

*Власова В.П., к.е.н., доцент,
доцент кафедри МПУА,
Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ*

*Оліхненко М.А.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

З початком війни відбулося переосмислення цінностей і переконання підходів до бізнесу. Компанії переглядають свої стратегії, вносять зміни до короткострокових та середньострокових планів. Частина бізнесу, щоб не втратити можливість отримувати прибуток, передислокувалася у відносно безпечні області [1]. В умовах війни та економічної кризи особливо важливо зберегти грошовий потік, що забезпечує життєздатність бізнесу. Підприємства транспортної інфраструктури виконують важливу роль в забезпеченні необхідних зв'язків між регіонами, містами та населеними пунктами, сприяючи ефективному функціонуванню економіки. В умовах війни значущість даних підприємств зростає.

Бізнес-стратегія – це каркас на якому компанія організує свою діяльність, своє виробництво. Бізнес-стратегія охоплює: управління, маркетинг, продажі, персонал, бухгалтерію, юридичні питання та ін. Бізнес-стратегію необхідно так побудувати, щоб всі ці напрямки між собою були не просто пов'язані, а взаємодіяли та доповнювали одна одну.

Наразі бізнес-стратегія направлена на те, щоб оптимізувати основні процеси в бізнесі. Основним завданням є оптимізація заради збереження бізнесу. Зазначимо напрямки оптимізації, рис. 1.

Формування бізнес-стратегії для підприємств транспортної інфраструктури в сучасних умовах вимагає уваги до ряду особливостей і факторів. Ось деякі з них:

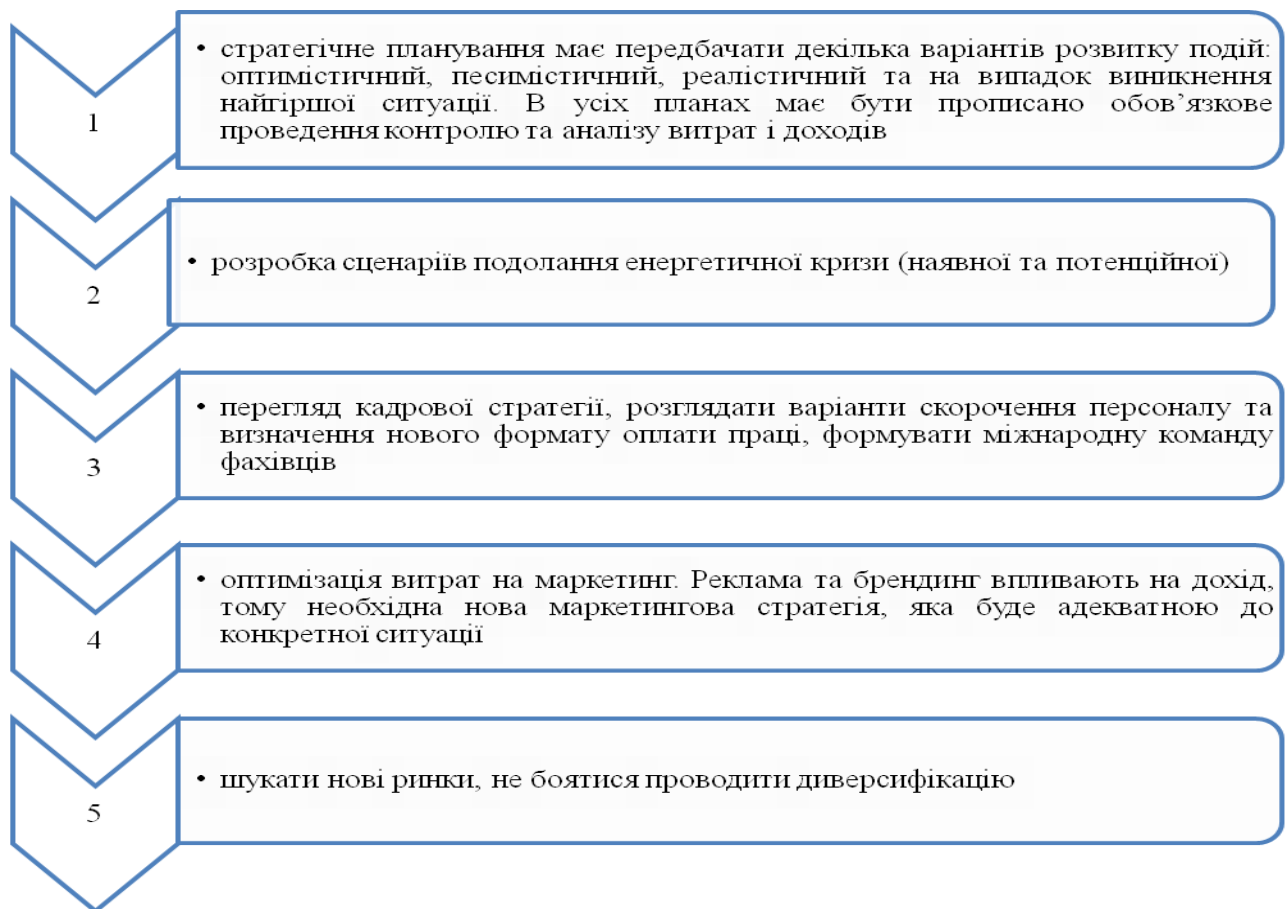


Рис 1. Основні напрями оптимізації бізнес-стратегії підприємств транспортної інфраструктури

Джерело: [2,3]

1. Технологічний прогрес: Швидкий розвиток технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей та автономні транспортні засоби, впливає на транспортну інфраструктуру. Підприємства повинні бути готові до впровадження нових технологій і використання їх у своїй стратегії для покращення ефективності та конкурентоспроможності.

2. Сталість та екологічна відповідальність: В сучасному світі зростає усвідомлення проблем екології та необхідності сталого розвитку.

3. Політичне та правове середовище: Правила та регуляції, пов'язані з транспортною інфраструктурою, можуть суттєво вплинути на бізнес-стратегію.

4. Євроінтеграційні процеси та зміна логістичних потоків.
5. Енергетична та економічна безпека.

Отже, бізнес-стратегія підприємств транспортної інфраструктури в сучасних умовах потребує уточнення, необхідно використовувати інноваційні технології та враховувати ризики.

Список використаної літератури:

1. Власова В.П. Тарновська І.В., Недоля Д.В. Бізнес-стратегія підприємства в умовах турбулентного зовнішнього середовища. *Економіка та суспільство*, вип. 42. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-85>.
2. Лучникова Т. П., Тарновська І. В., Воробйов Є. В. Адаптація транспортних підприємств України до умов воєнного стану. *Бізнес Інформ*. 2023. №1. С. 116–122. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-116-122>.
3. Харчук О.Г., Власова В.П. Причини стратегічних змін та адаптивні можливості протистояння їм в процесі реалізації стратегії. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2023. № 1 (38). URL: <http://www.easterneurope-bm.in.ua/index.php/vipusk-38-2023>.

Гаєвська Ю. В.,
здобувач вищої освіти,
Київський Національний університет культури та мистецтв, м. Київ

Калантаєвська О. О., доктор філософії,
Київський Національний університет культури та мистецтв, м. Київ

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ У ПРОСУВАННІ ФЕШН-ПРОДУКТУ

У сучасному світі моди та бізнесу, де конкуренція постійно зростає, особливого значення набуває ефективне просування фешн-продуктів на ринку. Відмінний маркетинг та його інструменти можуть стати ключовим фактором успіху для компаній, що працюють в галузі моди. Управління маркетинговими інструментами та їх вплив на просування фешн-продукту є актуальним питанням,