логістичних підприємств є питання управління фінансовими потоками. Це пов'язано, як правило, із необхідністю координації матеріальних, інформаційних і фінансових потоків для забезпечення ефективності логістичної системи. Ціленаправлений вплив на фінансові потоки стає певним резервом підвищення ефективності діяльності логістичних компаній.

На обсяг фінансових потоків впливає величезна кількість чинників, тому важливим є означення основних проблемних моментів, які дозволять оптимізувати і скоординувати ці потоки між собою і з матеріальними потоками.

В рамках логістичного комплексу рухаються різні види ресурсів, створюючи певні матеріальні потоки, які породжують рух фінансових потоків, що їх супроводжують. Такі потоки, як правило, не синхронізовані в часі. Кожна схема руху матеріальних потоків може мати кілька варіантів організації фінансових потоків, які відрізняються за вартістю і ризиком [1]. Можливість розрахунку моменту виникнення дефіциту в фінансах, дозволяє залучити необхідні ресурси в необхідний термін і в потрібному обсязі, а також оптимізувати їх повернення, при отриманні достатнього доходу від інших операцій.

Наступною проблемою в управлінні фінансовими потоками є різнорідність оцінки потоків на кожному етапі логістичного процесу. Це створює певні незручності при порівнянні для визначення загальної ефективності потоків. Тому процес вибору джерел фінансування, постачальників, способів розрахунків тощо, краще здійснювати за

фінансовими параметрами, що забезпечить можливість порівнювати оцінки та оптимізувати витрати.

Заплановані фінансові потоки змінюються під впливом екзогенних та ендогенних факторів, тому наступною проблемою є необхідність контролю і коригування відхилень в параметрах фінансових потоків як для системи в цілому, так і для окремих учасників логістичної діяльності.

Ще одна проблема управління фінансовими потоками полягає у взаємозв'язку фінансових потоків між собою. За допомогою планування оптимальних параметрів фінансових потоків можна мінімізувати загальні витрати, що виникають в логістичній системі і впливають на підвищення фінансової стійкості та рівня рентабельності підприємства.

Різні види фінансових потоків в логістичних системах формують ще одну проблему, яка стосується відповідності часу і оперативності. На швидкість фінансового потоку впливає не тільки швидкість обігу грошей, але і швидкість прийняття рішення, пропускні можливості фінансової системи, час юридичного оформлення угоди тощо.

Фінансове оточення має важливий вплив на процес управління фінансовими потоками і має певні особливості в кожному конкретному випадку. Необхідність дослідження фінансового оточення для конкретного логістичного комплексу є ще одним проблемним питанням. Для такого дослідження визначаються різні параметри фінансового потоку: контроль і впорядкованість фінансового руху; ліквідність і доступність фінансових ресурсів; ступінь деталізації фінансових потоків; кількість джерел і споживачів фінансів та їх конкурентність, інші екзогенні та ендогенні фактори впливу на потоковий процес.

Навіть визначення параметрів для управління фінансовими потоками є проблемним питанням. Традиційні рентабельність і прибутковість не завжди дають повну картину ситуації. Наприклад, для підрозділів, де надходження та витрачання фінансових ресурсів відбувається нерівномірно, розрахунок щільності фінансового потоку дасть можливість охарактеризувати інтенсивність діяльності. Тобто визначення складу параметрів управління фінансовими потоками має бути оптимальним для кожного підрозділу логістичної системи.

Кожна стадія логістичної діяльності має використовувати різні підходи і методи управління фінансовими потоками. Це проблемне питання полягає в їх правильному підборі у відповідності до специфіки певної стадії логістичної діяльності.

І ще одним проблемним питанням є визначення складу фінансових операцій і складу результуючого фінансового потоку. Це питання виникає на основі комплексного підходу до управління матеріальними і фінансовими потоками і дозволяє оптимізувати результуючий потік.

Таким чином, оглянуті проблемні питання в управлінні фінансовими

потоками дозволяють комплексно підійти до їх управління в логістичних системах і покращити фінансові результати та ефективність діяльності підприємств.

[1] Ачкасова Л.М. Аспекти управління фінансовими потоками в логістиці. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. № 31. 165 с. С. 110-121.

УДК 331.56

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА АВТОТРАНСПОРТНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

THE ROLE OF STRATEGIC MARKETING IN INCREASING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS AT THE MOTOR TRANSPORT ENTERPRISE

канд. екон. наук А.О. Близнюк

Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)

PhD in Economics A.O. Blyzniuk

Kharkiv National Automobile and Highway University

Стратегічний маркетинг являє собою тонкий та водночас складний інструмент планування очікуваних параметрів розвитку та дієздатності складних систем. Результатом планування повинні виступати нормативи конкурентоспроможності більшості автотранспортних підприємств: перспективних та майбутніх товарів, послуг та інновацій, на які акцентуватиме увагу дане підприємство; дієвих методів забезпечення виробництва та менеджменту. Таке планування буде організовуватися та здійснюватися завдяки застосуванню наукових підходів, досліджень різних операцій, методів системного аналізу та стратегічної сегментації ринку.

Деякі дослідження демонструють, що в умовах жорсткої глобальної та локальної конкурентної боротьби за кошти споживача, за тверде місце на ринку пріоритетом виступає підвищення якості стратегічного маркетингу, як стратегічного прогнозування на основі планування інфраструктури ринку. Треба відзначити, що в разі економії на стадії вибору та реалізації стратегії маркетингу завдяки застосуванню спрощених методів оцінки, аналізу, плануванню та економічному обґрунтуванню перспективних та майбутніх напрямків розвитку систем на послідуєчих стадіях їх життєвого циклу, може призвести до великих втрат, які можуть перевищувати завчасно заощаджені