

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

збірник студентських наукових праць

Харківського національного
автомобільно-дорожнього університету

№13 (ТОМ 2)

Харків

2021

Засновник – Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації ХК№1537-278Р від 31.07.2009 р., видане Головним управлінням юстиції у Харківській області

Друкується за рішенням Ради факультету управління та бізнесу ХНАДУ протокол № 4 від 24 травня 2021 р.

Редакційна колегія:

Голова колегії:	Дмитрієв Ілля Андрійович , д.е.н., професор, проректор з наукової роботи ХНАДУ
Заступник голови:	Шевченко Інна Юріївна , д.е.н., доцент, декан факультету управління та бізнесу ХНАДУ
Відповідальний секретар:	Шершенюк Олена Миколаївна , к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ
Члени колегії:	Дмитрієва Оксана Іллівна , д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ
	Криворучко Оксана Миколаївна , д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту ХНАДУ
	Маліков Володимир Васильович , д. держ. упр., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування ХНАДУ
	Міщенко Володимир Акімович , д.е.н., професор, професор кафедри міжнародного бізнесу та фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
	Аванесова Ніна Едуардівна , д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та публічного адміністрування Харківського національного університету будівництва та архітектури

Економічні перспективи: Збірник студентських наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – Х.: Стил-Издат, 2021. – №13 (том 2). – 117 с.

Контактний телефон/факс:
(057) 738-77-87 – відповідальний секретар

E-mail:
econom_pred@ukr.net

- Відповідальність за достовірність наданої інформації несуть автори публікації
- Редакція може не поділяти точки зору авторів
- Статті друкуються у авторській редакції

ЗМІСТ

Алипова Д.О.	ИНФЛЯЦИЯ В УКРАИНЕ 2021: ДИНАМИКА, СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ	6
Арутюнян Е.А.	СУТНІСТЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТА ПРОЦЕСНОГО УПРАВЛІННЯ	9
Глоба Є.О.	СКЛАДОВІ КОМПЛЕКСНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	11
Golikova Yelyzaveta	BUSINESS COMMUNICATIONS AS A COMPONENT OF EFFECTIVE ENTERPRISE MANAGEMENT	15
Данилець Д.А.	МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В ТУРБУЛЕНТНИХ УМОВАХ COVID-19	19
Дмитрієва К.С.	ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ	23
Запорожцев А.Г.	СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	25
Кайда К.В.	СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ ПРИ УПРАВЛІННІ ЯКІСТЮ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	29
Коваленко М.С.	ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ	32
Кравченко Ю.Є.	ТРАНСПОРТНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА МІСЦЕ В ЕКОНОМІЦІ ДЕРЖАВИ	35
Криничанська Ю.В.	ЦІНОВА ПОЛІТИКА ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ФОРМУВАННЯ КІНЦЕВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	38
Левада А.В.	ПОНЯТТЯ ТА ПРИНЦИПИ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	40
Леваднюк В.І.	АУТСОРСИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	44
Малярєвська Н.В.	МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИБОРУ ПОРТФЕЛЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ АТП	47
Машинський В.О.	ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	51

Література:

1. Козак Н.Н. Правовые основы и практическое обеспечение комплексной безопасности в организациях. М.: Издательские решения, 2016. 242 с.
2. Сергеева И.А., Сергеев А.Ю. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия: учеб. пособие. Пенза: Изд-во ПГУ, 2017. 124 с.
3. Баланюк І.Ф., Максимюк М.М. Види економічної безпеки. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2016. Вип. 1(47). С. 142-145.
4. Шлыков В.В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия. СПб.: Алтейа, 1999. 138 с.

UDC 658.3

BUSINESS COMMUNICATIONS AS A COMPONENT OF EFFECTIVE ENTERPRISE MANAGEMENT

Golikova Yelyzaveta

*Supervisor: Gorobinskaya Marianna, PhD in Economics, Associate Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

Abstract. *Concepts of «communication» and «business communication» were investigated. Key conditions, functions, and forms of business communications were described. The importance of effective business communications at the enterprise as a management function and the basis for the successful operation of the enterprise was emphasized.*

Keywords: *communications, business communications, communication system, enterprise management.*

Formulation of the problem. In modern conditions, effective functioning and management of the enterprise are impossible without the establishment of business communications. It is an effective communication process that creates the conditions for the disclosure of business and professional qualities of employees and creates the basis for a successful enterprise's activity. Unfortunately, the importance of business communication is not sufficiently understood in managerial practice today. Management is not aware of the most important functions of effective communication, without which the company does not take full advantage of its resources. In such conditions, the study of business communications and their theoretical foundations is extremely relevant.

Analysis of recent research and publications. The issue of an effective communication system in enterprise management was covered in the works of many scholars, among which there are R. Markovic, A. Giddens, O. Lozovsky, N. Barabanova N. Luhmann, G. Lasswell, O. Zajac, and others. N. Barabanova states that the characteristics of business communication, in general, coincide with the characteristics of social communication [1], while O. Lozovsky focuses on the importance of communication as a management function for an enterprise and notes

that «communications link all management functions and affect the effectiveness of their implementation» [2].

Unresolved components of the overall problem. The issues of building business communications are sufficiently covered in scientific papers, but the development of effective business communications as a comprehensive management system requires further research.

Formulation of the goals of the article. This article aims to analyze the concepts of effective business communication and its interdependence with the successful management and the prosperity of the enterprise.

Presentation of the main research material. In general, communication is the basis of management and the ability to increase the efficiency of management activities of the enterprise based on the received information. The concepts of «communication» and «business communication» both in the economic environment and in other areas (politics, sociology, etc.) are identical, as «business communication» is the original concept of «communication» and characterizes the exchange of information in process of business activity [3].

In modern enterprises, business communication has ceased to be just a way of transmitting information and has become one of the important tools for managing business relationships. Information and communication, together with the means of ensuring their effective use, constitute the infrastructure of enterprise management.

In the scientific literature business communication involves compliance with certain conditions, namely: obligatory contacts of all participants of communication, regardless of one's likes and dislikes; subject-target content of communication; adherence to the formal role principles of interaction, taking into account the rights and functional responsibilities; interdependence of all participants of business communication; communicative control of participants of business communication.

Separately, it is important to pay attention to a large layer of restrictions to business communication. They can be categorized as follows:

- conventional restrictions: compliance with legal and social norms, compliance with regulations (internal regulations, instructions, etc.);
- situational restrictions, i.e., taking into account the situation of business communication (meeting, presentation, negotiations, etc.);
- emotional restrictions, i.e., the manifestation of stress resistance, the ability to manage own feelings and emotions in a tense business situation;
- violent restrictions, i.e., admissible interruption of contact of any of the parties in those situations when the content of information ceases to be objective when the reactions of the communication partner are inadequate to established norms of behavior [4].

The purpose of communication is to understand and comprehend the transmitted information because in itself the fact of information exchange does not ensure the effectiveness of business communication. According to the opinion of different scholars, the following functions of business communication may be distinguished:

- 1) communicative - various forms and means of exchange and transmission of professional information;

2) interactive – the exchange of not only knowledge and ideas, but also influence, mutual efforts, actions, etc.;

3) perceptual - allows making an impression of a business partner;

4) organizational and coordination - aimed at coordinating the actions of employees of production units, the cooperation of production, and other activities at the enterprise;

5) motivational and control - aimed at stimulating the professional activities of employees and their timely adjustment [3].

To build an effective communication system at the enterprise, it is necessary to use all possible resources and channels. A manager needs to keep employees informed about all the news, mission, strategy, and goals of the company. Thus, business communications should be characterized by clarity, simplicity, reliability, which in general will contribute to their adequate understanding by employees. Business communication between the manager and his employees is fundamental to the work of the whole enterprise. Choosing the right form of communication can be crucial. The various communication methods managers can use are face to face, letter, voice mail, or telephone. When organizing communication, managers stimulate changes in the behavior of employees and contractors, as well as influence management to increase funding, making effective business communication a key to the success of the whole business.

Experts distinguish different types of communication networks. The most common are chain, wheel, circle, and all-channels communication networks. A chain network is a sequence of a chain of commands. Here, the message comes from one person on the chain and travels up and down the line. Communication in a chain network is usually moderate in speed, high in accuracy. This network feature is common in teams with rigid chains of command. In the wheel network, leaders communicate to both levels of their organizations and allow communication from both levels back to them. Communication in the wheel network is fast because everyone hears the same message, and it is highly accurate. This network feature is typical for teams with strong leaders. The circle communication network is a uniform flow of information between all team members, without a clear leader. Such a network is unstable but active. The all-channels network allows all levels of the network to actively communicate with each other. In this case, communication is fast and moderate. In a network that unites all channels, as a rule, there is no leader, and the satisfaction of participants is high [5]. The choice of type of communication network depends on the specifics of the activity and organizational structure of management.

Communications in management are referred to as management processes because they link the functions of an organization, planning, motivation, and control. At the same time, enterprise communications are divided into two main groups: external (between the enterprise and its environment) and internal (between management levels and departments) communications (figure 1). External communications are elements of the external environment (they are the same for organizations in both the production and non-production spheres – only specific suppliers, consumers, competitors, forms of state statistical reporting, etc., change).

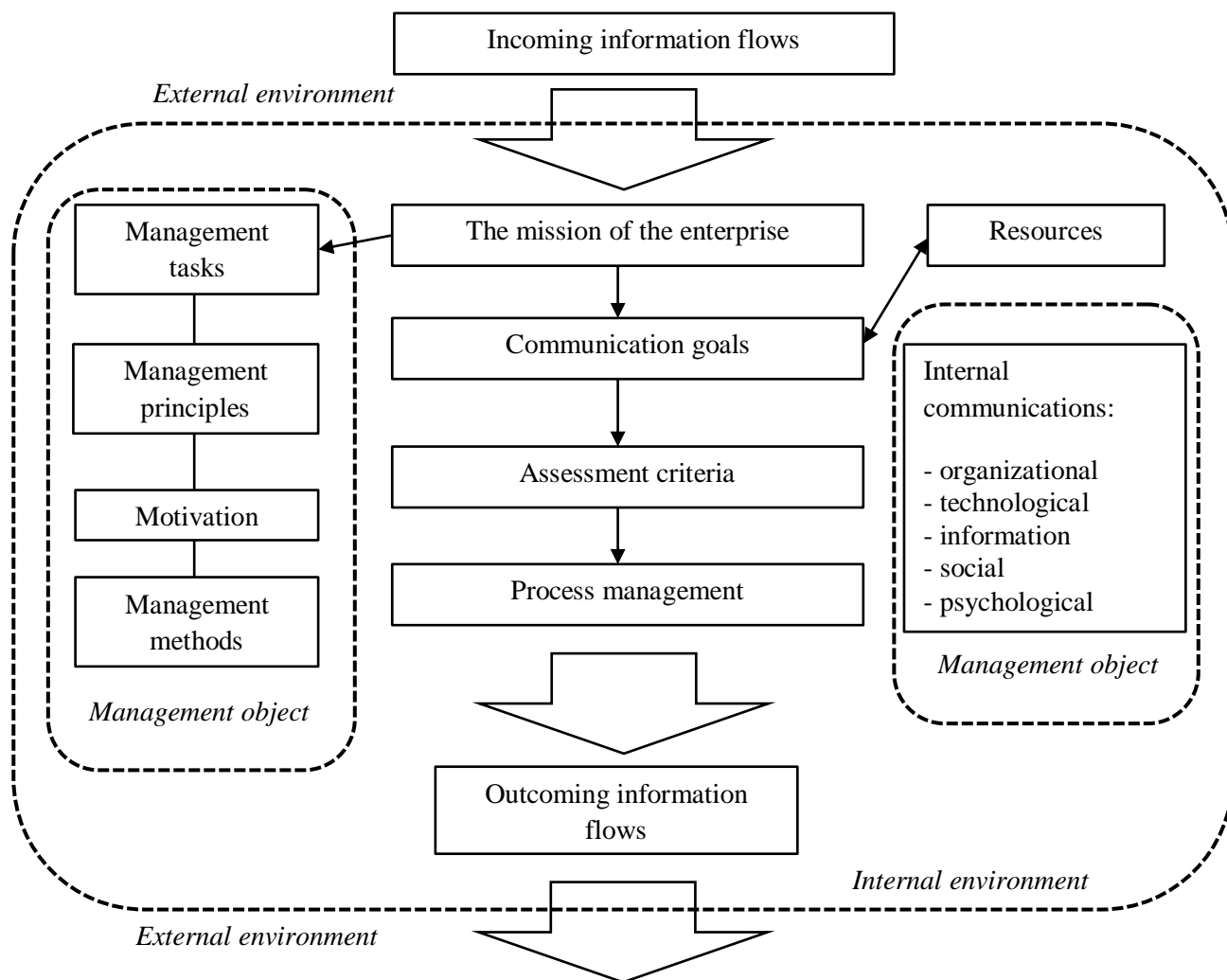


Figure 1 – **The scheme of the interconnection of elements of communication system at the enterprise (compiled based on 6)**

The modern manager must act as an effective communicator, taking into account all the elements of the communication system both within the enterprise and in the external environment.

That is, an effective communication system is a synthesis of organizational theory, management structure, and communication theory. If one acts incompetently in one of the areas – it will affect all other areas and the efficiency of the whole enterprise. The form chosen for communication will affect the views of employees, their motivation, understanding, and support of the company's management and its policies.

Conclusions. Based on our analysis, it can be stated that business communications are an important component of the effective functioning of the enterprise. Communication processes directly influence the building of successful mutual relations between the company and its employees, which, in turn, is the key to the whole enterprise's effectiveness and competitiveness in the market.

The foregoing creates the need to draw attention to the topic of business communications as a component of effective management. When managing an enterprise, it is recommended to choose the corresponding to its activity form of

business communication and develop a set of requirements for communication within the organization, as well as further implement a strengthened control over its effectiveness.

References:

1. Барабанова Н.Р. Структурна характеристика соціально-ділової комунікації в професійній сфері. *Вісник ХДАК.*, 2015. С.100-108.
2. Лозовський, О., & Заяц, О. (2020). УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ. *Збірник наукових праць ЛОГОΣ*, 133-137.
3. Holá, Jana. (2012). *Internal communication in the small and medium sized enterprises. E a M: Ekonomie a Management. Vol.15. P. 32-45.*
4. Авраменко О.О., Яковенко Л.В., Шийка В.Я. *Ділове спілкування: Навчальний посібник. Івано-Франківськ, Лілея-НВ, 2015. 160 с.*
5. Olkkonen, Rami & Tikkanen, Henrikki & Alajoutsijärvi, Kimmo. (2000). *The Role of Communication in Business Relationships and Networks. Management Decision. Vol. 38. P. 403-409.*
6. Radovic Markovic, Mirjana & Salamzadeh, Aidin. (2018). *The Importance of Communication in Business Management.* URL: https://www.researchgate.net/profile/AidinSalamzadeh/publication/328630849_The_Importance_of_Communication_in_Business_Management/links/5bd971994585150b2b9383c7/The-Importance-of-Communication-in-Business-Management.pdf

УДК 656.02

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В ТУРБУЛЕНТНИХ УМОВАХ COVID-19

Данилець Д.А.

Науковий керівник: Левченко Я.С., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Стаття присвячена огляду проблем з якими стикнувся малий бізнес України в цілому та підприємництво галузі транспортних послуг. На сьогодні транспортний сектор, як і інші сектори малого бізнесу, переживають турбулентність в результаті поширення COVID-19 в світі та в Україні. Введення карантинних обмежень призвело до закриття більшості підприємств та фабрик в Україні та у Європі. Це, в свою чергу, вплинуло на обсяги міжнародних транспортних послуг [1]. Визначено місце українського малого бізнесу, визначено його долю в ВВП, оцінено наслідки COVID-19 та зроблено спробу щодо рекомендацій в таких турбулентних обставинах.

Ключові слова: транспортні послуги, малий бізнес, вантажні перевезення, підприємницька діяльність, COVID-19, АСМАП.

Постановка проблеми. Протягом свого історичного існування, людство стикалося з багатьма кризами, які згодом ставали «старт-апами» для розвитку суспільства в цілому, оскільки такі кризи стимулюють працювати за вектором розвитку. Таким випробуванням сучасності стала пандемія COVID-19, яка вплинула на всі сфери економіки держав, на звичний спосіб життя, на соціальну