

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ  
ТА БІЗНЕС ОСВІТИ  
COMRAT STATE UNIVERSITY  
UNIVERSITY OF OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT IN KATOWICE  
SCIENCE AND RESEARCH INSTITUTE OF SOCIAL  
AND ECONOMIC DEVELOPMENT**



**МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОРИ  
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»**

**17 -19 квітня 2024 р.**

**Київ – 2024**

УДК 005+139.138+658.8](477)(06)(0.034)

Рекомендовано до друку  
Рішенням Вченої ради Факультету економічних наук  
Національного університету «Києво-Могилянська академія»  
(протокол № 3 від 22 квітня 2024 року)

*Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції 17-19 квітня 2024 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. Т.1. – 632 с.*

У виданні представлені тези доповідей учасників II Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу», яка відбулася 17-19 квітня 2024 року, підготовлені за такою науковою проблематикою: новітні парадигми розвитку менеджменту та маркетингу; стратегічний менеджмент і маркетинг в умовах змін; інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни; сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом; тренди інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення; корпоративна культура та соціальна відповідальність бізнесу в умовах трансформацій; логістичний та проєктний менеджмент: інструментарій сучасності; менеджмент міжнародного бізнесу в умовах економіки відновлення; Digital-маркетинг; цифрові інструменти ефективного функціонування бізнесу.

Матеріали друкуються в авторській редакції. У матеріалах максимально зменшено втручання в обсяг та структуру матеріалів. Автори несуть відповідальність за достовірність інформації.

**ISBN 978-966-518-845-2**

© Національний університет  
«Києво-Могилянська академія», 2024 р.

---

<b>Панічук О.В.</b> Інформаційне забезпечення управління кредитоспроможністю	600
<b>Петренко О.П., Терзман Т.В.</b> Управління фінансовими ресурсами підприємства	602
<b>Решетняк Т.В.</b> Використання моделювання для удосконалення оцінки фінансового стану підприємств	605
<b>Сіренко В.В., Шаповалова І.В.</b> Вплив корпоративного управління на фінансові показники підприємства	608
<b>Ситник Г.В., Малько Д.Д.</b> Фінансове планування у забезпеченні сталого розвитку підприємства	610
<b>Ситник О. О.</b> Проблеми забезпечення кредитоспроможності підприємств в умовах воєнного стану	613
<b>Стойко Г.В., Магас Д.О., Стойко В.В.</b> Етапи управління процесом ціноутворення на підприємстві	614
<b>Тютюнник Ю.М.</b> Розробка стратегії управління активами підприємства	617
<b>Цаль-Цалко Ю.С.</b> Додана вартість в бізнесі: проблеми формування як об'єкту бухгалтерського обліку і оподаткування	619
<b>Цегельник Н.І.</b> Податковий контроль об'єктів оподаткування і бухгалтерського обліку податку на додану вартість	622
<b>Черемісіна С.Г.</b> Фінансово-кредитне забезпечення підприємств аграрного сектору економіки України в умовах війни	624
<b>Яковенко Р.В., Овчінніков С.С.</b> Управління фінансами ТОВ «Торговельний дім «Гідросила»	628
<b>Yan Le</b> Enhancing methodological aspects of evaluation, monitoring, and control systems for enterprise investment activities	630

УДК 336.658

*Тютюнник Ю.М.,  
кандидат економічних наук, доцент,  
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,  
Полтавський державний аграрний університет*

## **РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність діяльності підприємства багато у чому зумовлена правильністю формування складу і структури його активів. Тому управління активами є одним із найважливіших функціональних напрямів менеджменту підприємницької структури. На жаль, існуюча практика управління активами на багатьох підприємствах різних галузей економіки України характеризується обмеженістю поглядів на економічний зміст активів, їх життєвий цикл, а також на роль і значення стратегічного підходу до управління активами.

Більшість науковців під управлінням активами розуміють діяльність, спрямовану на досягнення підприємством поставлених цілей шляхом раціонального використання наявних ресурсів із використанням принципів і методів економічного механізму управління. Б.І. Пюро і Л.В. Шірінян визначають стратегію управління активами як сукупність довгострокових цілей та поведінки в управлінському процесі, орієнтованому на підтримку конкурентоспроможного рівня прибутку, достатнього розміру активів та капіталу для ведення фінансово-господарської діяльності [1, с. 80]. Стратегії управління активами розрізняють за їх функціональним призначенням (стратегія реструктуризації активів, стратегія нарощування вартості активів, стратегія капіталізації активів, стратегія консолідація активів та стратегія диверсифікації активів).

У сучасних реаліях не може бути єдиної чи універсальної стратегії управління активами для всіх суб'єктів господарювання. Оскільки будь-яке підприємство має свої унікальні особливості, розроблення та реалізація стратегії теж повинні являти собою відмінний від інших підприємств управлінський процес. Бізнес-стратегія у цілому та стратегія управління активами зокрема залежать від різноманітних чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, що можуть здійснювати на підприємство конструктивну чи деструктивну дію.

Стратегія забезпечення ефективного управління активами має враховувати їх переваги і недоліки. Так, необоротні активи є найменш мобільною частиною майна, а основна їх відмінність полягає у багаторазовому використанні в процесі господарської діяльності та частковій амортизації протягом кожного операційного циклу. Основне завдання управління необоротними активами зводиться до забезпечення своєчасного оновлення основних виробничих фондів та високої ефективності їх використання. Водночас можливості оперативного управління необоротними активами зазвичай є обмеженими.

Характерними особливостями політики управління оборотними активами є значна варіативність, широкі можливості активного впливу на їх величину, склад, структуру, оборотність, ліквідність та прибутковість. Відповідно, в процесі управління оборотними активами вирішується широке коло завдань фінансового менеджменту [2]:

- забезпечення безперервності виробничого процесу;
- прискорення оборотності загальної величини оборотних активів;
- забезпечення ліквідності оборотних активів;
- підвищення рентабельності використання оборотних активів;
- мінімізація ризиків і втрат, пов'язаних з формуванням і використанням оборотних активів.

Формування стратегії управління активами на підприємстві може здійснюватися шляхом реалізації таких етапів:

1. Аналіз фінансової діяльності підприємства – сприяє усвідомленню і виділенню тих проблем, рішення яких призведе до оздоровлення ситуації.

2. Прогнозування фінансово-економічної ситуації на майбутнє – за результатами ідентифікації проблемних зон та наявних можливостей.

3. Розроблення вимог до фінансового оздоровлення, тобто визначення перспективних заходів, оптимальних варіантів підвищення фінансово-економічної стійкості підприємства, забезпечення його довгострокового стабільного зростання.

4. Формування безпосередньо стратегії, її цілей, які згодом уточнюються у підцілях і завданнях, планах діяльності.

5. Розроблення напрямів діяльності з управління активами і формулювання ключових положень стратегії, які об'єднуються, упорядковуються та співвідносяться із загальною стратегією управління підприємством.

6. Визначення бажаного результату та критеріїв ефективності його досягнення. Критерії задаються у вигляді цільових показників, значення яких постійно контролюється.

Загалом процес прийняття рішень на підприємстві стосовно управління активами може включати таку послідовність дій: вибір мети → оцінка зовнішнього і внутрішнього економічного середовища → оцінка альтернативних варіантів → прийняття рішення → реалізація рішення → коригування мети (за необхідності).

Результатом і критеріями реалізації стратегії у сфері управління активами підприємства можуть стати такі характеристики, як: своєчасні розрахунки з постачальниками і кредиторами; вчасна сплата податків; поповнення обігових коштів; освоєння нових видів продукції та послуг, що мають стійкий платоспроможний попит на ринку.

**Список використаних джерел:**

1. Пюро Б.І., Шірінян Л.В. *Стратегія управління активами підприємства. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2018. № 6. Том 29 (68). С. 78-82.*

2. *Завдання, тактика та стратегія управління активами підприємства. URL: <http://surl.li/sxxtm>*

**УДК 657.343**

**Цаль-Цалко Ю.С.,**

*доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій, Державний університет «Житомирська політехніка»*

**ДОДАНА ВАРТІСТЬ В БІЗНЕСІ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ  
ЯК ОБ'ЄКТУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ І  
ОПОДАТКУВАННЯ**

Одним з найважливіших показників господарської діяльності підприємства є створена ним додана вартість, збільшення якої свідчить про досягнення бізнесом результатів, які задовольняють