

інтелектуальні здібності людини. Інтерес до застосування емпатії як основного інструменту в процесі впровадження захоплює, змінює емоційний фон, спонукає переглядати індивідуальні цінності всіх учасників.

Список використаних джерел:

1. Cross N. Design Thinking: Understanding How Designers Think And Work. London; New York: Bloomsbury, 2013. 163 p.
2. Ries E. The Lean Start-up: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. NY: Crown Business, 2013. 328p.
3. Kolko J. The Divisiveness Of Design Thinking. ACM Interactions, 2018. May-June. URL: <http://interactions.acm.org/archive/view/may-june-2018/thedivisiveness>.
4. Vinsel L. Design Thinking Is Kind Of Like Syphilis-It's Contagious And Rots Your Brains. Medium. 2017. Dec. URL: https://medium.com/@sts_news/designthinking-is-kind-of-like-syphilis-its-contagious-and-rots-your-brains-842ed078af29.

Кучеров А. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Діагностика кризового стану підприємства є важливим етапом в управлінні бізнесом. Основна мета такої діагностики полягає в тому, щоб вчасно виявити ознаки кризи та запобігти подальшому зниженню фінансових показників. Для цього використовуються різні методи діагностики, які дозволяють виміряти ступінь кризового стану підприємства.

Для діагностики кризового стану підприємства і виявлення його причин, необхідно використовувати різні методи економічної діагностики. Нижче наведено кілька з найбільш ефективних методів:

1. Аналіз фінансової звітності. Цей метод полягає в оцінці фінансових показників підприємства, таких як баланс, звіт про прибутки і збитки, звіт про грошові потоки. За допомогою такого аналізу можна виявити проблеми з ліквідністю, рентабельністю та стійкістю підприємства до змін на ринку.

2. Аналіз конкурентоспроможності. Цей метод дозволяє оцінити позицію підприємства на ринку та визначити, чи відповідає його товар або послуга

потребам споживачів. В результаті аналізу можна виявити проблеми з маркетингом та позиціонуванням продукту.

3. Аналіз ефективності управління. Цей метод дозволяє виявити проблеми з управлінням підприємством, такі як недостатність контролю за витратами, неправильне планування, слабка мотивація персоналу. За допомогою цього методу можна виявити можливості для покращення ефективності управління.

4. Аналіз ризиків. Цей метод дозволяє визначити можливі ризики, які можуть вплинути на діяльність підприємства, такі як зміни в законодавстві, зміни в економічному середовищі або кризові ситуації на ринку. За допомогою цього аналізу можна визначити можливі шляхи запобігання кризі.

5. Аналіз розвитку підприємства. Цей метод дозволяє визначити можливості для подальшого розвитку підприємства, такі як запровадження нових продуктів або послуг, розширення асортименту, введення нових технологій тощо. За допомогою цього аналізу можна визначити можливі шляхи збільшення обсягів продажів та покращення фінансових показників.

6. Аналіз ділової репутації. Цей метод дозволяє оцінити репутацію підприємства у споживачів, партнерів, робітників та інших стейкхолдерів. Якщо підприємство має погану репутацію, це може впливати на його фінансові показники та спричинити кризу. Аналіз репутації може допомогти виявити проблеми та запровадити заходи для покращення репутації.

Загальний підхід до діагностики кризового стану підприємства полягає в тому, щоб використовувати комплексний підхід і поєднувати різні методи діагностики. Важливо також пам'ятати, що діагностика кризового стану підприємства повинна проводитись регулярно, щоб вчасно виявляти проблеми та приймати заходи для їх вирішення.

Щоб визначити кризовий стан підприємства, необхідно оцінювати результати аналізу за допомогою різних показників. Зазвичай використовують такі показники:

Коефіцієнт ліквідності. Цей показник дозволяє оцінити, наскільки швидко підприємство може перетворити свої активи в грошові кошти. Якщо цей коефіцієнт менше 1, то підприємство може мати проблеми із погашенням зобов'язань.

Коефіцієнт рентабельності. Цей показник дозволяє оцінити, наскільки прибутковим є підприємство відносно своїх витрат. Якщо цей коефіцієнт менше 1, то підприємство може мати проблеми з отриманням прибутку.

Коефіцієнт фінансової стабільності. Цей показник дозволяє оцінити, наскільки стійким є фінансовий стан підприємства. Якщо цей коефіцієнт менше 1, то підприємство може мати проблеми зі здійсненням своєї діяльності.

Коефіцієнт покриття відсотків. Цей показник дозволяє оцінити, наскільки підприємство спроможне оплачувати за борговими зобов'язаннями.

Отже, аналіз показав, що аналіз кризового стану підприємства потрібно проводити комплексно та з врахуванням всіх можливих напрямів розвитку кризової ситуації.

Список використаних джерел:

1. Христич О.В. Аналіз економічного кризового стану підприємства: методологічні підходи та інструменти. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Інформаційні системи та мережі»*. 2018. № 901. С. 95-102.
2. Максименко І.В. Економічна діагностика кризових явищ на підприємстві. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки*. 2019. № 4. С. 113-120.
3. Пономарьов В.А., Сухомлинська О.С. Методика діагностики кризового стану підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка»*. 2019. Том 1(47). С. 66-70.

Куян М. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В УМОВАХ РИЗИКОВАНOSTІ ВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство відіграє значну роль у системі зовнішньоекономічної діяльності проте актуальним є розгляд впливу на нього невизначеності та ризику. Існує проблема управління підприємницькими ризиками при здійсненні валютних операцій, проте економічний ризик є значущим у контексті економічних наукових досліджень, оскільки він багатогранний і різний в контексті соціально-економічних умов його появи та меж адаптації до зовнішньоринкового середовища [1].