

**Висновки.** Можна з упевненістю сказати, що будь-яка організація має той чи інший образ у суспільній свідомості, незалежно від того, працює вона над його створенням чи ні. У іншому випадку образ формується стихійно під впливом уривчастої і не завжди достовірної інформації, чуток, думок конкурентів і т. д. Для організації набагато вигідніше цілеспрямовано формувати свій сприятливий імідж, ніж пускати справу на самоплив і виправляти згодом небажані і хибні уявлення людей про себе та свою діяльність. Результатом створення позитивного іміджу стане підвищення престижу (авторитету) організації серед різних груп населення. Таким чином, цілком виправдовується твердження, що спочатку організація працює на імідж, а потім імідж працює на організацію.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Колодка А.В. Імідж організації як економічна категорія: сутність зміст, основні етапи формування. Прометей. 2012. №2(38). С. 164-170.

Семенчук Т.Б., Гера О.Г. Сучасна модель формування іміджу організації. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_07/156.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_07/156.pdf) (дата звернення: 15.02.2020)

**Юлія ГОВОРОВА,**

магістрантка 1 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Павло ЗАХАРЧЕНКО,**

д.е.н., професор (БДПУ)

### **ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ**

**Актуальність.** Ринкові умови обумовлюють необхідність управління торговельною діяльністю підприємств торгівлі на засадах концепції логістики та з використанням інструментарію управління ланцюгами постачань; останнє, в свою чергу, вимагає формування в кожному торговельному підприємстві, яке є учасником ланцюгів постачань товарів споживчого призначення, власної системи логістики, інтегрованої за конкретними матеріальними потоками у відповідні логістичні формування.

Для побудови системи логістики підприємства торгівлі необхідно уточнити сам зміст даного поняття, оскільки в теоретичному плані все ще існує проблема неоднозначності трактування навіть найбільш розповсюджених, фундаментальних понять, якими оперують науковці і практики даної сфери. Ключовим для вирішення цієї проблеми, на наш погляд, має бути тлумачення Європейської Логістичної Асоціації, яка у глосарії до Стандартів з логістики та управління ланцюгами постачань визначила, що управління ланцюгами постачань – це «організація, планування, контроль та регулювання товарного потоку, починаючи з отримання замовлення і закупівлі сировини та матеріалів для забезпечення виробництва товарів і в-подальшому через виробництво та розподіл доведення його з оптимальними витратами ресурсів до кінцевого споживача відповідно до вимог ринку» [1, с. 5].

Виходячи з цього, система логістики підприємства торгівлі повинна розглядатись як складна, спеціально організована економічна система, спрямована на оптимізацію процесів трансформації матеріального (насамперед – товарного) потоку шляхом інтеграції логістичної діяльності даного суб'єкта господарювання в межах ланцюга постачань завдяки використанню теорії та інструментарію логістичного менеджменту.

При цьому процес управління такою складною динамічною системою базується на зборі інформації про керований об'єкт, її аналізі, підготовці і прийнятті управлінських рішень, а також контролі та організації виконання цих рішень. Управління логістикою підприємства торгівлі може бути ефективним, якщо здійснюється неперервний оперативний контроль за об'єктом управління, оснований на постійному зборі, аналізі й перетворенні інформації про нього, а тому визначальним ресурсом, який забезпечує можливості реалізації концептуальних засад, принципів, методів і прийомів логістичного менеджменту, є інформація. Зважаючи на те, що логістична діяльність підприємства торгівлі охоплює різні функціональні напрямки діяльності торговельного підприємства, для потреб управління логістичною діяльністю в системі логістичного менеджменту має бути забезпечено наявність інформації, яка б адекватно відображала початковий стан логістичної системи торговельного підприємства (на момент формування/реінжинірингу системи логістики), формалізовані цілі і завдання її функціонування, а також динамічні зміни параметрів системи та її елементів, зокрема – щодо процесів просторового переміщення товарної маси, здійснення комплексу внутрішньомагазинних та/або складських торгово-технологічних операцій, виконання операцій зберігання товарів, їх підготовки до продажу, кількісних та якісних перетворень товарних партій, реалізації товарів оптовим або роздрібним покупцям, а також – розвитку інфраструктури оптової та роздрібною торгівлі, організації перевезень торговельних вантажів, організації логістичного обслуговування споживачів тощо [2].

Реалізація комплексу завдань логістичного менеджменту для підприємств торгівлі пов'язана з необхідністю формування сучасної логістичної інформаційної системи [3]. Така інформаційна система підприємства торгівлі в комплексі засобів логістичного менеджменту покликана забезпечувати отримання, зберігання, опрацювання (використання) та передавання інформації, необхідної насамперед для планування й контролю організації закупівельної логістики (процесів оптових закупівель і доставки закуплених товарних ресурсів до торговельного підприємства), управління рухом товарного потоку, розробки системи управління запасами, управління замовленнями, управління процесами оптової та роздрібною реалізації товарів (збутова логістика), а також здійснювати інформаційний супровід (документальне оформлення) виконуваних логістичних операцій задля обліку, контролю й оптимізації логістичних витрат.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Terminology in Logistics. Terms and Definitions / Glossary of Logistics Terms. – European Logistics Association, 2015. 100 p.

2. Круминьш Н., Витолиньш К. Логистика в Восточной Европе: Справочник по управлению системами логистики в Восточной Европе, или что необходимо знать, чтобы система логистики была на 30 % эффективнее. Рига, Schenker, 2014. 190 с.

3. Економіка логістичних систем: монографія. Львів: НУ «Львів. політехніка», 2008. 596 с.

**Наталія ГУСАРОВА,**

магістранта 1 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Павло ЗАХАРЧЕНКО,**

д.е.н., професор (БДПУ)

### **ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ**

**Актуальність.** Поняття «криза» має багато трактувань. "Класичне" економічне поняття кризи означає не бажану і драматичну фазу в ринковій економічній системі, що характеризується коливаннями і негативними явищами, перешкодами. У цьому сенсі поняття кризи довгий час утримувало місце в схемі теорій кон'юнктури економічного розвитку.

Як відомо, сучасне суспільство прагне до постійного поліпшення рівня й умов життя, які може забезпечити тільки стійкий економічний ріст. Однак спостереження показують, що довгостроковий економічний ріст не є рівномірним, а постійно переривається періодами економічної нестабільності. Підйоми і спади рівнів економічної активності, що ідуть один за одним прийнято називати економічним циклом. Криза – найважливіша фаза циклу, яка починає і завершує його. У ній зосереджено основні ознаки циклічного процесу відтворення. Сутність кризи – різке порушення існуючої економічної рівноваги внаслідок диспропорцій у процесі відтворення, що різко зростають. Відбувається падіння рівнів заробітної плати, прибутку, інвестицій, цін. Через «омертвіння» капіталу у вигляді нереалізованих товарів фірми відчувають брак грошових коштів для поточних платежів, тому швидко зростає плата за кредит – ставка позичкового процента. Курси цінних паперів падають, настає хвиля банкрутств і масового закриття підприємств. Криза завершується з початком депресії.

Необхідність розробки методик ранньої ідентифікації економічних криз диктується як світовим, так і українським досвідом. В роботі приведено сукупність моделей аналізу різних фаз економічного циклу, заснованих на принципі мультиплікатора-акселератора, за допомогою яких можна провести ефективний ситуаційний аналіз кризових ситуацій в економіці країни. Один з найбільш поширених підходів до такого дослідження виходить з неокейнсіанської теорії взаємодії механізмів мультиплікатора і акселератора. У моделі Самуельсона-Хікса в явному вигляді використовуються лінійний мультиплікатор-акселератор з запізненням. Механізм акселерації капітальних вкладень є також центральним пунктом в моделі, запропонованій М. Калецьким. У ній розглядається динаміка основного капіталу на макрорівні. Її особливість –