

Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)
Інститут економіки імені Паата Гугушвілі
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)
Мерія м. Громадка (Польща)

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2020:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 2–3 квітня 2020 р.)

У семи томах

Том 3. Економіка суб'єктів підприємництва:
актуальні питання сьогодення

Дніпро
Видавець Біла К. О.
2020

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

*Затверджено на засіданні вченої ради факультету економіки
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Поляков М. В. – д-р фіз.-мат. наук, проф., член-кореспондент НАН України, ректор Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, *голова оргкомітету*;

Гринько Т. В. – д-р екон. наук, проф., Заслужений діяч науки та техніки України, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Іванов Р. В. – канд. фіз.-мат. наук, доц., зав. кафедри економічної кібернетики Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Олійник Т. І. – канд. екон. наук, зав. кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Абесадзе Р. Б. – д-р екон. наук, проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі;

Раманаускас Юліус – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

Серджо Велеско – д-р екон. наук, професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у місті Міттвайда;

Дімітров Іван – д-р екон. наук, проф., професор кафедри економіки та управління університету професора доктора Асена Златарова;

Даріуш Павліцин – мер міста Громадка (Польща);

Величко Л. А. – канд. наук з держ. упр., доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Гвініашвілі Т. З. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Тімар І. В. – старший викладач кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2020: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 2–3 квіт. 2020 р. : у 7 т. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020.

ISBN 978-617-645-377-2

Т. 3. Економіка суб'єктів підприємництва: актуальні питання сьогодення. – 2020. – 107 с.

ISBN 978-617-645-380-2

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 2–3 квітня 2020 року в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336
ББК 65.01**

ISBN 978-617-645-377-2

ISBN 978-617-645-380-2 (Т. 3)

© Авторський колектив, 2020

ЕКОНОМІКА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Мірошніченко О. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ АГРАРНОЇ ЛОГІСТИКИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАННЯ

Сільськогосподарський сектор відіграє значну роль в економіці, будучи одним з основних факторів, що впливають на ВВП багатьох країн, особливо в країнах, що розвиваються, де частка цього сектора у ВВП сягає навіть до 50%. Зважаючи на той факт, що в ланцюгах постачання сільськогосподарської продукції (AFSC) є сировинні матеріали і продукти з короткими термінами продажу, і через те, що у вихідних ланках цього ланцюга є живі організми, цей сектор є логістичним викликом.

На відміну від всіх інших секторів економіки, крім вимоги ефективної логістики, вона повинна гарантувати доставку безпечної їжі кінцевим споживачам. Крім того, транспортування харчових продуктів, особливо тваринництва, вимагає застосування спеціалізованої логістичної інфраструктури.

У той же час протягом декількох років вчені спостерігають зростаючі екологічні, соціальні та етичні проблеми і підвищують обізнаність про вплив виробництва та споживання продуктів харчування на природне середовище.

Ці явища привели до посилення тиску з боку організацій споживачів, груп по захисту навколишнього середовища, осіб, що визначають політику, і декількох груп споживачів в агропродовольчих компаніях для вирішення соціальних і екологічних проблем, пов'язаних з їх ланцюгами постачання протягом життєвого циклу готової продукції, від «ферми до самого споживача» [1].

Таким чином, ефективна логістична організація ведення аграрного бізнесу набуває надзвичайно високої актуальності. Аграрна логістика (агрологістика) є видом підприємницької логістики за галузевою диференціацією або ж видами економічної діяльності підприємств.

Безумовно вона, як і всі інші види логістики, може мати раціоналістичний та забезпечувальний типи чи їх інтервальний прояв. Відповідно в системі аграрного менеджменту логістика виступає як в ролі підходу, так і в ролі об'єкту управління [2].

На сьогоднішній день сільськогосподарські підприємства є важливою ланкою в AFSC. Вони виробляють сировину для сільськогосподарської переробки і виробляють свіжі продукти, які прямо або побічно доставляються споживачеві.

Таким чином, якість сировини і продуктів та витрати, одержувані сільськогосподарськими підприємствами, мають значний вплив на кінцеву ефективність всього ланцюга постачання.

Крім того, тип технологій виробництва і логістики істотно вплине на ці витрати і якість через прямого контакту з навколишнім середовищем і живими організмами.

Як повідомляє С. Стачак, конкретні риси сільськогосподарського виробництва можна розділити на первинні і вторинні риси. Первинні ознаки в основному характерні для виробництва рослин, але завдяки їх зв'язку з сировиною вони впливають на характеристики тваринництва і харчової промисловості.

Основні риси призводять до вторинних ознаках виробництва, таким як: оперативність і сезонність використаних витрат і виробництво, диверсифікація виробництва між підприємствами і т. ін.

Сільськогосподарське виробництво характеризується комбінованим застосуванням всіх цих ознак, а не ексклюзивним застосуванням від кожної окремої ознаки, оскільки деякі з цих ознак також є важливими характеристиками лісового господарства, будівництва, харчової промисловості та гірничодобувної промисловості.

Основні риси включають такі елементи [3]:

- тісний взаємозв'язок між сільськогосподарським виробництвом і землею;
- залежність сільськогосподарського виробництва від кліматичних умов;
- залежність сільськогосподарського виробництва від генетичних ознак

рослин і тварин.

Вторинні риси включають такі елементи:

- оперативність економічних процесів;
- сезонність економічних процесів;
- висока диверсифікація виробництва на підприємствах;
- універсальність використання сільськогосподарської продукції.

Більшість перерахованих вище ознак сильно впливають на логістичні процеси в сільськогосподарському підприємстві і всьому ланцюгу постачання.

Список використаних джерел:

1. Velychko, O., & Velychko L. (2017). Management of inter-farm use of agricultural machinery based of the logistical system «BOA». *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 23(4), 534-543.
2. Wajszczuk K. (2016). The Role and Importance of Logistics in Agri-Food Supply Chains: An Overview of Empirical Findings. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/305478060>
3. Mor, R., Singh, S., Bhardwaj A. (2016). Learning on Lean Production: A Review of Opinion and Research within Environmental Constraints. *Operations and Supply Chain Management* 9(1) pp. 61 – 72

Мирошник Р. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ ЕКОНОМІЧНИХ РЕСУРСІВ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Істотним чинником, що визначає рівень ефективності підприємства, виступає склад, обсяг, якість та характер використання ресурсів господарюючого суб'єкта. Оскільки ресурси в економіці завжди були і будуть обмеженими, підприємствам необхідно вишукувати нові способи їх застосування, які дозволять отримати

економічний ефект. Більш економічне і раціональне споживання наявних ресурсів, дозволяє підприємствам домагатися поліпшення показників фінансово-господарської діяльності, а підвищення ефективності використання ресурсів є одним з найбільш затребуваних аспектів їх розвитку.

З метою поліпшення співвідношення обсягу використовуваних ресурсів і одержуваного результату, здійснюється управління підприємством, яке передбачає надання цілеспрямованого впливу на окремі аспекти його діяльності, а саме: на процес виробництва, на трудовий колектив, на формування і використання матеріальних ресурсів, на збутову діяльність та ін. Тому в рамках більш загального поняття «управління підприємством» можна виділити такі його складові частини (компоненти), як управління ресурсами, управління витратами, управління доходами [1].

На нашу думку, економічні ресурси являють собою сукупність об'єктів і умов, що визначають можливості економічної діяльності. Як економічна категорія це поняття виражає інтереси різних суб'єктів: держави, юридичних осіб, в тому числі підприємств, фізичних осіб, які є власниками, розпорядниками, користувачами ресурсів. Ці відносини можуть бути складними і суперечливими в залежності від їх соціально-економічного характеру.

Економічні ресурси підприємства, які можуть бути використані для створення продукції, характеризують його економічний потенціал. Його утворюють як вже наявні в розпорядженні підприємства ресурси, так і ті, які можуть бути додатково залучені. Тобто економічний потенціал можна охарактеризувати загальним максимальним обсягом ресурсів, який може бути використаний в майбутньому, і його можна розглядати як можливі ресурси майбутньої діяльності підприємства. Якщо діяльність відбулася і результат був отриманий, то можна говорити про те, що були задіяні рушійні сили і причини, тобто чинники, що забезпечили отримання результату.

В процесі здійснення виробничої, управлінської, фінансової, комерційної діяльності підприємства відбувається трансформація ресурсів. Кожне з пере-

лічених напрямів діяльності – функціональна сфера управління підприємством – вимагає залучення і використання певного набору ресурсів, що характеризуються такими ознаками, як кількість, якість, можливості застосування, вплив на результат діяльності. Очевидно, що використання економічних ресурсів в рамках кожного функціонального аспекту, здійснюється для досягнення спільної мети, однак внесок різних ресурсів (факторів) в її досягнення може бути неоднаковим. Так у відомій методиці Дюпона оцінюється вклад в забезпечення рентабельності підприємства його економічної, фінансової, комерційної діяльності [2]. Відповідно можна говорити про ефективність використання виробничих, комерційних і фінансових ресурсів підприємства.

Використання ресурсів не є статичною категорією, оскільки на них чиниться вплив в ході управління підприємством. Управління підприємством є найважливішим соціально-економічним явищем, значення якого постійно зростає в міру розвитку виробництва. На наш погляд, управління підприємством необхідно розглядати як діяльність, спрямовану на оптимальний розподіл та ефективне використання ресурсів. Чим менше виробничих ресурсів використовується для створення одиниці продукції за умови виконання планових завдань за термінами, обсягом та якістю, тим ефективніше управління виробництвом. Управління ресурсами підприємства слід розглядати як вплив суб'єкта управління на послідовний процес формування ресурсів, їх трансформації та подальшої передачі іншим економічним агентам [3].

Ефективність управління ресурсами підприємства визначається співвідношенням вартості результатів виробництва і використовуваних для досягнення результату ресурсів. На основі такого підходу визначається ефективність діяльності підприємства в цілому. Ефективність управлінської діяльності щодо поліпшення використання ресурсів визначається співвідношенням економії цих ресурсів, що розраховується різними способами, і витратами на реалізацію заходів, що забезпечують цю економію. У зв'язку з цим надзвичайно актуальною в сучасних умовах є розробка методів оцінки заходів, що здійснюються на підприємстві з метою поліпшення використання виробничих ресурсів.

Таким чином, для того щоб домогтися максимально можливої ефективності, на підприємствах здійснюється управління ресурсами в цілому, яке дозволяє найкращим чином використовувати всі доступні умови і можливості створення економічних благ. Більш точне розуміння зв'язку різних економічних явищ і процесів, що визначають ефективність діяльності підприємства, дозволить в кінцевому результаті підвищити ефективність управління в складних і динамічно мінливих умовах сучасної економіки.

Список використаних джерел:

1. Багрій К. Л. Особливості аналізу ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства / К. Л. Багрій // Вісник Луцького національного технічного університету. – 2010. – № 7 (25). – С. 50–58.
2. Гринько Т. В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства / Т. В. Гринько // Економічний вісник «Запорізької державної інженерної академії». – 2016. – Вип. 2. – С. 102-105.
3. Кащена Н. Б. Удосконалення методики аналізу виробничих ресурсів підприємства / Н. Б. Кащена, О. В. Цуконова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2011. – № 2. – С. 128–135.

К. е. н. Михайленко О. Г., Петряєв Б. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

COMMERCIAL COMPETITIVENESS

In today's world, competition is the basis for the functioning of market and market economy mechanisms. Competition in trade is specific, it has certain features associated with the functions performed by trade. The main function of trade is the sale of goods, meeting the solvent demand of the population for specific means of consumption. Carrying out this function, trade influences production in the direction of public recognition of expediency of production of certain goods. Trade more and more interferes in production, its technology, putting forward strict requirements to the assortment, volume and quality of goods, terms of production, binds producers and buyers, acting as an intermediary between supply and demand [1, p. 153].

The role of the intermediary between the supply and demand determines the necessity for the enterprises of the branch to study both the possibilities of commodity producers and the demands of consumers. To succeed in competition, trade enterprises should carefully study the price and quality characteristics of goods offered by producers, and evaluate and compare their competitiveness

Another important aspect of the management of an enterprise and its relationship with financial, credit, investment and other organizations is to assess competitiveness. Assessment is the result of determination and analysis of qualitative and quantitative characteristics of the object, which are as follows and the management process itself. Evaluation provides an opportunity to establish how the enterprise works or the goals are achieved, how changes and improvements in the management process influence the competitiveness of the enterprise.

The main elements of evaluation are in an appropriate relationship with each other. The evaluation process also happens in a certain sequence and requires a clear organization. With these requirements in mind, a mechanism for the evaluation process has been developed. Assessment of the competitiveness of trade enterprise is a study that allows to study the features of the enterprise, its position in the market, the efficiency of activities and competitive advantages. On the basis of their study in the process of evaluation are developed measures to eliminate the causes of deficiencies in the work, identifying ways to stabilize the position and development of the enterprise in the future [4, p. 237].

The subject of assessment of enterprise competitiveness is the result of all types of its activities, formed under the influence of objective and subjective factors and are reflected through the system of economic information. Thus, to assess the competitiveness of an enterprise is to establish the ability of the enterprise to continue its economic activity for further development of the enterprise, as well as to provide information to substantiate the relevant management decisions. In methodological terms, competitiveness assessment can be presented as a set of evaluation principles, indicators, comparison criteria and assessment methods. Proceeding from the objective,

the competitiveness of the enterprise is assessed using certain methods. Domestic scientists [5] call complex methods the most profound methods of enterprise competitiveness assessment, as they are oriented to the analysis of the whole range of the most important parameters of enterprise functioning.

The advantage of such methods is to obtain reliable and most accurate information about the competitiveness of the enterprise, its advantages and «bottlenecks» on the most extended list of comparative advantages. In addition, some scientists [6] note that the assessment of enterprise competitiveness should be based on a complex, multi-dimensional approach and take into account both the internal and external environment, the level of financial stability of the enterprise and the real situation of competitor enterprises.

So, the analysis of methods to determine the competitiveness gives an opportunity to investigate the market situation under conditions of constant changes, to define the competitors' priorities, to analyze the opportunities to expand the market and is the basis for developing measures to ensure the competitiveness of the enterprise.

Список використаних джерел:

1. Власова Н. О., Філіпенко О. М. Формування економічної стратегії підприємств роздрібної торгівлі: навч. посібник. – Харків: ХДАТОХ. –2001. – 240 с.
2. Стаханов В. Н., Шеховцов Р. В. Торгова логістика: навчальний посібник. – Видавництво «ПРІОР». – 2000. – 112 с. посіб. – Х.: ХДУХТ, 2003. – 152 с.
3. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексик О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник / – К.: КНЕУ. – 2003. – 316 с.
4. Сомова О. Є. Вартісна оцінка рівня конкурентоспроможності екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». ПВНЗ Європейський ун-т. – К. – 2008. – С. 19.
5. Закревська Л. М. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України : дис. канд. екон. наук: 08.06.01 – К., 2005. – 211 с.

Морока Д. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Мотивація – це певний стимул, за допомогою якого люди досягають поставлених цілей. Це є спонукання до роботи, через яке використовуються мотиви людини для досягнення особистих цілей або цілей усього підприємства. Крім того, це є внутрішня умова, яка активізує поведінку і надає їй потрібне спрямування. Ключові елементи поняття «мотивація» наведено на рис. 1.

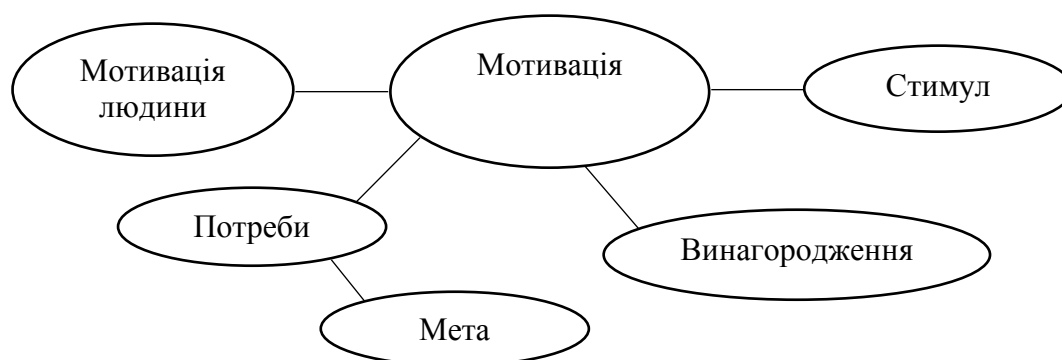


Рис. 1. Ключові елементи поняття «мотивація»

Мотивація працівників – надзвичайно важливе питання, що визначає успіх діяльності усього підприємства. Ефективне управління персоналом підприємства сфери послуг в сфері людських ресурсів неможливе без хорошого знання основних людських потреб і мотивації. В цьому випадку необхідно правильно і ефективно використовувати мотивацію працівників на підприємстві [1]. Аналізуючи мотивацію персоналу підприємства сфери послуг, слід звернути увагу на такі завдання:

- формування у адміністрації підприємства (керівників) сучасних соціальних, демократичних методів та підходів щодо керування персоналом;
- формування усвідомлення кожного працівника на підприємстві щодо сутності і значення мотивації.

Наведемо декілька способів мотивації персоналу підприємства сфери послуг:

- нормативна мотивація. Керівництво підприємства вживає заходів по психологічному впливу на працівників. Наприклад, переконання та інші методи;
- мотивація – це не психологічний вплив безпосередньо на працівника, а вплив на зовнішні фактори, що впливають на людину. Це може бути досягнуто шляхом використання певних пільг (стимулів), які працівники використовують для виконання завдань, поставлених менеджерами (керівниками);
- примусова мотивація – не найкращий спосіб мотивації, але це звичайне явище у нашій країні. Ключовим аспектом цього підходу є використання погроз і насильства з боку керівництва до працівників підприємства, якщо ви не хочете виконувати завдання.

Також слід згадати методи стимулювання персоналу підприємства сфери послуг:

1) матеріально – грошове:

- впровадження та розвиток більш сучасної системи стимулювання працівників, при якій сума заробітної плати в першу чергу залежить від категорії персоналу;
- оплата навчання, виплата одноразової допомоги працівникам з нагоди важливих свят у їхньому житті (день народження та ін.);
- можливість підвищення суми заробітної плати (%) у разі підвищення продуктивності праці;

2) матеріально – негрошове:

- преміювання працівників певними «плюшками». Наприклад, квитками в кіно, тури на короткий термін тощо;
- пільгове користування транспортом підприємства;
- надання працівникам місця відпочинку, де можна швидко приготувати їжу або випити кави;
- організація тимблдінгів для згуртування працівників на підприємстві;

3) нематеріальне:

- програми підвищення якості трудового життя;

- гнучкі робочі графіки, надання можливості самореалізації;
- офіційні привітання від керівництва підприємства (нематеріальні похвали).

Взагалі, формування механізму мотивації працівників підприємства сфери послуг – це досить складний процес, так як на нього впливає велика кількість чинників. На мою думку, найголовніше це зацікавленість працівників у досягненні результату. Але не треба забувати про компетентність керівництва щодо досягнення поставлених цілей задля результатів. З цього випливає, що невід’ємною складовою перспективного розвитку підприємства та гідних умов праці працівників є такий процес як підвищення відповідальності. Бо кожний з трудового колективу на підприємстві сфери послуг повинен усвідомлювати для чого він тут, і яке його основне завдання на цьому місці. Саме такий тип мислення забезпечить працівників перспективною кар’єрою та гідними умовами праці, а споживачам даних послуг – якісним обслуговуванням та забезпеченням на максимальних умовах їх потреб.

У підсумку важливо сказати, що наявність фундаментальної мотивації на підприємстві сфери послуг дає можливість прогресу в плані ефективної діяльності працівників (підвищення продуктивності праці – що є хорошим показником для підприємства у цілому; покращення умов праці та велика кількість стимулів – для самих працівників). Тільки у цьому випадку працівники підприємства сфери послуг почнуть усвідомлювати свою діяльність не тільки як роботу (праця, за яку вони отримують матеріально-грошову винагороду), а найголовніше – почнуть отримувати від своєї діяльності справжню насолоду.

Список використаних джерел:

1. Hviniazhvili, T., Grynko, T. (2019) Innovative strategies of business entities staff management // Управління розвитком суб’єктів підприємництва в умовах викликів XXI століття: Колективна монографія: за заг. ред. Т.В. Гринько. – Дніпро: Біла К.О. – С. 174-203.

Москаленко Г. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Використання трудового потенціалу є реалізацією трудових і кваліфікаційних здібностей і навичок працівника, трудового колективу і суспільства в цілому. В умовах ринку раціональне використання трудового потенціалу полягає в більш повному виявленні та реалізації здібностей кожного працівника суб'єкта підприємництва, використанні праці творчого характеру, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівників за рахунок стимулювання і оцінки внеску кожного працівника в кінцевий результат.

Трудовий потенціал установи відіграє провідну роль у вирішенні науково-технічних, організаційних і економічних завдань господарювання. Ефективна діяльність установи залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього економічного потенціалу, а й від компетенції персоналу. Окремі аспекти управління трудовим потенціалом установи висвітлені в роботах провідних вітчизняних і зарубіжних вчених та науковців, серед них на особливу увагу заслуговують роботи Алавердова А. Р., Астахова Н. І., Башмакова В. І., Бородавкіна Е. Е., Генкіна Б. М., Дуракова Є. Б. та ін. Слід окреслити сутність трудового потенціалу та його складових у системі управління бізнесом. Мета досягається шляхом дослідження структури та змісту трудового потенціалу як частини системи управління бізнесом з визначенням зміни його смислового змісту. На основі широкого огляду економічної літератури можна зробити висновки, що «трудовий потенціал можна інтерпретувати як: інтегральний показник кількісних та якісних параметрів економічно активного населення, яке, піддаючись операціям формування, перетворення, переселення та реалізації, здійснює фізичну, кар'єрну, професійну та перенесення кваліфікації в просторовому та часовому інтервалі»; «сукупність працездатного населення,

інтелектуальний розвиток, компетенції, здібності, досвід, моральні цінності, звичаї, традиції, ідеології та патріотизм створюють джерело конкурентної переваги бізнесу». Підвищення трудового потенціалу підприємства здійснюється за такими напрямками:

1. Збільшення фізичного капіталу. Фізичний капітал включає машини та обладнання, будівлі, бункери для зерна та землю. Господарства прийняли технології, які використовують десятиліття відносно менше робочої сили та відносно більше капіталу. Тут «важливим моментом є визначення того, чи призвело збільшення фізичного капіталу на господарстві до покращення ефективності праці та трудового потенціалу. Звичайно, важливо також визначити, чи покращила прибутковість придбання активів. Вплив збільшення фізичного капіталу чи придбання активів має два аспекти. По-перше, чи збільшувалась кожна покупка активів технічної та економічної ефективності? Технічна ефективність стосується здатності суб'єкта підприємництва ефективно виробляти продукцію для заданого рівня вхідних ресурсів, тоді як економічна ефективність вимірює здатність суб'єкта підприємництва виробляти продукцію з найменшими витратами на одиницю продукції. Щоб відповісти на це питання, важливо переконатися, що переваги кожної покупки активів перевищують витрати. По-друге, як кожна покупка активів впливає на здатність до розширення чи збільшення економії масштабу? Зокрема, чи дозволили придбання активів більш ефективно використовувати робочу силу? Витрати на працю, безумовно, є одним із витрат, пов'язаних із економією масштабу або відповіддю на витрати на одиницю із збільшенням обсягу виробництва».

2. Збільшення людського капіталу. Людський капітал являє собою знання та навички, які люди набувають через освіту, досвід та навчання. Важливо, щоб керівники суб'єкта підприємництва оцінювали свої поточні навички управління та прогалини. Контрольні списки вмінь можуть забезпечити цю самооцінку.

3. Технологічні зміни. Впровадження технологій часто сприяє більш ефективному використанню робочої сили та призводить до економії масштабу

та конкурентної переваги з кількох причин. По-перше, перші користувачі технології часто отримують вище середнього прибутку. По-друге, суб'єкти підприємництва, які не застосовують корисну технологію, стають все більш неефективними. Технічні зміни є ключовим рушієм продуктивності та рентабельності. Межа виробництва для суб'єкта підприємництва, яка представляє взаємозв'язок між сукупним випуском продукції та сукупним вкладом, швидко зміщується вгору. Зрушення у сфері виробництва майже напевно триватиме. Наступні удосконалення технологій розширяють використання роботів, штучного інтелекту та аналізу даних. Це призводить до пари дуже важливих питань, які потребують вирішення окремих господарств. Чи є в нашому господарстві механізми для повноцінного оцінювання потенційних нових технологій? Чи є у нас можливість та гнучкість фінансувати кілька нових технологій?

Таким чином, трудовий потенціал суб'єкта підприємництва являє собою відношення виробництва на одного працівника. Орієнтовними показниками ефективності праці (загальна вартість праці, поділена на валовий дохід) та продуктивності праці (валовий дохід на одного працівника) є міра ефективності праці нижче 9,1 відсотка. Ефективність праці та продуктивність праці можна підвищити за рахунок збільшення фізичного капіталу на одного працівника; за рахунок збільшення людського капіталу на одного працівника; та / або шляхом використання нової технології.

Список використаних джерел:

1. Harkava, V.F. (2017). Formation of labour potential of the region as the basis of state regional policy, *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, 3(08), p. 359 – 362.
2. Hren, L.M. (2017). Subject matter of Ukraine's vocational training's development: state administrative aspect, *Visnyk Nats. un-tu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy : Derzh. upravlinnia*. Kharkiv : NUTsZU, Vol. 2 (7), p. 250-261.

К. е. н. Олійник А. С.

Полтавська державна аграрна академія (Україна)

**ОЦІНКА ПАРАМЕТРІВ СТІЙКОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

Дійсний стан будь-якої галузі або економіки в цілому, має визначатися не тільки динамікою виробництва валової продукції, але й станом основних факторів виробництва і ефективністю їх використання. Ознаками подолання кризової ситуації та стійкої економічної динаміки аграрного виробництва, можуть служити розширене відтворення, нарощування виробничого потенціалу, поліпшення параметрів фінансового стану господарюючих суб'єктів, раціоналізація економічних і організаційно-управлінських механізмів та ін. Для досягнення названих результатів необхідним є формування відповідних зовнішніх і внутрішніх умов функціонування господарського механізму АПК. Необхідно комплексно враховувати аритмічність природно-економічних факторів аграрного виробництва, здійснювати постійний моніторинг індикаторів ринкової кон'юнктури, системно оцінювати ризики і застосовувати ефективні методи їх мінімізації.

Сталий розвиток неможливий без постійного відтворення відносин власності та орієнтації елементів господарського механізму на підтримання оптимальної пропорційності і стабільних темпів розвитку відтворення. При цьому не можна недооцінювати роль державного регулювання, а також фінансової та нефінансової підтримки галузі, без якої вітчизняна продукція в умовах лібералізації ринків буде поступатися в конкурентоспроможності імпорту. Додатково необхідно зазначити і те, що для здійснення розширеного відтворення важливо забезпечувати не просто стійкість відтворення, а ефективну стійкість.

Стійкість, будучи головним критерієм існування будь-якої системи (в тому числі економічної), забезпечується шляхом взаємодії внутрішніх складових елементів з певними зовнішніми факторами [1].

Саме різноплановість і велика кількість чинників, а також складність технологічного процесу в сільському господарстві зумовлюють необхідність пошуку комплексу оціночних параметрів і показників, що дозволяють комплексно оцінити економічну динаміку господарських суб'єктів в аграрному секторі та стійкість розвитку агровиробництва в кризових умовах.

За основу оціночних параметрів можуть бути взяті показники, що характеризують ефективність сільськогосподарського виробництва, але з методологічної точки зору обмежуватися тільки ними не припустимо, оскільки стійкість розвитку сільського господарства визначається сукупним соціально-економічним потенціалом. Звідси комплекс параметрів і показників, які дозволяють об'єктивно оцінювати ступінь стійкості розвитку агровиробництва в кризових умовах, повинен відповідати допустимим кількісним параметрам, на підставі яких можна комплексно оцінити економічну динаміку в сільському господарстві і ступінь подолання негативних тенденцій в кризових умовах.

Методологічно правильним буде їх розмежування за такими ознаками як:

- об'єкти оцінки: параметри для галузі в цілому (макрорівень) та конкретного підприємства (мікрорівень);
- за змістом оцінюваних параметрів: організаційно-виробничі і фінансово-економічні;
- за тимчасовим аспектом оцінки: поточні (дають прогноз можливостей подолання кризової динаміки в найближчій перспективі) і перспективні (що дозволяють оцінити ймовірність збереження стійкого позитивного тренду в більш віддаленій перспективі).

Необхідність виділення двох об'єктів оцінки – сільського господарства в цілому і окремого підприємства – обумовлена неповним збігом оціночних параметрів. Наприклад щодо конкретного підприємства, то його можна оцінити на ймовірність фінансової неспроможності, скориставшись моделлю Альтмана (іншим аналогічним індексом або методикою). Для галузі в цілому подібна оцінка буде некоректною, а в якості подібного критерію доцільно використовувати питому вагу сільськогосподарських підприємств, що знаходяться на стадії банкрутства. Крім того, необхідно враховувати, що загальна результативність

галузі формується як сумарний результат діяльності всієї сукупності окремих господарюючих суб'єктів. Внаслідок чого необхідність дослідження показників окремих сільгосптоваровиробників, дозволить виявити не тільки їх поточні проблеми, але й загальні перспективи розвитку галузі в цілому.

Таким чином, виділення організаційно-виробничих і фінансово-економічних параметрів пов'язано з відмінностями в їх сутнісному змісті. Організаційно-виробничі параметри відображають вплив організації виробництва і управління, ресурсного та технологічного потенціалу (факторів виробництва) на стійкість розвитку галузі або підприємства в кризових умовах і на можливості їх подолання. З їх допомогою можна оцінити виробництво сільгосппродукції та рівень сформованості ресурсної бази підприємств. Відстеження їх динаміки дасть можливість об'єктивної оцінки рівня коливання виробничих результатів, а отже здійснення поглибленого факторного аналізу відхилень від запланованих оптимальних рівнів виробництва за видами продукції.

Список використаних джерел:

1. Олійник Т. І. Ризик менеджмент – фактор забезпечення економічної безпеки підприємств стабільного розвитку України / Т. І. Олійник // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2018. – Випуск 5 (17). – С. 115–118.

К. е. н. Олійник Є. О.

Полтавська державна аграрна академія (Україна)

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

Управління агропромисловим підприємством в умовах ринкової економіки передбачає, що менеджмент орієнтується на ринковий попит і потреби, на створення виробничих одиниць, що займаються виробництвом нових видів продукції на які є попит; забезпечення більшої ефективності виробництва і отримання оптимальних результатів за рахунок скорочення до мінімуму

витрат; створення таких умов, які забезпечували управлінському персоналу свободу дій і господарську самостійність, можливість постійно коригувати цілі та завдання в залежності від ринкової кон'юнктури.

Менеджмент в АПК створює систему виробництва і управління, в основі якої є міжгосподарська кооперація і агропромислова інтеграція що забезпечує зв'язок між доходами агропромислових формувань і результатами реалізації продукції. Ефективна робота галузей агропромислового комплексу завжди пов'язана з вивченням особливостей раціональної діяльності апарату управління підприємством в системі АПК, принципів і методів роботи з трудовими колективами для досягнення високих показників в результаті виробництва.

Координація роботи агропромислових підприємств, що відносяться до окремих спеціалізованих галузей і займаються переробкою і збутом, багатоплановим розвитком логістики та її складових – зберіганням і перевезенням виробленої продукції, дозволяють об'єднувати самостійні господарські підрозділи в єдине формування з орієнтацією на задоволення попиту споживачів, становить особливість розвитку менеджменту в агропромисловій галузі. Агропромислові підприємства метою своєї діяльності ставлять задоволення споживчого попиту в екологічно чистій продовольчій продукції, а також забезпечення промисловості сільськогосподарською сировиною для вирішення соціальних і економічних завдань щодо підвищення життєвого рівня населення [1].

Виходячи зі світової економічної практики, на досягнення стійкого функціонування ринку і прискореної динаміки розвитку виробництва мають вплив фактори щодо формування структури управління агропромисловими підприємствами, які поділяються на зовнішні та внутрішні. До першого факторного впливу відносяться цілі, принципи та методи управління, які залежать від соціально-економічної природи економіки і економічних відносин, і сформовані з урахуванням різноманітних форм власності в сільськогосподарському секторі, територіальне розміщення, підпорядкованість, а також інтеграція і кооперація. Внутрішні фактори втілюють в собі організаційну форму підприємства,

розмір виробництва та його тип, рівень спеціалізації і виробничої кооперації, рівень оснащення виробничими потужностями, природні та господарські умови, забезпеченість кадрами і кваліфікаційний рівень персоналу.

Зокрема управління підприємствами агропромислового комплексу має за основну мету – адаптацію та інтеграцію всіх складових аграрно-промислового виробництва до ринкових умов господарювання, що дозволяють забезпечити продовольчу безпеку країни. І на сьогоднішній день управління розвитком АПК являє собою складну організаційну структуру, яка включає:

- сільськогосподарське виробництво, розвиток якого направлено на те, щоб оптимізувати і розвивати виробничі процеси;

- впровадження в сільському господарстві наукову організацію праці, яка орієнтована на створення необхідних умов що дозволяють і сприяють всілякого розвитку людського капіталу, в тому числі можливостей, які мають на меті підвищення продуктивності праці;

- менеджмент розвитку аграрного сектора, представлений як сукупність засобів техніко-економічного і соціального характеру, які забезпечують цілеспрямований вплив процесу управління на технологічну і соціальну сфери сільськогосподарського виробництва та отримання від цього соціально-економічної ефективності по максимуму.

Технологія і організація сільськогосподарського виробництва, його розміщення і спеціалізація, маневри існуючими ресурсами і технологіями, що використовуються в умовах непередбачених змін впливу клімату та інших природних факторів на відтворювальний процес, вимагають відповідних змін. Наявна система ризиків також повинна бути врахована в повній мірі. При цьому виникає необхідність ризику-менеджменту, що дозволяє домагатися погашення, попередження, зменшення сукупності ризиків, які несприятливо впливають на відтворювальні процеси і сприяють підвищенню шансів на те, щоб отримати високий підприємницький дохід.

Таким чином, розвиток менеджменту в агропромисловому комплексі на сучасному етапі не можна уявити без урахування існуючих проблем агропродовольчого виробництва, забезпечення безпеки застосовуваних інноваційних технологій, потреб у кваліфікованих кадрах, дотримання принципів якості та безпеки продукції що виробляється, рівноправної і вмотивованою політики в системі управління виробництвом.

Застосування моніторингу зовнішніх і внутрішніх факторів організації, переваг і недоліків у системі менеджменту в агропромисловому комплексі, дозволить підвищити результативність методів управління, забезпечити якість, безпеку та ефективність використання матеріальних, фінансових, енергетичних і трудових ресурсів шляхом впровадження нових сучасних інноваційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Управління якістю продукції: сутність, принципи, основні підходи / Є. О. Олійник, А. С. Олійник, О. Г. Пилипченко, О. Г. Пугін // Агросвіт. – К.: Науково-практичний журнал РВПС України НАН України, 2019. – № 23. – С. 79–86.

К. е. н. Олійник Т. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**АНТИКРИЗОВЕ ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ
В ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

Тенденція світових фінансових криз засвідчила, що на сьогодні вітчизняні підприємства недостатню увагу приділяють розробці та впровадженню механізмів антикризового фінансового управління, через що стають незахищеними проти її прояву.

Дослідженню проблеми з системного формування антикризового фінансового управління приділяється значна увага як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Серед яких слід акцентувати увагу на такі наукові праці авторів: Т. С. Клебанової,

Л. О. Лігоненко, О. О. Терещенко, Г. Г. Бондарєва, Е. Г. Бровкова, Е. В. Мартиненко, З. М. Холод, А. М. Штангрет, Ю. С. Ребрик.

Загальна система антикризового фінансового управління потребує виокремлення певної підсистеми підприємства – підсистеми інформаційного забезпечення, яка представляє собою «...функціональний комплекс щодо забезпечення процесу безперервного і цілеспрямованого підбору відповідних інформативних показників, необхідних для здійснення аналізу, планування і підготовки ефективних та оперативних управлінських рішень за всіма аспектами діяльності підприємства» [1].

Сутність антикризового фінансового управління підприємством розкривається через системний підхід, який дозволяє розглядати управлінський аспект як певний вплив на множину взаємодіючих між собою бізнес-процесів. При цьому проявом ефективності такого управління, є «...здатність управлінського персоналу передбачати та прогнозувати складні економічні явища, що вбачається у гнучкому підході до управлінського процесу, а ресурси мають розподілятися відповідно до антикризових пріоритетів» [3].

Ефективність антикризового фінансового управління забезпечується заходами, які слугують його основою і, як очікується, повинні надати певну результативність в організаційних та управлінських аспектах, сприяти збільшенню обсягу виробництва, покращенні фінансового становища підприємства [4]. При цьому тут важливий немонетарний критерій ефективності, під яким необхідно сприймати рівень досягнутої головної мети антикризового управління – виявлення та попередження банкрутства. Проте досягнута мета має властивість різнитись в залежності від ініціаторів антикризових заходів. Так для підприємства – це запобігання банкрутству і забезпечення фінансового його оздоровлення в довгостроковій перспективі, для контрагентів – сплата зобов'язань підприємства.

Практично, доцільно розрахувати прогнозне та фактичне значення ефективності антикризових заходів. Прогнозований ефект антикризових заходів отримується внаслідок формування та експертного дослідження планів

з фінансового оздоровлення підприємства. В цьому контексті є прояв становлення антикризового менеджменту на підприємстві, основою якого є складання звітів про виконану роботу, де отриманий певний результат слугуватиме в якості критерію оцінки ефективності антикризового управління.

В управлінській структурі підприємства антикризові фінансові заходи виокремлюється у комплекс постійно діючих специфічних методичних прийомів, які є складовими процесу управління і націлені на профілактику, попередження, подолання фінансової кризи та ліквідацію її наслідків за допомогою всього потенціалу фінансової підсистеми підприємства.

Антикризове фінансове управління постає необхідним атрибутом системного управління, що дає можливість для реалізації заходів із впровадження інноваційних напрямів розвитку підприємства. Крім того, надається змога розглядати його як одне із специфічних систем управління, пов'язаних з управлінням виробничо-фінансовим аспектом діяльності підприємства, що забезпечує його фінансову стійкість та платоспроможність, і відноситься до підсистеми антикризового управління загалом. За такого підходу антикризове фінансове управління може бути ефективним або неефективним. Ефективність антикризового фінансового управління проявляється характерним ступенем досягнення поставлених цілей, це заходи з попередження, подолання, пом'якшення або локалізація фінансової кризи [2].

Заходи антикризового фінансового управління логічно розглядаються як підсистема загальної системи управління бізнес-процесами підприємства, головним завданням якої є своєчасна діагностика передкризового стану з прийняттям необхідних заходів попередження кризових явищ. При цьому антикризове фінансове управління призвано бути успішним, якщо воно своєчасне і носить превентивний безпековий характер.

Список використаних джерел:

1. Олійник Є. О. Фінансово-економічна безпека у діяльності сільськогосподарських підприємств: об'єкт антикризового управління : монографія «Фінансове забезпечення

- аграрного сектору: вітчизняний та зарубіжний досвід» / за ред. Н. М. Давиденко. – К.: НУБіП України : Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2017 – 454 с. (Авторський колектив). П. 4.2. – С. 394–412.
2. Олійник Т. І. Ризик менеджмент – фактор забезпечення економічної безпеки підприємств стабільного розвитку України / Т. І. Олійник // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2018. – Випуск 5 (17). – С. 115–118.
 3. Турило А. М. Оцінка вартості підприємства в системі фінансово-економічної стратегії його розвитку / А. М. Турило // Фінанси України. – 2010. – № 5. – С. 95-100.
 4. Чумаченко М. Г. Економічна модель оцінки імовірності банкрутства українських підприємств / М. Г. Чумаченко // Економіка та держава. – 2015. – № 3. – С. 34–41.

Онищенко В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Формування та оцінку підприємницького потенціалу розглянемо на ТОВ «ФАКТОР». Основні «види діяльності підприємства за КВЕД:

10.61 Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості;

10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання (основний);

10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання;

46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля;

47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах» [1].

Механізм управління потенціалом ТОВ «ФАКТОР» виконує чотири основні функції:

1. Планування. Підприємством використовуються такі стратегії, як скорочення витрат, зміна цін, а також цільові стратегії: маркетингова, виробнича,

фінансова, конкурентна і т. д. Ефективність стратегії ТОВ «ФАКТОР» базується на стійкій конкурентній перевазі. Підприємство має конкурентну перевагу, коли воно має кращі можливості у залученні клієнтів і боротьби проти конкурентних сил, ніж у конкурентів. При розробці стратегії враховуються ринкова мета фірми та вид конкурентної переваги, якої вона намагається досягти.

2. Організація. Формування організаційно-економічного механізму господарювання починається з розробки організаційно-виробничої структури. Основною складовою організації управління виступає організаційна структура підприємства. Організаційна структура управління підприємством для ТОВ «ФАКТОР» є оптимальною, оскільки передбачає розподіл повноважень відповідно до різних ділянок роботи та передбачає акумулювання загальної інформації та результатів роботи всього підприємства у керівника, який приймає рішення щодо перспективних напрямів роботи підприємства та його ключових проблем, що потребують вирішення.

3. Мотивація. Для того, щоб підвищити прибутковість, у ТОВ «ФАКТОР» застосовується постійне стимулювання і мотивація праці. Мотивація здійснюється за допомогою грошових виплат, підвищення на посаді, публічного визнання досягнень співробітника або забезпечення додаткових соціальних благ. У ТОВ «ФАКТОР» існують такі методи матеріального стимулювання працівників:

- преміювання за високі показники роботи протягом певного періоду;
- преміювання працівників до професійних свят (у % до окладу у відповідності зі стажем роботи у ТОВ «ФАКТОР»);
- преміювання до особистих свят (ювілеїв) (у відсотках до окладу у відповідності зі стажем роботи у ТОВ «ФАКТОР»).

Стимулюючі виплати проводяться, виходячи з цілей, які закладаються в програму стимулювання і мотивації праці. Преміювання працівників за результатами роботи здійснюється періодично раз на місяць. Це передбачено в Положенні «Про оплату праці», Положенні «Про преміювання» і Колективному

договорі підприємства. Розмір премій встановлюється, виходячи із загальних результатів фінансово-господарської діяльності підприємства.

4. Контроль. Внутрішньогосподарський контроль у ТОВ «ФАКТОР» є одним із найважливіших елементів управління і забезпечує інформацією всі рівні керівництва. Для позитивного і дієвого вирішення поставленого завдання на підприємстві розрізняють внутрішньогосподарський контроль в залежності від суб'єктів його здійснення, а саме:

- адміністративний;
- бухгалтерський;
- технологічний;
- спеціальний.

Ефективність управління потенціалом ТОВ «ФАКТОР» враховує аналіз:

- керівного потенціалу, як сукупності всіх ресурсів, що використовуються системою;
- витрат на управління, які визначаються складом, організацією, технологією і обсягом робіт з реалізації відповідних функцій керування;
- характеру управлінської праці;
- продуктивності діяльності трудового колективу в процесі роботи організації, реалізації інтересів, досягнення окремих цілей.

Місію підприємства можна сформулювати як задоволення потреби споживачів у продукції, що виготовляє ТОВ «ФАКТОР», та послугах. Необхідність вибору місії обумовлена тим, що підприємство, насамперед, створено для виконання загальнолюдської місії, яка допоможе втілити в життя багато нових ідей та реалізувати певні потреби споживачів.

Список використаних джерел:

1. Офіційні дані по ТОВ «ФАКТОР». Веб-сайт. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/31959328/

Пелихівська Ю. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ

Оплата праці медперсоналу здійснюється за наказом «Про впорядкування умов оплати праці працівників закладів охорони здоров'я та установ соціального захисту населення». Зарплата складається з посадового окладу та/або ставки погодинної оплати праці; надбавок; доплат; премій; матеріальної допомоги. Зарплата нараховується виходячи із системи тарифів, які використовують щоб розподілити роботи в залежності від їх складності, а персонал – відповідно до їх кваліфікації та з урахуванням розрядів тарифної сітки.

Аналіз діяльності КП «ДОСРЦ Солоний Лиман» показав, що «господарська діяльність оздоровчого закладу здійснювалась за рахунок медичних субвенцій, тому матеріальна мотивація персоналу була неможлива – премії були закладені в локальних актах, але їх виплачували в межах фонду заробітної плати, якого часто було недостатньо для покриття основних витрат з заробітної плати».

У зв'язку з низькими зарплатами персонал оздоровчого закладу брав на себе додаткове навантаження для поліпшення свого матеріального становища. Дана ситуація стала причиною зниження ефективності і якості роботи персоналу.

Нарахування оплати праці з використанням тарифної сітки та відповідно до Наказу показало свою неефективність. Дана система не відображає реальні потреби і заслуги медперсоналу і не відповідає потребам ринку. Підприємство має колективні договори, але вони складені з урахуванням вищезгаданого наказу, а премії та доплати прописані в договорі, але виплачуються рідко та в набагато менших розмірах.

«Ситуація на ринку оздоровчих послуг стимулює бюджетні установи вступати в конкурентну боротьбу, так як тепер бюджет медичної організації залежить від якості послуг та професіоналізму лікарів. Для залучення висококваліфікованих спеціалістів – їм необхідно створити сприятливі умови роботи.

Першочерговим завданням є розроблення власної системи оплати праці, яка б стимулювала персонал відповідально ставитись до виконання своїх обов'язків, мала гнучкий графік роботи та передбачала додаткові гарантії молодим спеціалістам тощо». При цьому КП «ДОСРЦ Солоний Лиман» стикається з проблемами.

«Коллективний договір має бути гнучким і зрозумілим: персонал повинен знати, які умови мають бути виконані для отримання певних бонусів, за що можна отримати премію, а за що її можна втратити. Така модель оплати праці має стати інструментом підвищення ефективності роботи персоналу, служити для утримання кращих і залучення молодих фахівців».

На нашу думку, необхідно «створити колективний договір з урахуванням таких рекомендацій:

– розділ про оплату праці, не повинен прив'язуватись до тарифної сітки. Згодом це дозволить після проведення успішної комунікації з власником, застосовувати на підприємстві систему «посадовий оклад + преміювання»;

– виключити підвищення, доплати та надбавки, зазначені цим наказом, які застаріли та не виправдовують себе у сучасних умовах;

– щоб заробітна плата працівників враховувала реалії медичної реформи та трудову участь кожного спеціаліста на підприємстві, передбачити разові й періодичні премії та порядок їх виплати».

Це дозволило б керівництву КП «ДОСРЦ Солоний Лиман» «забезпечити ринкові умови праці для своїх працівників та зберегти висококваліфіковані кадри без конфлікту з власником. Удосконалення системи управління оплатою праці в медичних установах в контексті створення ефективного мотиваційного

механізму повинно базуватися на заходах, що дозволять заробітній платі відігравати ту роль, яку вона повинна виконувати в реалізації соціальних прав людини.

З метою упорядкування оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери, а також створення механізму підтримання на постійному рівні оптимальних міжгалузевих та міжпосадових співвідношень в оплаті праці, основними завданнями удосконалення системи управління оплатою праці є [1]:

- розробка положень про матеріальне стимулювання;
- розробка доповнень до положень про оплату праці;
- розробка системи надання гарантій, пільг, компенсацій;
- визначення основних потреб персоналу через анкетування;
- удосконалення колективного договору»;
- застосування на підприємстві системи зарплати «посадовий оклад + преміювання».

Список використаних джерел:

1. Думанська В. Оплата праці: українські проблеми на тлі світових тенденцій [Електронний ресурс] / В. Думанська // Україна: аспекти праці. – 2015. – № 2. – С. 35-40. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2015_2_8
2. Дячук Д. Д. Задоволеність умовами та оплатою праці, системою мотивації медичних працівників багатопрофільного закладу охорони здоров'я [Електронний ресурс] / Д. Д. Дячук // Український журнал медицини, біології та спорту. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujmbs_2016_2_16
3. Комар А. В. Методологія оплати праці в державних закладах охорони здоров'я [Електронний ресурс] / А. В. Комар та ін. // Фармацевтичний часопис. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Phch_2016_4_10

Петелько Т. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Однією з найважливіших умов виживання та ефективного функціонування підприємства в сучасному ринковому середовищі є його конкурентоспроможність та наявність конкурентної переваги, а отже, стратегії підприємства. Щоб створити конкурентну перевагу, необхідно чітко ознайомитися з цими трьома детермінантами [5].

Вигода. Яку реальну вигоду надає продукт? Необхідно знати особливості продукту, його переваги та те, як вони приносять користь клієнтам. Треба бути в курсі нових тенденцій, які впливають на продукт. Сюди входить нова технологія. Наприклад, газети повільно реагували на доступність безкоштовних новин в Інтернеті.

Цільовий ринок. Хто ваші клієнти? Які їх потреби? Цільовий ринок газет скоротився до тих літніх людей, яким не було зручно отримувати свої новини в Інтернеті.

Конкуренція. Газети вважали, що їх конкуренцією є інші газети, поки вони не зрозуміли, що це Інтернет, який був миттєвим та безкоштовним.

Отже, важливо, щоб досягти успіху, потрібно вміти чітко формулювати вигоду, яку ви надаєте на своєму цільовому ринку, яка краща за конкуренцію. Це ваша конкурентна перевага.

Майкл Портер писав у своїй роботі «Конкурентні переваги», про те що компанія зараз є лідером на ринку, ще не означає, що це буде назавжди. Компанія повинна створити чіткі цілі, стратегії та операції для створення стійкої конкурентної переваги. Портер окреслив три основні шляхи, що забезпечують компанії стійку перевагу, дослідивши сотні компаній [6].

Стратегії витрат та лідерства. Лідерство за витратами означає, що компанії надають розумну вартість за нижчою ціною. Фірми роблять це шляхом постійного підвищення ефективності роботи. Це зазвичай означає платити своїм працівникам менше. Деякі компенсують нижчу заробітну плату, пропонуючи нематеріальні переваги, такі як пільги або рекламні можливості. Такі в «Walmart» і «Costco» хороші приклади лідерства у витратах.

Стратегії диференціації. Диференціація означає, що компанії приносять кращі вигоди, ніж будь-хто інший. Фірма може домогтися диференціації, надаючи унікальний або якісний продукт. Інший спосіб – доставити його швидше або продавати на ринку таким чином, щоб краще досягати клієнтів.

Прекрасним прикладом цього компанія «Apple», а також американська мережа супермаркетів «WholeFoods» та її стратегія пропонувати велику різноманітність органічних продуктів, а не одну полицю або прохід.

Фокусні стратегії. Фокус означає, що керівники компанії розуміють та обслуговують свій цільовий ринок краще, ніж будь-хто інший. Вони або використовують лідерство за витратами, або диференціацію для цього. Запорукою успішної стратегії фокусування є вибір дуже конкретного цільового ринку. Їх цільова аудиторія користується особистими стосунками, які великі банки, можливо, не зможуть надати. Клієнти готові заплатити трохи більше плати за цю послугу. Які ж країни використовують конкурентні переваги.

Країна також може створити конкурентну перевагу. Це називається національною конкурентною перевагою або порівняльною перевагою. Наприклад, Китай використовує лідерство у витратах. Він експортує недорогу продукцію на розумному рівні якості. Індія стартувала як лідер витрат, але рухається до диференціації. Він забезпечує кваліфікованих, технічних, англомовних працівників за розумною заробітною платою. Японія була лідером витрат, який домогся успіху в дешевій електроніці, а потім перемістився до диференціації у якісних брендів, таких як «Lexus». Порівняльна перевага Америки – це інновації. Американські компанії виводять на ринок інноваційну продукцію швидше, ніж

інші країни. Тому Силіконова долина стала інноваційною перевагою Америки [1]. Розробка ефективної конкурентної стратегії для всіх підприємств є важливою необхідністю і має безперечну практичну цінність [3]. Необхідно враховувати, що досягти високих результатів та поставлених цілей можливо лише за умови грамотного поєднання та використання не однієї конкретної стратегії, а їх комплексу, тобто ряду найбільш ефективних стратегій з урахуванням наявних сильних та слабких сторін підприємства. Особливо в умовах мінливого ринкового середовища, що так характерно для сучасного ринку, який постійно змінюється, оновлюється, не зупиняючись, рухається вперед [2]. Для того, щоб бути конкурентоспроможним, підприємство має постійно підлаштовуватись під ці зміни, бути гнучким, розвиватися та постійно вдосконалюватися.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко С. М. Моделювання стратегії конкуренції промислового підприємства: Стратегія економічного розвитку України / С. М. Бондаренко. – Наук. зб. ред. О. П. Степанов. – К.: АСК, 2008. – 408 с.
2. Гвініашвілі Т. З. Науково-методичний підхід до оцінювання ефективності системи стратегічного планування на підприємствах металургійної галузі / Т. З. Гвініашвілі, Ю. О. Буцак // Управління розвитком. – ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – Харків: 2017. – № 3-4. – С. 62-67.
3. Гринько Т. Методичні підходи до вибору стратегічних альтернатив розвитку суб'єктів підприємництва / Т. Гринько, М. Шибецька // Управління розвитком. – 2017. – №1-2(187-188). – С. 94-100.
4. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
5. Дуброва О. С. Стратегічна стійкість підприємства: складові та напрями її забезпечення / О. С. Дуброва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – С. 15-19.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

Попова О. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Головною ціллю оборотних засобів є підтримка безперервного випуску продукції та руху виробництва на всіх етапах кругообігу. Якісне та раціональне використання оборотних засобів характеризується наступними показниками:

- швидкістю оборотних коштів;
- тривалістю обороту;
- залишком оборотних коштів;
- коефіцієнтом оборотності [1].

Усі ці показники у сумі показують наскільки підприємство ефективне, стійке та прибуткове. Одним з показників якісної роботи підприємства є оборотність. Для більш наглядного розуміння, рух оборотних коштів на підприємстві можна зобразити наступним чином.

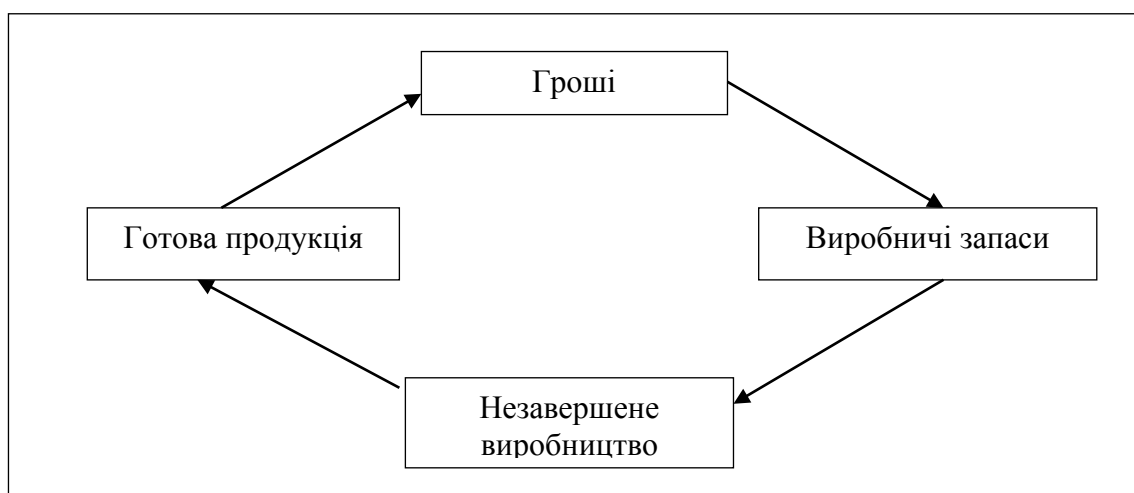


Рис. 1. Рух оборотних коштів на підприємстві

Першочерговою ціллю управління оборотними коштами є скорочення часу їх обороту, тому що від цього залежить кількість коштів, які необхідні підприємству для безперебійного функціонування.

У якості підвищення ефективності використання оборотного капіталу можна запропонувати ряд нововведень, наприклад:

- перехід на механізовану працю, що підвищить швидкість виготовлення одиниці продукції та зменшить витрати;

- впровадження нових технологій виготовлення продукції: вторинна або безвідходна;

- зміна організації праці, різноманітні заходи щодо стимулювання працівників; покращення умов зберігання матеріальних ресурсів, що підвищить строк їх експлуатації;

- зміна матеріально-технічного постачання за рахунок, наприклад, зміни постачальника, тим самим зекономити кошти на логістиці [2].

Економічне та розумне використання окремих елементів оборотних фондів має велике значення у масштабах підприємства.

Першим суттєвим заходом при збільшенні ефективності використання оборотного капіталу є пошук предметів праці із нижчою собівартістю та вищою якістю, це зменшує вартість продукції та кількість їх використання у процесі виготовлення.

Другим вагомим чинником є нормування матеріальних оборотних засобів. Це поняття включає у себе, що кожна одиниця продукції повинна бути виготовлена із певної кількості ресурсів, які прописані у нормах затрачених ресурсів. Якщо якісь показники ресурсів відхиляються від норм, неважливо у який бік, це говорить про неефективне виробництво. Для того, щоб подолати відхилення від норм необхідно раціоналізувати організацію праці, спеціалізувати та сконцентрувати виробництво на одній сфері (або одному товарі) [3].

В якості висновку можна сказати, що оборотні кошти є найважливішим елементом у капіталу будь-якого підприємства, вони постійно знаходяться у русі та змінюють свою форму. Ефективність використання оборотних коштів вимірюється у швидкості їх обороту. Чим швидше гроші проходять усі стадії кругообороту та повертаються у вигляді виручки від реалізації товару, тим якісніше вони використовуються. Також нормування є головним критерієм

використання оборотних коштів, тому що визначення мінімальної, але необхідної величини вартості товару є необхідним для безперебійного процесу виробництва.

Список використаних джерел:

1. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств навч. посіб. [для самост. вивч. дисц.] / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, М. Михайленко. – К.: Знання–Прес, 2006. – 287 с.
2. Окселенко Н. О. Оборотні активи як об'єкт та інструмент фінансового управління [Електронний ресурс] / Н. О. Окселенко. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2011/Economics/10_95638.doc.htm
3. Гринько Т. В. Передумови формування ефективної політики управління оборотними активами підприємства / Т. В. Гринько, М. Р. Бібік // Економіка і менеджмент - 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 9 т. (м. Дніпропетровськ, 23-24 квітня 2015 р.). – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2015. – Т. 2. – С. 20-23.

Примак О. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Процес управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах функціонування суб'єктів господарювання набуває особливої актуальності. Господарська діяльність підприємства знаходиться в умовах постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Такі зміни характеризуються різними ступенями швидкості, динаміки, складності та глибини. Конкуренція є дуже важливим атрибутом ринкової економіки і значущим чинником стимулювання господарської активності, посилення диференціації та підвищення якості продукції, зниження витрат і стабільності економічного зростання.

Конкуренція є основою всього механізму товарного виробництва і ринкового господарства і створює серйозну альтернативу монополізації у сфері економіки.

Головною метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення його життєздатності та стійкого функціонування при будь-яких

організаційно-економічних, політичних, соціальних та інших чинників у своїх внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має відповідати таким принципам:

- адаптивності;
- урахування дії законів організації структур і процесів; інтеграції;
- дотримання вимог сукупності наукових підходів до управління;
- гнучкості;
- клієнтоорієнтованості та орієнтації на конкретні ринки і потреби;
- використання сучасних методів аналізу;
- планування, прогнозування та оптимізації;
- системності та комплексності, використання новітніх комунікацій та технологій;
- динамічності;
- забезпечення конкурентних переваг;
- примноження компетентностей підприємства та нарощення прибутків;
- інноваційності;
- урахування чинників конкурентного середовища та особливостей забезпечення конкурентоспроможності певної галузі.

Для ефективного управління конкурентоспроможністю необхідний об'єктивний інструмент її оцінювання. На сьогодні не існує загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності, кожне підприємство оцінює свою конкурентну позицію власним способом, але діагностика конкурентного середовища підприємства передбачає певну послідовність і охоплює низку етапів:

- 1) виявлення переліку підприємств;
- 2) збір вихідної інформації;
- 3) визначення типу ринку та оцінювання конкурентних сил його суб'єктів;
- 4) оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку;
- 5) аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку;
- 6) побудова конкурентної карти ринку.

Для ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства керівництву компанії необхідно визначити:

- 1) відповідні для підприємства індивідуальні напрямки забезпечення конкурентоспроможності;
- 2) цілі для трьох рівнів управління конкурентоспроможністю – стратегічного, тактичного і оперативного;
- 3) перелік підрозділів, що відповідають за кожен рівень конкурентного розвитку підприємства;
- 4) параметри системи управління конкурентоспроможністю.

Отже, для успішного здійснення своєї діяльності підприємству слід знати своїх конкурентів, намагатися виявити їхні сильні та слабкі сторони і з огляду на це приймати зважені управлінські рішення.

Список використаних джерел:

1. Михайленко О. В. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / О. В. Михайленко, К. Г. Орлова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – №13–2–17. – С. 114–117.
2. Халімон Т. М. Принципи побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємств / Т. М. Халімон // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – №25–1–17. – С. 158–161.
3. Яцковий Д. В. Сучасні методика оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № 4(51). – С. 183-188.

Рева Д. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Фармацевтична галузь, без сумнівів, має великий потенціал та займає одне із провідних місць в економіках розвинутих країн, а також у економіці України, та є впливовим сегментом національного ринку, грає важливу роль у національній та оборонній безпеці країни. На протязі останніх років ця промисловість

демонструє високі темпи до зростання, попри проблеми в політичній сфері, а також війну на Донбасі, після анексії Криму та частки Донецької та Луганської області (які мали до цих подій значні долі, Крим 5,9%, Донецька обл. 10,7%, Луганська обл. 4,3%) вповільнили темпи росту фармацевтичного ринку, завдавши, таким чином, зниження темпів розвитку економіки в Україні. Так, у 2002-2003 рр. фармацевтичний ринок складав майже 1 мільярд USD, а у 2013 р. розмір ринку перевищив 3,2 мільярда USD, після вищезазначених подій ринок мав зниження до 2,5 мільярдів, а за 2019 рік цей показник перевищив вже 3 мільярда USD, повернувши показники 2013 року у порівнянні з аналогічними періодами [3].

Стратегія діяльності та розвитку фармацевтичної промисловості в Україні ґрунтується на основних пріоритетах:

- інноваційної моделі фахового розвитку галузі;
- ефективності ліків, та безпечності для пацієнтів;
- виконання державних та комерційних програм для забезпечення населення з хронічними захворюваннями безкоштовними ліками;
- використання інноваційних, за стандартами GMP препаратів для експорту в інші країни світу;
- заміщення на вітчизняні препарати замість дорогих, імпортованих лікарських засобів, з застосуванням повного циклу на виробництві, які знаходяться в Україні;
- застосування для вітчизняних ліків, що вироблені на території України, пріоритету у тендерних закупівлях за бюджетні, або за кошти фондів комерційних організацій.

Ефективним та дієвим результатом впровадження затвердженої стратегії фармацевтичної галузі України до та після 2020 року має бути:

- перерозподіл продукції закордонного та вітчизняного виробництв в загальному об'ємі споживання на внутрішньому ринку до 50% у вартісному та натуральному виразі до 2020 року;

- виробництво високо інноваційних препаратів, контроль за якістю виробництва генетичних молекул;

- збільшення країн світу для експорту фармацевтичної продукції у 5 разів у порівнянні з минулими роками [5].

Головним завданням держави на майбутнє є розвиток сучасної системи охорони здоров'я та повноцінне підвищення витрат на охорону здоров'я для зниження рівня смертності. Реформи в медицині та державне регулювання цін на соціальні ліки має скоротити передчасну смертність, що, у свою чергу, має вплив на економічне зростання завдяки збільшенню робочої сили та підвищенню продуктивності праці [1].

У контексті реформування національної моделі медицини набуває важливого значення структурний розподіл фармринку між його госпітальним та аптечним сегментами. За останні 5 років намітилася чітка тенденція до скорочення госпітального сегмента в структурі фармацевтичного ринку України. Розподіл між госпітальним та аптечним сегментом за результатами 2011 р. (86% та 14% відповідно) визначає основним гравцем на ринку пацієнта. Це не відповідає принципам безкоштовної медицини, які задекларовані як у Конституції України, так і в Законі України «Про охорону здоров'я». Впровадження системи державного медичного страхування (страхової моделі медицини) надало б змогу сегментувати розподіл видатків між роботодавцями, державою і власне пацієнтами (працюючими верствами населення), а фінансування медичних послуг і медичних засобів соціально незахищених верств населення повністю взяла б на себе держава. Це надало б змогу відійти від практики «до лікарні з усім своїм», яка закріпилася на теренах України [4].

Сьогодні забезпечення в Україні медичними працівниками різних категорій державної системи охорони здоров'я спостерігається дефіцитом кваліфікованого персоналу та незбалансованого їх розподілу. Так для оцінки, планування та використання кадрового потенціалу сучасних державних та комерційних медичних закладів потребує важливих змін на законодавчому рівні та використання дієвих прикладів розвинутих європейських держав.

На цей час використання попередніх напрацювань та багато комплексна оцінка кадрового потенціалу стає особливим елементом у використанні управління персоналом, яскравою метою якої є динамічне піднесення трудових джерел належно до потреб конкретної медичної установи. Прикладом якісних та кількісних характеристик сучасного кадрового потенціалу визначають потенційні можливості реалізації державних та комерційних програм структурної перебудови медичних закладів. Аналіз кількісного складу кадрового потенціалу містить у собі такі численні показники, як співвідношення категорій та склад персоналу, структура кадрового складу та їх укомплектованість, плинність кадрів та ін.

Потенційними напрямками у шляху реформуванні медицини та фармації є:

- вдосконалення та оптимізація мережі структури медичних закладів;
- своєчасне припинення розвалу матеріально-технічної та економічної бази закладів охорони здоров'я;
- залучення та впровадження інвестиційної політики держави щодо відтворення кадрів;
- удосконалення системи підготовки кадрів закладів охорони здоров'я коштом що домінує у ролі бюджетного фінансування;
- поліпшення системи після дипломної підготовки та розробки дорожньої карти вдосконалення апарату органів управління [2].

Отже, задля розвитку фармацевтичного сектору в економіці України з численними викликами сучасності повинно стати:

- завершення реформування медицини з чітким розподілом рівнів допомоги пацієнтам та надання не тільки висококваліфікованих послуг, а й надання можливості лікування пацієнтам з хронічними захворюваннями за кошти держави;
- підвищення рівня підготовки медичних працівників та достатня кількість кваліфікованих фармацевтичних кадрів, заохочення від держави для збереження цінних співробітників на всіх рівнях медицини та фармації;
- підтримка державою аптечних закладів, які приймають участь у соціальних проектах з доступності ліків для пацієнтів з низьким рівнем доходів;
- реформи в реєстрації вітчизняних та імпортованих ліків;

- підтримка вітчизняних фармацевтичних виробників як на внутрішньому ринку (пільги у податках, пріоритет в державних тендерних за купівлях), так і в експорті сучасних вітчизняних ліків, вироблених за стандартами GMP, який визнається більшістю країн світу.

Список використаних джерел:

1. Бачення 2020: план дій у сфері розвитку фармацевтичного сектору в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://chamber.ua/wp-content/>
2. Гринько Т. В. Науково-методичні підходи до оцінки кадрового потенціалу медичного закладу / Т. В. Гринько // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка». – 2017. – № 7(35). – С. 23-27.
3. Державна підтримка українського експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/26.html>
4. Жилінська О. І. Фармацевтичний ринок: Україна в контексті світових тенденцій / О. І. Жилінська // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2020. – №27. – С. 256-258.
5. Обговорення проекту Стратегії розвитку фармацевтичної промисловості України на 2010-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://oormmpu.at.ua/news/>

Романова Ю. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПЛАНУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ
ПІДПРИЄМСТВА**

Сьогодні, коли конкурентна боротьба як на внутрішньому так і на зарубіжному ринках суттєво посилюється, для забезпечення позитивних фінансових результатів діяльності, підприємство має мати певні конкурентні переваги. Важливою передумовою для формування таких переваг є своєчасне забезпечення підприємства матеріалами та засобами виробництва, а також використання прогресивних видів техніки та технологій, які б змогли забезпечити виготовлення продукції з найменшими питомими витратами та найкращим рівнем якості у порівнянні з конкурентами.

Але, щоб цього досягти потрібно займатися плануванням матеріально-технічної бази підприємства.

Плануванням та стратегічним управлінням матеріально-технічної бази займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців: Л. Омельченко, О. Бондаренко, С. Покропивний, М. Гарасемчук, А. Літвіненко, В. Шаповал, А. Мазаракі, В. Протопов, С., М. Хохлов, М. Чумаченько, Л. Шваб, І. Швець та ін.

Планування матеріально-технічної бази підприємства проводиться за двома основними напрямками:

- планування матеріальних ресурсів:
- планування основних засобів (або виробничо-технічної бази підприємства).

Основними завданнями планування матеріалів є: безперервне і своєчасне забезпечення усіх виробничих підрозділів підприємства; дотримання норм витрат матеріалів; контроль економії витрачання матеріально-технічних ресурсів.

Джерелами інформації для планування матеріально-технічного забезпечення виступають: прогнозований обсяг виробництва, план розвитку, план капітального будівництва; відомості норм витрат матеріалів; інформація про перехідні запаси; заявки задіяних у виробничому процесі структурних підрозділів на паливо, енергію і матеріали; інформація про залишки матеріалів в складських приміщеннях; ринкові ціни на матеріально-технічні ресурси [1].

Планування матеріально-технічної бази підприємства складається з урахуванням натуральних і вартісних показників, включає в себе обґрунтовані потреби підприємства в матеріально-технічних ресурсах. Річна потреба в матеріалах розраховується виходячи з планової кількості виробів і норм витрат на виробництво даної кількості матеріально-технічних ресурсів. У разі відсутності норм витрат деяких матеріалів, використовуються норми за аналогічними ресурсами.

План матеріально-технічного забезпечення, його балансова форма, складається з двох частин: 1) виділення річної потреби; 2) визначення джерел покриття річної потреби.

Форми планів матеріально-технічного забезпечення розробляються підприємством самостійно в залежності від специфіки їх діяльності. У процесі виробництва можуть виявлятися як додаткові резерви матеріалів, так і їх нестача,

в зв'язку з чим річний план матеріально-технічного забезпечення коригується за допомогою формування квартальних планів [2].

Облік і планування основних фондів здійснюються в натуральній і грошовій формах. При оцінці основних фондів підприємства у натуральному вимірі встановлюється кількість машин, їх продуктивність, потужність, інші кількісні величини.

Ці дані використовують для розрахунку виробничої потужності підприємств і галузей, планування виробничої програми, резервів підвищення виготовлення продукції, складання балансу обладнання.

Грошова (або вартісна) оцінка основних фондів необхідна для планування розширеного відтворення основних фондів, визначення ступеня зносу та розміру амортизаційних відрахувань.

Метою планування потреби в основних засобах є визначення їх оптимального кількісного і якісного складу, необхідного для виконання виробничої програми і підвищення виробничого потенціалу відповідно до стратегії підприємства.

Алгоритм планування потреби в основних засобах передбачає: аналіз забезпеченості підприємства основними фондами, аналіз технічного стану основних фондів, руху і ефективності їх використання, джерел і методів фінансування оновлення основних фондів за попередні періоди; планування їх кількісного і якісного складу за групами основних фондів з урахуванням техніко-експлуатаційних характеристик. При цьому основна увага приділяється активній частині основних фондів підприємства: обладнанню, робочим машинам, механізмам; вартісну оцінку потреби в основних засобах; загальну потребу в інвестиціях, включаючи розвиток виробничо-технічної бази й вирішення кадрових і соціальних питань; визначення джерел фінансування інвестицій; визначення економічної ефективності інвестицій; планування амортизаційної політики [3].

Отже, планування матеріально-технічної бази є важливою складовою у подальшій ефективній діяльності будь-якого виробничого підприємства.

Список використаних джерел:

1. Пилипенко А. А. Організація управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства: монографія / А. А. Пилипенко, А. О. Литвиненко. – Харків: 2015. – 236 с.
2. Гринько Т. В. Перспективи розвитку системи управління діяльністю підприємств в умовах економічної нестабільності / Т. В. Гринько, С. І. Чернета // Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку»: у 11 т. (м. Дніпро, 23-24 березня 2017 р.). – Дніпро: Біла К.О., 2017. – Т. 5. – С. 91-93.
2. Олійник Т. І. Інтенсифікація відтворення основних засобів аграрного виробництва / Т. І. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу : Науковий економічний журнал. – 2010. – № 2 (10). – С. 61–65.

Рудова А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Традиційно металургійна промисловість відіграє важливу роль в розвитку України та вимагає відповідних дієвих механізмів регулювання та підтримки з боку держави та уряду. У 2018 році Україна зайняла 7 місце в світі з видобутку залізної руди і 8 по видобутку марганцю. Виплавка чавуну – 9 місце в світі (1,8% світової виплавки), сталі – 11 місце (1,2%). У 2017 році в Україні виробництво чавуну склало 14,6 млн т, що на 18% менше показників за аналогічний період у 2016 року, було вироблено 15,8 млн т сталі (на 14% менше), прокату – 13,5 млн т (на 16% менше). Аналогічні показники спостерігалися у 1995-1996 році [1].

Значне зниження за останні три роки обумовлено тим, що з 2014 року різко зросли світові ціни на сталь, а також економічною блокадою східного регіону країни, де знаходиться основний металургійний потенціал.

Основний металургійний потенціал країни розташовано в Авдіївці, Алчевську, Макіївці, Єнакієво, Краматорську, Маріуполі, Горлівці, Кривому Розі, Дніпрі, Запоріжжі. Слід зазначити, що у 2016 році в Україні було задіяно лише

18 з 28 доменних печей (64%), 14 конвертерів з 21 (67%), 8 мартенівських печей з 9 (89%) і 7 електропечей з 15 (47%). Через фінансові негаразди був навіть зупинений Дніпровський меткомбінат [2; 3].

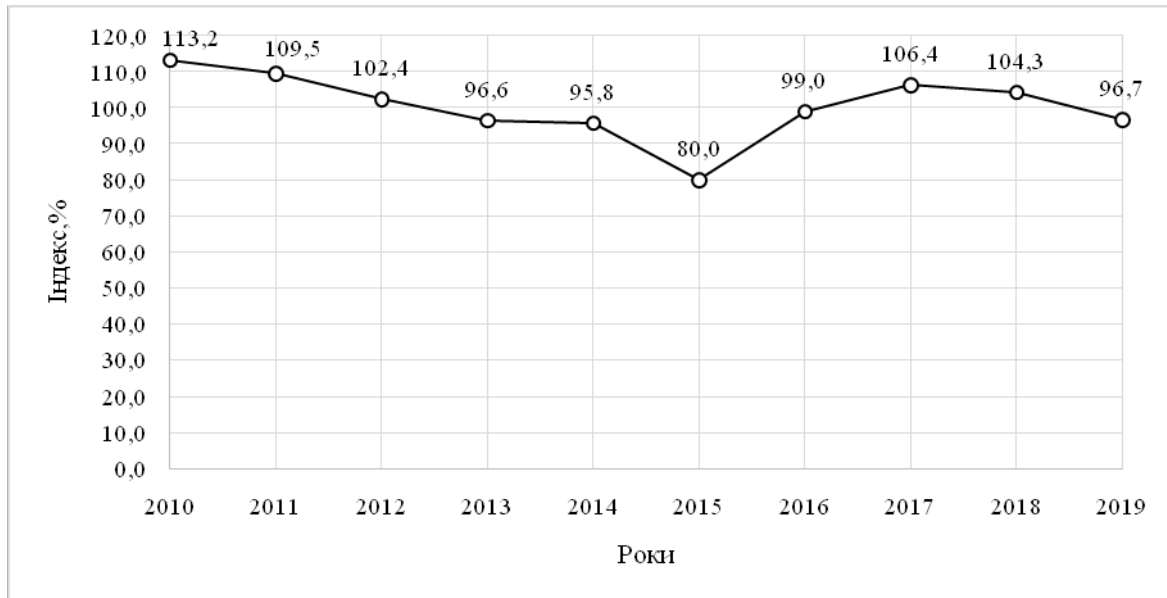


Рис. 1. Динаміка індексу промислового виробництва у 2010-2019рр.

**Побудовано автором за даними [1]*

Крім того, за останні декілька років українська металургійна продукція піддалася жорстким антидемпінговим заходам з боку інших країн на міжнародній арені та через політичну ситуацію у країні (економічною блокадою сировини з тимчасово невідконтрольованих територій країни) та зазнала колосальних збитків у 2017 році. Втім, навіть ці обставини не свідчать про миттєвий крах галузі. Насправді, українська металургія – повністю або частково – занепадатиме повільно. Тому для ефективного реформування потрібно близько 5–7 років. Вже у 2018 році продаж металургійної галузі за кордон випередив експорт зернових і ІТ-послуг [4].

За даними «Укрметалургпрому», у 2020 році за січень гірничорудними і металургійними підприємствами України було вироблено: залізорудного концентрату – 103,4% відносно січня 2019 р., агломерату – 97,0%, окатишів – 93,6%, коксу валового 6% вл. – 92,3%, чавуну – 96,7%, сталі 99,6%,

прокату – 107,3%, трубної продукції – 76,1%. Тобто бачимо, зріст виробництва залізорудного концентрату майже на 4% та прокату на 7%. Що свідчить про те, що на січень 2020 року спостерігається зростання виробництва на ринку [5].

Отже, для розвитку вітчизняних підприємств металургійної галузі необхідно:

1) сформувати та впровадити державну політику підтримки галузі та розвивати відповідну інфраструктуру;

2) отримати сертифікацію якості продукції за міжнародними стандартами, що дозволить Україні розширити ринки збуту у більшості країн ЄС та країн Близького Сходу, де зараз спостерігається ріст попиту на сталеву продукцію. Однак, на сьогодні валова частка експорту сталі припадає здебільшого на африканські країни (Сенегал, Кот-Д'Івуар, Гана та Ефіопія);

3) розробити стратегію розвитку вітчизняних металургійних підприємств та механізми її реалізації, що дасть змогу посісти міцну конкурентоспроможну позицію як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках;

4) сприяти залученню інвесторів, для чого, в свою чергу, необхідно поліпшити умови для захисту прав інвесторів, адаптувати процес вирішення контроверсійних питань.

Список використаних джерел:

1. Сайт державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Що означає чергове падіння промислового виробництва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2017/06/20/626198/>
3. Металургія України повільно вмирає. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://svpressa.ru/blogs/article/174392/>
4. Гринько Т. В. Проблеми та перспективи розвитку металургійної галузі в Україні / Т. В. Гринько, І. О. Андросова // «Проблеми економіки», 2019. – № 2. – С. 147-152.
5. Гринько Т. В. Повышение конкурентоспособности украинской металлургической отрасли путем инновационного развития / Т. В. Гринько, О. Е. Григорьева // Економічний простір: Збірник наукових праць Дніпропетровськ: ПДАБА, 2007. – №7. – С. 45-52.

Русс Д. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОЦІНКА ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день, особливе значення для поліпшення ефективності функціонування певної підприємницької організації мають наявність на підприємстві необхідних трудових ресурсів, їх раціональне використання та достатній рівень продуктивності праці. Сприяння розвитку трудового потенціалу підприємства може відбуватися за рахунок оцінки роботи персоналу, виявлення трудового потенціалу кожного робітника задля його використання з найвищою оптимальністю, подальшого вдосконалення навичок та перенавчання, підвищення кваліфікації персоналу.

Дослідження методів аналізу трудових ресурсів підприємства проводиться з метою скоротити їх чисельність, та удосконалити вибір оптимальних показників для оцінювання їх використання. До трудових ресурсів прийнято відносити населення країни у працездатному віці (чоловіки та жінки від 16 до 60 років), окрім непрацюючих інвалідів першої та другої груп, а також непрацюючих осіб працездатного віку, котрі є пенсіонерами на пільгових умовах [1].

Нині трудовий потенціал виступає головним елементом досягнення конкурентоспроможності на сучасному економічному рівні. Трудові ресурси є одними із значних складових капіталу структури підприємства. Так, науковці пропонують виділяти певні види капіталу, що мають належати трудовим ресурсам підприємства, конкретніше: інтелектуальний капітал, трудовий капітал, підприємницький капітал, культурно-моральний капітал. Трудовий капітал підприємства майже завжди характеризується роботою висококваліфікованих кадрів, потреба в яких викликана технологією, що прийнята на підприємстві. Одночасно зі зростанням рівня технології на підприємстві, спостерігається ріст вимог до трудового капіталу. З розвитком технології або переходом на новаторські високотехнологічні виробництва виникає необхідність інвестицій, метою яких повинні бути

перекваліфікація та підвищення кваліфікації працівників. Підприємницький капітал можна охарактеризувати такими показниками, як новаторство, підприємливість, здатність до організації та ризику, почуття економії, енергоємність тощо.

Дані якості сприяють розвитку ефективності праці та зросту доходів підприємства. Зазвичай, присутність усіх видів капіталів відображає високу якість трудових ресурсів. У свою чергу, якість трудових ресурсів має вплив на розвиток підприємства та обумовлює підвищення ефективності соціально-економічної сфери його діяльності.

Важливими умовами, що відрізняють трудові ресурси від усіх інших, є можливість висувати вимоги та претензії до керівництва щодо змін чи покращення умов роботи й оплати праці, можливість працювати або відмовлятися від роботи добровільно, можливість звільнитися за власним бажанням. Саме тому потрібно ретельно оцінювати напрями ефективного використання трудового потенціалу підприємства. Для цього, насамперед, треба мати об'єктивну та достовірну інформацію щодо стану трудових ресурсів на підприємстві, тобто проводити детальний аналіз та оцінку персоналу [1].

Економісти та вчені постійно розробляють різні методи аналізу стану трудових ресурсів. Вони постійно доповнюються, оновлюються та розширюються через зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Виділяють такі основні показники використання трудових ресурсів підприємства, як:

- середньооблікова чисельність робітників, зайнятих на підприємстві;
- інтенсивність праці;
- рівень зайнятості фізичною та розумовою працею;
- число відпрацьованих днів;
- фонд оплати праці;
- продуктивність праці;
- ефективність використання персоналу підприємства, тощо.

На підприємстві показник продуктивності праці виступає основним показником інтенсивності праці, що допомагає дати оцінку ефективності використання трудових ресурсів. Проте даний метод не враховує важливий перелік показників,

а саме ті, що потребують обов'язкового економічного аналізу на підприємстві – показники використання робочого часу [2].

Тому ефективність використання трудових ресурсів підприємства є вирішальним фактором, який має вплив на рівень конкурентоспроможності продукції, її якість, сприяє покращенню економічної діяльності, скороченню витрат на трудові ресурси та зростанню доходів персоналу. Саме від обґрунтованого використання трудових ресурсів на підприємстві загалом, залежить результат процесу виробництва та якість виробленої продукції. Саме тому, економічний аналіз стану та ефективності використання трудових ресурсів повинен займати одне з основних місць у системі загального аналізу господарської діяльності підприємства. Розроблена модель оцінки трудових ресурсів дає можливість систематизувати всі ланки використання трудового потенціалу для прийняття обумовлених рішень щодо управління, підвищення ефективності виробництва загалом та використання персоналу зокрема.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Управління трудовим потенціалом суб'єкта підприємництва / Т. В. Гринько // Management of economic systems. – Collective monograph – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2017. – р. 78-88.
2. Давидюк Т. В. Трудові ресурси, трудовий потенціал, робоча сила, людський капітал: взаємозв'язок категорій / Т. В. Давидюк // Вісник ЖДТУ. Сер. : Економічні науки. – 2009. – № 1 (47).

Савчук Д. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РЕЗЕРВИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВ

По-перше, щоб розуміти, які можуть бути резерви збільшення прибутку суб'єктів господарювання, необхідно чітко для себе визначити, що таке «прибуток». Отже, прибуток – це різниця між отриманими доходами підприємства за реалізацію своєї продукції та собівартістю цієї ж самої продукції. Також можна

сказати, що прибуток – це перевищення суми доходів від збуту продукції над сумою витрат, які пов'язані з господарською діяльністю.

Таким чином, можна стверджувати, що максимізація прибутку суб'єкта підприємницької діяльності прямо пропорційно залежить від доходів підприємства та його витрат.

Якщо розбирати резерви збільшення прибутку, хочеться згадати декілька з них:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- підвищення цін;
- зниження собівартості продукції.

Збільшення обсягу реалізації продукції є екстенсивним резервом, так як залежить від кількості виготовленої продукції. На жаль, у цьому випадку маємо певні обмеження, до них можна віднести:

- обмежені матеріальні ресурси;
- трудові ресурси;
- ресурс часу.

Основною особливістю економіки є максимально ефективне використання обмежених ресурсів, щоб у майбутньому отримати позитивний результат від господарської діяльності. На сьогоднішній день, на сучасних підприємствах все частіше і частіше замість людей використовують автоматизовану техніку, яка є більш ефективною. Але, якщо розглянути реалії України, то все стабільно незмінно – трудовий ресурс є одним із основних на виробництві. Людина не повинна працювати більше годин ніж зазначено у законодавстві без збільшення суми зарплати (понаднормована оплата праці). Також не слід забувати, що людина – це живий організм, який потребує відпочинку та оновлення. При великому навантаженні та зменшенні годин відпочинку трудові ресурси втрачають свою ефективність. Якщо згадати про ресурс часу, то у добі не більше ніж 24 години. Як би товаровиробник не хотів максимально використовувати часовий резерв, за дану межу він вийти ніяк не зможе.

Підвищення цін – один із найпопулярніших способів збільшення прибутку як у нас в країні, так і за її межами. Для цього не потрібно змінювати кількість виготовленої продукції, або її склад. Дана зміна може вплинути тільки на одну річ – попит споживачів. Будь – яка така зміна має незворотні наслідки. Це стосується економіки також. Якщо товаровиробник збільшить ціну на свою продукцію, споживач може відреагувати на таку новину по-різному через його покупну спроможність. У першому випадку, він все ж буде купувати обрану продукцію, незважаючи на підвищення ціни, бо він знає, що ця продукція є більш якісною ніж у інших товаровиробників. У другому випадку, споживач буде змушений відмовитися від продукції даного товаровиробника, через неспроможність купити її. Тож споживач не матиме іншого виходу, як перейти на продукцію конкурента, ціна якої є більш оптимальною.

Досить непоганим варіантом збільшення прибутку суб'єкта господарювання є зниження собівартості продукції [1]. До резервів зменшення собівартості продукції слід віднести внутрішньовиробничі та зовнішні. До внутрішньовиробничих відносяться: більш раціональне використання основних фондів підприємства, ефективніше використання матеріальних ресурсів та поліпшення використання трудових ресурсів, тощо. До зовнішніх слід віднести: удосконалення системи матеріально – технічного постачання. Якщо розглядати даний резерв більш широко, то хочеться наголосити, що до кращого використання основних фондів відноситься доцільне та ефективне використання обладнання підприємства, тобто. Більш ефективне використання матеріальних ресурсів призведе до зменшення кількості їх використання, що у результаті дасть зменшення собівартості виготовлення продукції.

Щодо поліпшення використання трудових ресурсів, не можна не згадати покращення умов праці та побуту, впровадження різних методів стимулювання персоналу, тощо [2].

Безперечно, кожне підприємство має резерви збільшення прибутку. Але у даному випадку постає питання як правильно ними скористатися, щоб

отримати максимальний результат [3]. Більшість суб'єктів господарювання маючи на меті збільшити суму прибутку зовсім забувають про якість продукції, своїх працівників та постійних покупців. Будь – яка маніпуляція з якістю чи ціною своєї продукції мають свої наслідки. Саме тому товаровиробникам слід більш раціонально використовувати наявні ресурси, проводити періодичний аналіз господарської діяльності підприємства, розроблювати та впроваджувати довгострокові плани щодо максимізації прибутку, які можуть вплинути на роботу об'єкта підприємницької діяльності, а тим паче на його фінансовий результат.

Список використаних джерел:

1. Величко Л. А. Обґрунтування рішень щодо формування витрат підприємства / Л. А. Величко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 3. – С. 13-17
2. Grynko T., Krupskiy O., Koshevyi M., Maximchuk O. Modern Concepts of Financial and Non-Financial Motivation of Service Industries Staff // Journal of Advanced Research in Law and Economics; Craiova Vol. 8, Iss. 4(26), (Summer 2017): 1100-1112.
3. Мала Н. Т. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання / Н. Т. Мала // Вісник НУ «Львівська Політехніка». – Л.: Вид-во Львівської політехніки. – 2012. – № 739. – С. 22-30.

Савчук Д. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкових відносин підприємство має прагнути рівня, що дозволить йому міцно утримувати позиції на ринку та забезпечити ефективний розвиток в умовах конкуренції. Такі прагнення повинні бути викладені в положеннях стратегії збільшення дохідності на будь-якому підприємстві.

Ринкова економіка постійно розвивається і не зупиняється на місці. В цих умовах саме прибуток є головним стимулом ведення більш результативної діяльності на підприємствах для забезпечення інтересів всіх суб'єктів, які причетні до діяльності роботи організації [4]. Зазвичай дохід відображає не тільки

стимул, а й виступає джерелом розвитку діяльності підприємств. Тому значної цінності набуває необхідність розробки стратегії, щоб збільшити дохід підприємства [1].

Отримання прибутку – це кінцева мета будь-якої діяльності праці підприємства в ринкових умовах. Тож дуже важливо врахувати усі аспекти та фактори, під час планування стратегії подальшого розвитку діяльності, для забезпечення значного рівня прибутковості.

Процес стратегічного управління складається з наступних кроків, а саме:

- 1) Визначитись з цілями та місією.
- 2) Проаналізувати зовнішнє середовище.
- 3) Знайти переваги та недоліки підприємства.
- 4) Вибрати, реалізувати та здійснити контроль за стратегією.
- 5) Зробити аналіз отриманого результату після впровадженні стратегії.

Для підприємців, дуже важливо сформулювати мету, яка являє собою не-заперечну перевагу для розвитку діяльності підприємства, через те що вона [2]:

- формулює думку щодо майбутніх планів підприємства;
- зменшує ризики необґрунтованих та поспішних рішень в управлінні;
- визначає місію організації, яка являє собою стимул для співробітників сумлінно виконувати свою роботу;
- полегшує менеджерам систематизувати завдання, цілі та прагнення відділів;
- удосконалює підготовку підприємства до майбутнього розвитку діяльності.

Для розробки гарної стратегії надзвичайно важливий і ефективний – це фінансовий аналіз [5]. Його результати використовуються при прийнятті управлінських рішень, щоб уникнути втрат і забезпечити розвиток для прийняття рішень щодо позитивної роботи підприємства. Фінансовий аналіз – це ланка, що об'єднує розробку управлінських рішень та діяльності організацій. За допомогою цього аналізу можна визначити темп приросту та динаміку фінансових

ресурсів, здатність організації виконувати свої зобов'язання, виплачувати дивіденди, здійснювати інвестиції в матеріальні активи, покривати поточні фінансові потреби, тобто аналізувати вплив грошових потоків, де виручка буде використовуватися не тільки в поточному періоді, але і в майбутньому.

Всі цілі, які направлені на отримання прибутку, повинні створюватися чітко і лаконічно, показуючи кожну з поставлених завдань як певний показник – цільові стратегічні стандарти. Такими стратегічними стандартами для деяких аспектів фінансової діяльності підприємства можуть бути [3]:

- темпи зростання власних ресурсів;
- мінімальна вартість власного капіталу в загальній сумі використовуваного капіталу компанії;
- показник прибутковості власного капіталу;
- співвідношення поточних і довгострокових активів;
- мінімальний обсяг грошових активів, який забезпечує поточну платоспроможність.

Отже, метою кожного підприємства є збільшення доходів. Загалом зростання прибутку може здійснюватися за такими найважливішими рухами: зростання цін; зниження виробничих витрат та собівартості продукції; поліпшення структури та підвищення вартості остаточних продуктів; збільшення обсягів виробництва; підвищення якості продукції; раціональне використання сировини та матеріалів. Стратегія збільшення доходу, визначає кращий напрямок фінансової діяльності, яка призначена для економії всіх видів витрат, мобілізації капіталу для підтримки виробничої, науково-дослідної, маркетингової та інших стратегій, щоб максимізувати вартість підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Формування та впровадження системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних умовах господарювання / Т. В. Гринько, К. С. Кащіна // Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2019. – № 43. – Р. 104–114.

2. Гринько Т. В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства / Т. В. Гринько, Д. В. Пасека // Економіка і менеджмент-2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 6 томах (м. Дніпропетровськ, 24-25 квітня 2014 р.). – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2014. – Т. 4. – С. 103-105.
3. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
4. Обушак, Т. А. Сутність фінансового стану підприємства / Т. А. Обушак // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – С. 232–236.
5. Шмиголь Н. М. Методи управління прямими і непрямими доходами підприємства в умовах конкуренції / Н. М. Шмиголь // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2010. – Вип. 226. – С. 1524–1529.

Слабка В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПРОДАЖІВ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК СУЧАСНИХ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ

Сьогодні проблема підвищення рентабельності підприємств є дуже актуальною, тому що більшість організацій в Україні працюють нерентабельно, їх діяльність не приносить прибуток, тобто вони являються збитковими. При переході на ринкову економіку підприємствам необхідно підвищувати ефективність виробництва для укріплення позицій на ринку, тим самим збільшувати конкурентоздатність товару на основі впровадження нових ідей в управлінні підрозділами підприємства, розвиток науково-технічного прогресу сприяє використанню нових технік та технологій, що дозволяє зменшити витрати, тим самим зробити перший крок до збільшення рентабельності [3].

В сучасних умовах капітал вкладається в види діяльності, які є найбільш прибутковими. Адже одне з головних завдань підприємства є максимізація прибутку [2]. Тому для розрахунку фінансових результатів діяльності ефективність використання капіталу формує одне з важливих значень, яке впливає на рентабельність підприємства. Розглянемо декілька проблем, які прямо впливають на збільшення рентабельності в сучасних умовах [1]:

1) Фінансові ресурси завжди обмежені, тому власник капіталу має оцінювати всі рішення, які впливають на управління наявними коштами, завжди порівнювати витрати з прибутком, бо отримання позитивного фінансового результату сприяє здійснювати нові вкладення і в майбутньому отримання нових прибутків.

2) На даний момент централізація закупівель товару впливає на збільшення затрат, які зв'язані з працею торгових робітників. На мою думку рішенням цієї проблеми є зосередження виробників на споживачів в обмеженій кількості. Звісно у такого підходу є свої недоліки, а саме розробка відповідної системи управління продажами УСКК (управління відносинами з ключовими клієнтами). Але не варто забувати, що така система продажів дозволяє продавцю поділити з покупцем витрати на дослідження і розробку, витрати на продаж при цьому прагнуть до мінімуму, при цьому це призводить до стабілізації та досягнення високих обсягів виробництва. А значною перевагою для споживача є збільшення гарантії купівлі товару потрібної якості, що в свою чергу дозволяє зменшити потребу в постійному пошуку виробників, скоріше і з високою ефективністю вирішуються проблеми зміни умов контракту.

Країни, які зараз розвивають ринкову економіку вирішення проблеми збільшення рентабельності продажу бачать в удосконаленні економіки споживача. Розвиток населення підштовхує покупців бути більш вимогливішими, бо він має багато можливостей, та вибір, який допомагає йому якнайкраще забезпечити свої потреби.

Для досягнення найкращих результатів виробникам необхідно застосовувати сучасні механізми управління продажами товару, що дозволить підприємству отримати свої переваги, такі як:

- збільшення обсягів продажу;
- підвищення частки на ринку;
- придушення конкурентів;
- збільшення споживачів, що стимулює підвищення попиту на товар;

– зростання ефективності використання фінансових ресурсів, що дозволяє зменшити витрати на маркетинг і т. ін. та збільшення прибутку, який являється одним з головних факторів підвищення рівня рентабельності (прибутковості).

Одним з важливішим складових в забезпеченні високої ефективності маркетингової діяльності, що в свою чергу, на мою думку впливає на зростанні прибутковості підприємства є управління продажами, яке являється одним із підвидів маркетингового менеджменту, що може містити ланцюг дій, першою з яких є пошук споживачів і укладання домовленості з ними на купівлю-продаж, другою – забезпечення ефективності процесу продажу, головною метою якого є задоволення потреб покупців та максимізація прибутку.

Важливою ланкою в досягненні підвищення продажів є менеджери з продажу. Для досягнення встановлених цілей перед працівником стоять такі функції:

- прогнозування та планування;
- організація продажу;
- мотивація праці торгових працівників;
- оперативний облік та оперативне регулювання діяльності з продажу товарів і їх контроль.

Також не варто забувати про об'єктну орієнтацію в управлінні продажу, тому найприбутковішим є продаж, який на мою думку спрямований на покупця, для підвищення попиту на товар, а це сприяє на збільшення продажів та доходу від реалізації, що прямо впливає прибуток і рентабельність підприємства.

Отже, можна зробити висновок – управління продажами і його удосконалення являється основним з важелів, які дозволяють досягти високої ефективності, в першу чергу, діяльність підприємства, яка пов'язана з маркетингом, а згодом діяльності в цілому. Через це зараз це набуває актуальності та значення на сьогодні.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Механізм функціонування суб'єктів підприємництва в контексті економічної безпеки країни / Т. З. Гвініашвілі, Т. В. Гринько // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2018. – Вип. 3(15). – С. 58-64.

2. Гринько Т. В. Організаційно-економічний механізм у системі управління господарською діяльністю закладів охорони здоров'я / Т. В. Гринько, В. А. Шевченко // Економіка та підприємництво: зб. наук. праць. – К.: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадими Гетьмана», 2016. – Вип. 36-37. – С. 96-110.
3. Grynko, T., Gviniashvili, T. (2017) Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management. Economic annals-XXI. №165 (5-6). P. 80-83. URL: <https://doi.org/10.21003/ea.V165-17>.

Смольник К. Д., Каграманян А. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЕКОНОМІКА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Запорукою забезпечення нормальних умов для населення країн та його рівня, соціальна стабільність, подальший розвиток життєдіяльності є соціально-економічний розвиток регіонів і держави. Наша держава характеризується низкою соціально-економічних проблем протягом усього періоду. Зокрема, це поганий економічний розвиток багатьох районів, малий розвиток або погіршення інфраструктури та відсутність належних коштів у державі. Все це сприяло низькому рівню життя більшості населення країни. У свою чергу це все ж таки призвело до важкого зростання у економіці, стрімкий зріст у міграції та почалися протиріччя між країнами. Усі економічні процеси, що відбувалися за останній період у нашій країні, ще тільки погіршили ці проблеми.

На даний період часу інновації є двигуном процесу усіх сфер у житті суспільства. Завдяки цьому не можна уявити наш сучасний світ без них, адже вони забезпечують надзвичайну еволюцію. Декотрі вчені погоджуються один з одним, що саме інновації дали поштовх на вищу ступінь розвитку як у економічній так і в соціальній сфері життя населення. Активний розвиток продукцій інновацій та її індустрії має високий пріоритет, оскільки вони є конкурентними перевагами серед світового ринку.

За останній час вчені у сфері економіки вважають, що найважливішою умовою економічного зростання є інноваційний розвиток. Зараз в науці існує велика кількість підходів до формулювання терміну інновації, які відрізняються залежно від галузі застосування, інтересів, де будуть застосовуватися інновації тощо. Інновації – це об’єкт (продукт, представлений як товар або послуга) або процес (комплекс дій дослідження і поширення виробів).

Судячи з поглядів різних вчених, В. Зянько дав економічній категорії такі визначення: інновація – результат матеріалізації ідей новаторів у субстанціях – продукті, послугі або засобі людської діяльності, властивими є споживчі якості, а реалізація цього – це зміна звичайних способів і створення нового попиту задля отримання економічного ефекту. Визначення вченого трактує нам спрямування підходу для отримання зиску. Отже, інновація забезпечує позитивні результати після впровадження у дію.

Піднесення інноваційних технологій винесло на міжнародний ринок нові продукти, що також стало причиною появи програм та проектів.

Під час розвитку створення інноваційного суспільства кожна країна повинна мати можливість на здійснення розробки технологічних інновацій, аби отримувати вихід на світові ринки. На сьогодні більшість країн не в змозі це зробити, оскільки вони не мають достатню кількість ресурсів, зокрема й велику фінансованість. Країни, що не розвиваються, перестають стимулювати діяльність нових інновацій, що негативно впливає на її розвиток.

У країнах, для організації та стимулювання діяльності інновацій, можна спробувати ввести інтеграції і її інтеграційні процеси. Таким чином буде вирішена проблема зовнішньої економіки.

Можна додати, що ще однією причиною низької ефективності заходів держав сфери управління інновацій в країні, є недостатня увага місцевого уряду і влади самої держави. Вони б могли впровадити інновації не лише у сфері комерційної і виробничої діяльності, а і у управлінні над цими процесами.

Влада, що зараз є, прагне до самозабезпечення у поточному вигляді. Так як вони представники органів державної влади і органи місцевого самоврядування, в першу чергу увага приділяється збереженню підходів для існуючого управління та підпорядкування, малознайомим і неефективним методам та прийомам управління.

Слід зазначити, що основна частина посадовців не готові до впровадження і пошуку цих інновацій, так як не бажають психологічних і відповідних змін.

Зробимо висновок, що для забезпечення соціал-економічного розвитку регіонів у наші часи, необхідно сформулювати важливість розуміння цього процесу і створити на державному рівні як моделі розвитку інновацій їх реалізацій, так і для підходів в регіональному розвитку. Саме ці поєднання та компактне застосування інновацій у всіх країнах, дозволить усунути проблеми і допоможе забезпечити великий розвиток регіонів у соціально-економічній сфері нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Бондар В. С. Роль інноваційної діяльності у соціально-економічному розвитку регіонів / В. С. Бондар // Економіка та управління підприємствами машинобудівельної галузі: проблеми теорії та практики. – № 2(22). – С. 109-118.
2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.gov.ua/laws/show/3715-17>
3. Малова А. Є. Інновації в управлінні публічним сектором економіки. Інтернет-портал наукових конференцій КНЕУ / А. Є. Малова // Роль інновацій в сучасній економіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conferencekneu.wordpress.com/2017/05/01/малова-а-є-роль-інновацій-в-сучасній-ек/>

Сокурєнко Д. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління підприємством в ринкових умовах спрямовано на отримання прибутку від виробничої діяльності, котра визначається шляхом нарощування обсягів продаж та залежить від інструментів маркетингу. Збільшення обсягів виробництва неможливо без вивчення потреб споживача конкретно на ту

продукцію, яка буде задовольняти саме його попит і його платоспроможну можливість. Збутова діяльність підприємства направлена на реалізацію прибуткової продукції, що в майбутньому дозволить розширити сегмент ринку і сформувати споживчий попит. В умовах конкурентного ринку успіх реалізації продукції багато в чому залежить не стільки від властивостей і характеристик самого товару (або послуги), скільки від здатності надати вирішення конкретної проблеми [2]. Основою споживчих властивостей товару є базова потреба, що відображає основні функціональні характеристики продукту, якого так потребує покупець. З переходом від ринку продавця до ринку покупця, конкурентоздатність підприємства у все зростаючій мірі залежить від того, наскільки життєздатними та досконалими є його маркетингові та збутові стратегії.

Для взаємодії фірми і споживача, як суб'єктів економічних відносин, організація та управління збутом готової продукції є одним з найбільш важливих елементів. Дане питання в наш час є дуже актуальним, тому що на сучасному етапі переходу до ринкових відносин в нашій країні стимулювання збуту продукції починає посідати ключову роль для успішної діяльності будь-якого підприємства.

Нинішня конкуренція змушує підприємства-виробників йти на все більші поступки споживачам та посередникам в збуті власної продукції за допомогою функції стимулювання. Умови сьогоденної конкуренції такі, що саме виробник повинен здійснити певні зусилля по стимулюванню попиту на свій товар, збільшення продажів, закріпленні споживача. Найбільший вплив на всю виробничу діяльність і якість продукції, здійснює ефективна збутова політика підприємства, керуючись своєчасно поступаючою інформацією про потреби і побажання споживачів [1].

Природно, що будь-який споживач при купівлі товару, має на меті придбати його за максимально низькою ціною. Її може забезпечити зниження витрат на виробництво продукту без істотного впливу на якість виробленої продукції. Зниження витрат забезпечується ефективним управлінням витратами.

Найважливішим принципом ринкової стратегії компанії є швидке освоєння виробництва, продаж нових або дефіцитних товарів масового попиту за доступними цінами.

Таким чином, актуальність обраної теми обумовлена важливістю та необхідністю визначення найбільш ефективних методів стимулювання продажів, котрі забезпечать компанії в майбутньому успіх в справі просування своєї продукції на ринок, а також, яка гарантуватиме переваги перед конкурентами.

При реалізації готової продукції підприємства методи стимулювання збуту виступають одним з головних елементів. Кожен виробник прагне створити такі відносини зі споживачем, при яких останній буде здійснювати повторні покупки товарів тим самим збільшуючи його прибуток. З цього випливає, що основна мета виробника – створення лояльності до товару чи торгової марки. Методи стимулювання збуту можуть стимулювати поведінку споживачів різними способами, при цьому кожен з методів має переконувати або спонукати людей зробити будь-яку транзакційну дію. Одним з таких методів є знижки – давно є одним з кращих способів стимулювання збуту, дуже важливий і поширений інструмент. Численні знижки та уцінки товарів здатні дійсно серйозно підвищити продажі компанії. Головний нюанс полягає в тому, аби все було грамотно організовано. Саме знижки здатні підняти продажі продукції в короткі терміни! В тандемі зі знижками ефективно гармонує й такий метод стимулювання як бонуси, основна мета котрого – стимулювання продажів – збільшення загальної суми покупки і розпродаж менш ходових товарів. Наприклад, купуючи один товар, покупець отримує знижку на другий в розмірі 10-20%, а на третій в розмірі 40% або покупцеві видається бонусна картка, на яку, при здійсненні кожної покупки, зараховуються бали/бонуси. Досить непогано на практиці зарекомендували себе такі види знижок як:

- дисконт – знижка, яку покупець отримує по чеку і спеціальної дисконтною карткою;
- встановлення відсотка знижки від загальної суми придбання (чим більша сума по чеку, тим більше відсоток знижки);

– встановлення певного відсотка знижки на кожну n-у одиницю придбання (наприклад знижка на кожен третій продукт).

Найбільш вагомим фактором, котрий визначає гарантію збуту виробленого продукту є ціновий фактор. В сучасному світі, з урахуванням наявної конкуренції, забезпечити зростання реалізації продукції без застосування стимулюючих факторів практично неможливо. Тому застосування стимулюючих факторів у збуті продукції має основоположне значення для досягнення кінцевих цілей.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Соціальні аспекти формування збутової політики сучасних підприємств / Т. З. Гвініашвілі, К. А. Дзіковська // Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. : у 9 т. (м. Дніпро, 23–24 березня 2017 р.) Дніпро: Біла К.О., 2017. – Т. 7. – С. 66-70.
2. Гринько Т. В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства / Т. В. Гринько, Д. В. Пасека // Економіка і менеджмент-2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. : у 6 т. (м. Дніпропетровськ, 24-25 квітня 2014 р.). – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2014. – Т. 4. – С. 103-105.

Старун А. М., Либань О. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Економічний зміст ділової активності підприємства можна розглядати як в широкому, так і у вузькому значенні. У широкому значенні ділова активність передбачає сукупність заходів і зусиль, які проводяться підприємством з метою підвищення його конкурентоспроможності на товарному ринку. Вузьке значення окреслює його виробничо-комерційну діяльність, що зумовлює проведення аналізу фінансово-господарської діяльності у визначенні управлінського впливу на основі визначення оцінки ділової активності підприємства.

Загалом ділова активність підприємства відноситься до комплексного поняття, і виражається через систему взаємопов'язаних економічних категорій, що спонукає виникненню різних підходів до визначення цього поняття серед

наукового колу. Це ж стосується і поняття «управління діловою активністю підприємства», яке можна розглядати як вплив керівництва підприємства на формування поточних планів щодо розподілу і перерозподілу всіх видів доступних ресурсів з метою постійного підвищення ефективності своєї діяльності на макро- і мікрорівні.

Виходячи з того, що ділова активність підприємства є процесом, і пов'язана з результатами діяльності, виступає своєрідним потенціалом підприємства, забезпечуючи його конкурентоспроможністю, то можна стверджувати, управління діловою активністю в системі управління, відноситься до одного з провідних заходів, оскільки це генерує здатність підприємства до зростання своєї вартості. З однієї сторони «ділова активність» визначається в ракурсі комплексної характеристики діяльності підприємства, і включає в себе оцінку ступеня напруженості і виконання виробничих завдань за всіма видами показників діяльності, з іншої – «це процес управління ефективністю господарської діяльності підприємства, спрямований на забезпечення його розвитку та ефективне використання всіх видів ресурсів з метою досягнення ринкової конкурентоспроможності та формування сучасного інноваційно-інвестиційного потенціалу як окремих підприємств, так і національної економіки в цілому» [1].

Управління діловою активністю підприємства потребує визначення і конкретизації здійснюваних управлінських заходів на основі проведення оцінки особливостей кожного з них. Характер такого підходу визначається наявним безперервним взаємозв'язком між ними та їх складовими елементами, які окреслюють саму методика проведення оцінки. В якості складових елементів, методика оцінки безперервності включає аналіз фінансових, виробничих і ринкових ознак. Дана методика містить показники ділової активності, тобто «оцінка і управління безперервністю повинна бути ув'язана з діагностикою банкрутства та вбудована в систему ризик-менеджменту підприємства» [1]. Тому на нашу думку необхідно діагностувати ознаки банкрутства, яка розпочинається з виявлення ранніх ознак фінансової неспроможності, та до яких

відносять: різке зменшення грошових коштів на рахунках підприємства; значне зростання дебіторської та кредиторської заборгованостей; значне скорочення дебіторської заборгованості при одночасному зростанні залишків готової продукції (затоварювання); розбалансованість дебіторської і кредиторської заборгованості; одночасне скорочення дебіторської та кредиторської заборгованості; наявність і зростання збитків; відсутність власних оборотних коштів; скорочення виручки від реалізації.

Ключову роль в проведенні аналізу банкрутства підприємства відіграє економічний аналіз, в ході якого розраховують коефіцієнти які характеризують платоспроможність, фінансову стійкість і ділову активність. Внаслідок чого оцінка показників ділової активності та прогнозування ймовірності банкрутства, є складовою частиною у побудові єдиної системи антикризового управління діяльністю підприємства. Першочерговою метою аналізу ділової активності виступає визначення найбільш пріоритетних показників, що представляють максимально повну і об'єктивну картину економічного стану підприємства. Такими показниками можуть бути коливання в структурі активів і пасивів, величина фінансового результату, значення рентабельності власного капіталу, реалізаційних процесів, зміна показника оборотності активів і власного капіталу, а також розрахунки з кредиторами і дебіторами. Крім поточного стану, керівництво підприємства може турбувати ще й його прогноз на найближчу перспективу діяльності. Основою такого аналізу зазвичай виступає інформація, отримана із звітності підприємства, оцінка якої надає змогу відтворенню найбільш значущих аспектів здійснених господарських операцій, а також і виробничої діяльності.

Отже, аналіз ділової активності – окремий блок в системі комплексного економічного аналізу діяльності підприємства, значення якого полягає у формуванні економічно обґрунтованої оцінки ефективності і інтенсивності використання ресурсів та виявлення резервів їх підвищення. З нашої точки зору, оцінку ділової активності підприємства необхідно проводити використовуючи систему

відносних показників. Подібна система повинна ґрунтуватись на принципах цілеспрямованості, повноти, інформаційної відкритості та результативності, включаючи набір показників необхідних для проведення комплексної оцінки ділової активності в цілях управління підприємством. Основою даної системи повинні виступати показники оборотності, які обрані в якості системних відносних показників для аналізу ділової активності, так як вони надають змогу оцінити ефективність використання ресурсів підприємства, а саме: збільшення показників оборотності свідчить про більш ефективне використання ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Гарасюк О. А. Проблеми щодо сутності поняття «ділова активність підприємства» / О. А. Гарасюк // Вісник КТУ. – 2010. – № 22. – С. 63–68.

Ткаліч Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АВС-АНАЛІЗ ЯК ОДИН З ЕФЕКТИВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ КОНТРОЛІНГУ

Істотну роль в проведенні контролінгу грає АВС-аналіз [1], який застосовується з метою оптимізації величини запасів, скорочення кількості переміщень на складі, скорочення розкрадань матеріальних цінностей та ін. АВС-аналіз є одним з ефективних інструментів контролінгу.

Відмінною особливістю використання АВС-аналізу як методу контролінгу управління товарними запасами є необхідність етапу прийняття рішень по оптимізації асортименту. Сформовані групи товарів вимагають різних управлінських впливів.

АВС-аналіз являє собою ранжирування товарів за певними ознаками. За його допомогою вдається визначити найбільш пріоритетні товарні позиції

і позиції, від закупівлі яких можна взагалі відмовитися. Ідея ABC-аналізу базується на методі Парето, який стосовно сфери продажів стверджує, що 20% товарів приносять магазину 80% прибутку, а 80% покупців задовольняються 20% асортименту [3]. Завдяки ABC-аналізу можна зрозуміти, якими ресурсами краще запасатися, а які варто купувати безпосередньо в момент необхідності, кількість яких товарів слід збільшити, а яких – зменшити, на яких постачальників варто покладатися, а на яких краще не сподіватися. Класична методика ABC-аналіз припускає наявність 3-х груп: А, В і С. Вдосконалена версія припускає наявність ще 1-ї або 2-х груп: D і F.

А. Товари, продаж яких приносить магазину 80% виручки.

В. Товари, продаж яких приносить магазину 15% виручки.

С. Товари, продаж яких приносить магазину 5% виручки.

D. Товари, що привозяться виключно під замовлення.

F. Нові товари або абсолютно неліквідні товари.

Розглянемо на прикладі застосування ABC-аналізу за матеріалами діючого підприємства. Розрахуємо річний обсяг продажів молочних продуктів і обчислимо частку внеску кожного товару у формування доходу (прибутку) (табл. 1).

**Таблиця 1. ABC-аналіз товарів, що вироблені з молока
(за матеріалами діючого підприємства)**

Запаси продукції	Ціна за одиницю продукції, грн.	Обсяги реалізації за рік, шт.	Обсяги реалізації за рік, грн.	Обсяги реалізації за рік, %
1. Сільське молоко	20	17875	357500	42,0
2. Молоко пряжене	30	1986	59580	7,0
3. Коктейль з фруктами	25	681	17025	2,0
4. Кефір	14	17632	246848	29,0
5. Ряжанка	38	896	34048	4,0
6. Сливки	70	365	25550	3,0
7. Йогурт	35	1945	68075	8,0
8. Сироватка молочна	12	2128	25536	3,0
9. Закваска молочна	18	473	8514	1,0
10. Айран	56	152	8512	1,0
Всього	X	44133	851188	100,0

Згрупуємо молочні продукти за обсягами реалізації за рік (від більшого до меншого) (табл. 2).

Таблиця 2. ABC-аналіз товарів, що вироблені з молока за обсягом реалізації за рік (за матеріалами діючого підприємства)

Запаси продукції	Вартість 1 літра, грн.	Річний об'єм продажу, шт.	Річний об'єм продажу (дохід), грн.	Річний об'єм продажу, %
1. Сільське молоко	20	17875	357500	42,0
2. Кефір	14	17632	246848	29,0
3. Йогурт	35	1945	68075	8,0
4. Молоко пряжене	30	1986	59580	7,0
5. Ряжанка	38	896	34048	4,0
6. Сливки	70	365	25550	3,0
7. Сироватка	12	2128	25536	3,0
8. Коктейль з фруктами	25	681	17025	2,0
9. Закваска молочна	18	473	8514	1,0
10. Айран	56	152	8512	1,0

Розбиваємо запас продукції підприємства на три категорії у відповідності з класичною методикою (табл. 3).

Таблиця 3. ABC-аналіз товарів, що вироблені з молока (за матеріалами діючого підприємства)

Категорія	Різновид продукції	Кількісна частка	Доля вартості, %
A	№1, №4	20	71,0
B	№2, №5, №7	30	19,0
C	№3, №6, №8, №9, №10	50	10,0

Тож, в досліджуваному діючому підприємстві свіже молоко і пряжене молоко – найбільш стабільно вживані та ті, що забезпечують формування 71% доходу основної діяльності. Вони найбільш вживані, а отже потребують постійного поповнення торгових прилавків. Всі інші товари, що вироблені з молока, забезпечуючи виручку, все ж не є стабільними у споживанні. Готівкові торгові надходження від йогурті, сливок, коктейлів, закваски і айрану невеликі, тому потреби у формуванні запасу вказаних молочних товарів немає, бо покупці даної групи молочних товарів є стабільними у своєму споживанні.

Таким чином, за допомогою ABC-аналізу [2] підприємствам можна ефективно вирішувати питання управління товарною номенклатурою.

Список використаних джерел:

1. Остапенко Т. М. Класифікація інструментів (методів) контролінгу витрат / Т. М. Остапенко // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 5. – С. 125-130. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2013_5_19.
2. Рубен Р. Використання ABC-аналізу в сфері маркетингу / Р. Рубен, О. В. Боровиков // Маркетинг и реклама. – 1999. – № 1. – С. 39-45.
3. Соляник О. М. Практичні аспекти застосування ABC-аналізу у логістичному управлінні / О. М. Соляник, О. В. Осиненко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2009. – № 2. – С. 105-112.

К. е. н. Ульянова Л. П., к. е. н. Чайка Ю. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА –
ВАЖЛИВА ПРОБЛЕМА СУЧАСНОСТІ**

За умов, коли негативні наслідки НТР проявилися в повній мірі, все більшу значимість набуває необхідність активізації процесу реалізації технологічних, управлінських, правових та інших рішень, націлених на підвищення ефективності використання природних ресурсів на тлі збереження природного середовища. Проблема екологізації є багаторівневою, включає світовий, національний, територіальний, галузевий рівні та рівень кожного господарюючого суб'єкта. Найбільш складним, на наш погляд, є питання екологізації виробничої діяльності первинної ланки економіки – підприємства, оскільки торкається майже усіх соціально-економічних відносин у суспільстві. Іншими словами, повинно розглядатися у різних площинах: «державо-підприємство», «підприємство та його виробничі ланки», «підприємство-споживач».

Теоретичним підґрунтям для розуміння зазначеної проблеми стали розробки екологічної економіки – відносно нової галузі знань, що з'явилася наприкінці минулого століття і вивчає взаємозв'язки між екосистемами та

економічною діяльністю суспільства. Поступово отримані результати дослідження почали розповсюджуватися на мікрорівень, тобто на діяльність підприємств. Вченими обґрунтовано, що вихідною передумовою екологізації виробничої діяльності є вдосконалення основних виробничих фондів та природоохоронних заходів для підвищення їх екологізації. Саме від цього залежить прогресивність виробництва, екологічна «чистота» навколишнього середовища та виробленої продукції. В той же час, здійснений аналіз реального стану матеріально-технічної бази суспільного виробництва свідчить про те, що вітчизняні підприємства у більшості функціонують на основі застарілих технологій, фіксується високий рівень зношеності їх основних виробничих фондів. Обумовлені цим екологічні наслідки ведуть до збільшення компенсаційних витрат, котрі включають і великі соціальні витрати (збільшення захворюваності, смертності населення тощо). Не випадково, за сучасних умов у фінансовому менеджменті все більшого розповсюдження отримують підходи, які містять комплексні показники, враховують не тільки оцінки економічної, а й екологічної ефективності діяльності підприємства, вивчають взаємовплив між ними.

Необхідність підвищення екологічної ефективності націлює підприємства на створення продукції та послуг з високими корисними властивостями при зниженні матеріаломісткості і енергоємності виробництва, мінімізації ресурсокористування, забруднення довкілля виробничими відходами. Розуміння суспільством важливості посилення екологічної безпеки обумовлює те, що на сучасному ринку все більшого попиту набуває екологічна продукція, а також товари з меншим терміном розкладання та ті, що краще підлягають переробці. В той же час, незважаючи на те, що за останні роки ринок органічної продукції України зріс майже у 29 разів, частка споживання українцями її все ще недостатня. Так, у 2017 році споживання на душу населення на вітчизняному ринку складало 0,68 євро, а у Європі – 40,8-60,5 євро [1]. Відсутність необхідних змін на українському ринку екологічних товарів обумовлена, на наш погляд, різними чинниками, а саме: недостатністю інноваційного технічного

обладнання та технологій; нестачею чистих земель, придатних для вирощування чистої продукції (такі землі не повинні оброблятися пестицидами та азотними добривами 5 років); недостатньою кількістю кваліфікованих кадрів з необхідним рівнем знань цієї галузі; необізнаністю українців у користі еко-продуктів та високі, як правило, ціни на них, що обмежує обсяги споживчого попиту. Не сприяє розвитку національного ринку і те, що значна частка екологічної продукції вивозиться за межі країни, тобто експортується.

Аналіз шляхів підвищення екологізації виробництва обов'язково повинен базуватися на розумінні того, що підприємства діють в умовах певного, створеного в країні, макроклімату, який безпосередньо впливає на організацію діяльності кожного конкретного суб'єкта господарювання та, у деяких випадках, може нівелювати їх ініціативні дії щодо посилення екологічної безпеки. Покращення середовища, де функціонують підприємства, залежить від науково обґрунтованих державних заходів та програм. Необхідно відмітити, що за період незалежності України зроблені певні кроки щодо законодавчого, економічного та наукового забезпечення ефективної екологічної політики. Створено правову базу у сфері охорони довкілля та раціонального природокористування, сформовано систему органів державного управління екологічною безпекою, запроваджено економічний механізм регулювання багатьох екологічних проблем. Проте, не дивлячись на здійснювані заходи, питання екологічної ситуації та безпеки в нашій країні стоїть досить гостро. Це обумовлено, по-перше, тим, що протягом тривалого періоду відбувалось нехтування об'єктивними законами розвитку і відтворення природно-ресурсного комплексу України, по-друге, недосконалістю державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання в контексті розв'язання екологічних проблем.

Збільшення рівня екологізації виробництва повинно бути забезпечено ефективним управлінням перш за все тими підрозділами підприємств, які здійснюють значне навантаження на навколишнє середовище. Оцінювання екологічних наслідків виробничої діяльності має здійснюватися за певними

методиками, запропонованими науковцями, і дозволяти керівництву підприємства отримувати об'єктивну інформацію про те, наскільки екологічна ефективність його виробничих ланок відповідає розробленим та заданим орієнтирам (або критеріям) в країні.

Список використаних джерел:

1. Інформаційно-аналітичний портал АПК України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>

Фалій Н. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ ДОХОНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА СУЧАСНІ ШЛЯХИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ

Аналіз доходів діяльності є важливою ланкою функціонування підприємства, результати якого слугують базою для планування доходів та контролю за їх виникненням. За даними скороченої звітності підприємства щодо фінансових показників звітного та попередніх періодів вивчимо видовий склад доходів діючого торговельного підприємства оптової торгівлі Полтавської області у динаміці (табл. 1).

За табл. 1 у 2017 р. підприємство формувало доходи в основному у процесі основної операційної діяльності: 99,9 % становлять доходи від поставки благ (товарів), спожитих безпосередньо іншими суб'єктами, а не підприємством. Одночасно у 2017 р. підприємство мало в структурі доходів 0,1% доходу від іншої діяльності. В 2018 р. підприємство паралельно з доходом від продажу товарів отримало інші операційні доходи в розмірі 32,4 тис. грн, що склало 0,1 % у структурі доходів діяльності.

Співставивши дохід 2019 року від проданих товарів (без урахування ПДВ) з його величиною за 2017 рік, відслідковується його збільшився з 27563,2 тис. грн

до 52017,5 тис. грн, тобто на 24454,3 тис. грн, або 88,7 %, а доходи від іншої діяльності зменшились на 10,6 тис. грн (у 8,6 разів).

У 2019 р. порівняно з 2017 р. частина чистого доходу від реалізації товарної продукції в загальній його величині залишилась незмінною – 99,9 %. Загалом доходи підприємства за досліджувані 2017-2019 роки збільшилися на 24485,1 тис. грн, що становить 88,8 % зміни. Але, враховуючи те, що рівень конкуренції зростає, нами пропонується для збільшенні обсягів доходу діяльності та каналів збуту залучати кешбек.

Кешбек передбачає повернення коштів від придбань, проведених на серверах продавців покупок (віддаванням переваги клієнтам, що співпрацювали з продавцями через посередників – кешбек-сервіси та здобули право на миттєву чи відстрочену виплату, у визначені строки).

Таблиця 1. Структура та динаміка доходів досліджуваного торгівельного підприємства Полтавської області за 2017–2019 рр.

Види доходів	2017 р.		2018 р.		2019 р.		Відхилення (+,-) 2019 р. від 2017 р.	
	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	абсолютне, тис. грн	відносне, %
Частина доходу від реалізації (без ПДВ)	27563,2	99,9	33813,9	99,9	52017,5	99,9	+24454,3	+88,7
Інші операційні доходи	-	-	32,4	0,1	20,7	0,1	+20,7	у 1 р. б.
Дохід від іншої діяльності	1,4	0,1	-	-	12	0,0	-10,6	у 8,6 р. м.
Всього	27565,1	100,0	33846,3	100,0	52050,2	100,0	+24485,1	+88,8

Власники кешбек-сервісів досягають з продавцями товарів та інших благ (робіт, послуг) письмової домовленості – домовленості з індивідуальними суб'єктами господарювання та підприємствами. За домовленістю, власники бізнесу виплачують власникам кешбек-сервісів частину виторгу за проданими з допомогою сайтів-посередників продуктами/предметами/послугами (за залучення

клієнтів). Кошти покупцям безпосередньо повертаються cashback-сайтами, але для отримання заохочення, необхідно скористатися виключно URL-адресами продавців, які додаються на кешбеківські сервіси.

Кешбек-сервіси допомагають економити на покупках, що є перевагою для покупців. Через популярність Інтернет-торгівлі використання кешбеку стало окремим бізнесом. Вказані підприємці, в якості посередників, повертають колу користувачів витрачені в Інтернет-магазинах фінанси.

Розміри відшкодувань знаходяться в діапазоні 1–20 % від суми покупки, з місячним часом нарахування належної суми кешбеку або одразу після проведених покупок. Українських сайтів, що пропонують cashback-сервіси досить багато.

Для розвитку кешбеку серед українських споживачів товарів, важливо продавцям товарів проводити інформування покупців про можливе ощадливе витрачання фінансів, за рахунок повернення коштів з покупок чи то шляхом банківських переказів, чи то через платіжні системи, або на особистий рахунок телефону.

Податкові витрати щодо вказаної технології, за операцією з отриманої винагороди, лягають на суми доходів покупців в розмірі 18% (податок з доходів фізичних осіб) та 1,5% (військовий збір).

З метою збільшення суми прибутку виникає потреба у розробці для підприємства стратегії управління доходами підприємства, для чого необхідно розробити прогноз прибутку на наступний рік і визначити шляхи досягнення прогнозованої суми доходу. У процесі діяльності підприємства необхідно здійснювати контроль за досягненням поставлених завдань.

Список використаних джерел:

1. Що таке кешбек (cashback), як він працює і де в Україні та світі можна ним скористатися? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-service.lviv.ua/shho-take-keshbek-cashback-yak-vin-pratsyuye-i-de-v-ukrayini-ta-sviti-mozhna-nym-skorystatysya/>.
2. Кешбек-сервіси: що це і як працює [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finance.ua/ua/saving/keshbek-servisy-cho-eto-i-kak-rabotaet>.
3. 10 речей, які потрібно знати про кешбек [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finance.ua/ua/cards/10-veshchey-kotorye-nuzhno-znat-o-keshbeke>.
4. Чи можна отримувати кешбек за всі покупки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2019/04/09/37346222/>.

Фен Цзінвень

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі практика управління маркетинговою діяльністю виробничих підприємств свідчить про низький рівень задоволеності інформаційних потреб, необхідних для прийняття управлінських рішень. В сучасних умовах успішна реалізація цілей і завдань розвитку підприємства значною мірою залежить від ефективного використання його інформаційних ресурсів. Інформаційні ресурси є основою інформаційного забезпечення діяльності підприємства і визначають його стратегічний успіх. «Передумови інформаційного забезпечення маркетингового управління підприємством формуються під безпосереднім впливом чинників його зовнішнього та внутрішнього середовища та орієнтують підприємство на збільшення обсягів інформаційних ресурсів, що використовуються для управління» [3].

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства залежить не тільки від наявності інформаційних ресурсів, а й від можливостей впровадження інформаційних інновацій, впорядкування інформаційних потоків підприємства, від вирішення проблем його ефективної інформаційної взаємодії з суб'єктами ринку. Мінливе ринкове середовище висуває підвищені вимоги до маркетингової інформації, що спонукає до вибору найкращих механізмів інформаційного забезпечення управлінської діяльності й ефективного використання маркетингової інформації.

Зміни в системі маркетингу здійснюються, як правило, у відповідь на дію чинників, які утворюються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі підприємства. З огляду на це, усю інформацію, що використовується суб'єктом господарювання, за джерелами її надходження доцільно розподілити на внутрішню та зовнішню. Зовнішня інформація відображає ситуацію щодо макро- та

мікросередовища підприємства. Внутрішня інформація характеризує «сучасний стан самого суб'єкта господарювання, зокрема, представляє основні показники його комерційної діяльності (за результатами, зокрема, бухгалтерської звітності)» [2].

Щодо основних джерел зовнішньої інформації (про маркетингове середовище, і в першу чергу про ринки збуту), то серед них «виділяють:

- покупці продукції підприємства (реклама, брошури, прейскуранти);
- продавці і торгові агенти підприємства, незалежні торгові посередники, що співпрацюють з підприємством;
- посередники, що спеціалізуються на зборі і реалізації комерційної інформації;
- спеціалізовані журнали, довідники, інформаційні бюлетені;
- представники контактних аудиторій: засоби масової інформації, різні суспільні формування (спілки захисту прав споживачів та ін.)» [5].

Вищенаведені джерела дають можливість отримати інформацію будь-якого спрямування. Проте для керівника підприємства самостійний стихійний пошук необхідних знань – досить довготривала і часто не приносить бажаного результату. Ефективні у цьому випадку дорадчі служби, основною метою яких є поширення та впровадження у виробництво сучасних наукових досягнень [1].

Отримана у ході маркетингового аналізу інформація проходить стадію обробки – перетворюється на аналітичну маркетингову систему, на основі використання якої інформація узагальнюється і подається тим особам, які приймають рішення.

В свою чергу, для аналізу інформації можуть бути використані такі методи: традиційний аналіз (аналіз суті вторинних даних і побудова логічних ланцюжків міркувань); статистичні методи обробки інформації; багатомірні методи (факторний і кластерний аналіз); регресивний і кореляційний аналіз; імітаційні методи; методи теорії прийняття рішень (теорія ігор, теорія черг, дерево рішень); методи дослідження операцій (лінійне та нелінійне програмування); евристичні методи та ін.

Результатом проведеного маркетингового аналізу є інформація, на підставі якої ухвалюється управлінське рішення, що є основою для подальшої реалізації та отримання кінцевого результату, тобто прибутку або досягнення поставлених цілей. Маркетинговий аналіз та його результати сприяють ефективній адаптації виробництва до стану ринку і вимог кінцевого споживача.

Узагальнивши існуючі теоретичні підходи до процесу отримання маркетингової інформації для підприємства, реалізації окремих функцій маркетингу та практичний досвід використання маркетингу для підвищення ефективності діяльності підприємства, можна зробити висновки [4]:

– теорія ринкового управління під маркетинговою інформацією розуміє інформацію, одержувану в ході дослідження процесу обміну результатами праці й взаємодії із приводу такого обміну всіх суб'єктів ринкової системи, яка використовується у всіх сферах діяльності господарюючого суб'єкта;

– для зменшення ступеня невизначеності й ризику підприємство повинне не тільки мати найбільш точну, у достатніх обсягах і своєчасну інформацію, але й зважено підходити до планування процесу пошуку, здобуття та первинної обробки отриманої інформації з метою забезпечення можливості використання її у процесі планування діяльності підприємства. Сприяє досягненню цієї мети маркетинг, який здійснюється силами підприємства або сторонніх маркетингових фірм.

Список використаних джерел:

1. Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент / М. І. Белявцев, В. Н. Воробйов. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 407 с.
2. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебн. для вузов / Г. Ассэль. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804 с.
3. Буднікевич І. М. Особливості розвитку теорії маркетингового комплексу / І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна // Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць. Вип. 730-731. Економіка. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. – С. 56-60.
4. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент / А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
5. Гречаник Н. Ю. Особливості організації маркетингу в сільськогосподарських господарствах / Н. Ю. Гречаник // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2008. – № 7. – С. 146-150.
6. Григорчук Т. В. Маркетинг. Частина друга: навч. посіб. / Т. В. Григорчук. – К. : Університет «Україна», 2007. – 379 с.

Четверікова А. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Наукові досягнення і технологічні зміни є важливими факторами економічних показників. Наука, технологія і інновації в даний час є ключовими для поліпшення економічних показників і соціального благополуччя. Інновації широко визнані в якості кінцевої рушійною силою довгострокового економічного зростання і процвітання. Зростаюча роль інновацій і технологічних змін може бути пов'язана зі змінами в інноваційному процесі. Більше фінансування інновацій тепер направлено на нові фірми і ризиковані проекти. Інновації також набагато більше залежать від взаємодії і співпраці, в тому числі між наукою і промисловістю. Інвестиції в інформаційно-комунікаційні технології, які є вирішальним фактором у новій економіці, в останні роки значно зросли. У другій половині 1990-х років поширення інформаційно-комунікаційних технологій прискорилося з появою Інтернету [4].

Інвестиції в нематеріальні активи – освіту, дослідження та розробки (НДДКР), програмне забезпечення – також сильні. Освіта важливо, оскільки нові технології вимагають кваліфікованих робітників. За останнє десятиліття фінансування інновацій стало більш орієнтованим на ринок[3].

Венчурний капітал став основним джерелом фінансування для нових фірм, заснованих на технологіях, і таким чином сприяє інноваціям. Більш сильна роль технологій та інновацій також спостерігається в секторі послуг. Традиційна точка зору полягає в тому, що послуги не дуже динамічні, що вони практично не мають зростання продуктивності і не впроваджують інновації. Недавній аналіз не підтримує цю точку зору. Багато служб відчувають швидке зростання продуктивності, деякі з них новаторські, а нові робочі місця все частіше вимагають кваліфікованого персоналу.

Сектор послуг на сьогоднішній день є основним покупцем обладнання інформаційно-комунікаційних технологій, а ефективність кількох секторів послуг сильно залежить від них. Інформаційно-комунікаційні технології важливі для галузей, які обробляють інформацію, таку як фінансові послуги, а також для таких областей, як логістика, оскільки вона забезпечує більш ефективний транспорт. Інформаційно-комунікаційні технології дозволяють підвищити продуктивність праці в багатьох секторах послуг, включаючи транспорт, зв'язок, оптову і роздрібну торгівлю, а також фінансові та бізнес-послуги, хоча офіційні оцінки продуктивності часто все ще не бачать їх впливу через проблеми з вимірюванням [1].

Послуги також стали більш інноваційними. Такі сектора, як зв'язок і транспорт, тепер більш технологічні, ніж багато галузей обробної промисловості. Служби, засновані на знаннях, такі як комп'ютерні послуги та послуги консультантів, дуже швидко розвиваються і є важливими джерелами інновацій. Багато інші послуги стали більш інноваційними в зв'язку з впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій в сфері надання послуг, посиленням конкурентного впливу реформи регулювання і підвищенням ролі мереж в інноваційному процесі.

Таким чином, науковий прогрес став більш прямим стимулом інноваційного процесу. Технічний прогрес прискорився в тих областях, де інновації безпосередньо пов'язані з наукою (наприклад, біотехнологія, інформаційні технології, нові матеріали), і попит фірм на зв'язку з науковою базою збільшився [2].

Незважаючи на позитивні тенденції за окремими показниками, перехід України на інноваційний шлях розвитку буде супроводжуватися низкою внутрішніх і зовнішніх викликів. Серед зовнішніх викликів можна виділити:

- прискорення технологічного розвитку світової економіки;
- посилення в глобальному масштабі конкурентної боротьби за фактори, що визначають конкурентоспроможність інноваційних систем, в першу чергу,

за висококваліфіковану робочу силу та «розумні» гроші (інвестиції, які залучають в проекти нові знання, технології, компетенції), різке підвищення мобільності цих факторів;

– глобальні зміни клімату, старіння населення і виклики охорони здоров'я, продовольча безпека в глобальному масштабі. Дані виклики диктують необхідність випереджаючого розвитку окремих специфічних напрямків наукових досліджень і технологічних розробок («чиста» енергетика, нові технології в сільському господарстві і так далі).

У розвинених країнах фінансування промислових науково-дослідних робіт здійснюється як правило за рахунок корпорацій – майже на 90%. Також, спостерігається виключно висока активність малих інноваційних компаній, що значною мірою пов'язано з існуванням спеціальних державних програм підтримки таких фірм, а також з розвиненістю і доступністю венчурного капіталу – основного джерела засобів. У зв'язку з цим, представляється необхідним розвиток венчурного фінансування.

Список використаних джерел:

1. Адаменко І. П. Зарубіжний досвід проведення інноваційної політики / І. П. Адаменко // Матеріали Міжнародного симпозіуму «Інноваційна політика та законодавство в Європейському союзі та Україні: формування, досвід, напрямки наближення». – К.: Фенікс, 2011. – С. 11-12.
2. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним потенціалом підприємства: теоретичний аспект / Т. В. Гринько, С. О. Єфімова // Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи: Колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2016. – С. 23-32.
3. Grynko, T., Gviniashvili, T. (2017) Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management // Economic annals-XXI. – №165 (5-6) . – P. 80-83. URL: <https://doi.org/10.21003/ea.V165-17>.
4. Hviniashvili, T. Increasing the efficiency of business entities' innovative activity on the basis of venture financing // Ефективна економіка. – 2017. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6639>

Чистяк М. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В умовах ринкової економіки перед українськими підприємствами задля їх розвитку постає завдання забезпечення формування системи планування, контролю та оцінки, що базуються на новітніх управлінських технологіях та сприяють гармонізації з мінливими умовами функціонування. При цьому однією з головних задач будь-якого економічного суб'єкту є забезпечення його економічної стійкості. Об'єктивність оцінки економічної стійкості підприємства залежить від умов діяльності, методів її забезпечення та методики оцінювання.

Актуальність та важливість досліджень системи забезпечення та оцінки економічної стійкості підприємства зумовлена тим, що в сучасних умовах на підприємство впливає безліч різних факторів, які загрожують стабільності функціонування та конкурентоспроможності.

Будь-яке підприємство як соціально-економічна система, незалежно форми власності та сфери діяльності, може успішно функціонувати у зовнішньому середовищі, якщо воно має відповідний запас міцності, що дозволяє йому опанувати нові ринкові правила та забезпечує міцну конкурентну позицію на ринку. В загальному вигляді під економічною стійкістю підприємства розуміють сукупність взаємозалежних та взаємопов'язаних компонентів, які в будь-яких умовах забезпечують процес збалансованого функціонування [3, с. 161-162].

Тому економічна стійкість підприємства передбачає такий стан, коли гарантується найефективніша та продуктивна робота всіх її елементів. Таким чином, під управлінням економічної стійкості підприємства слід розуміти процес управління як систему методів, інструментів та принципів, гарантувати таке положення компонентів цієї системи, її формування та розповсюдження,

що дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу, підтримці конкурентоспроможності виробничого процесу [1, с. 504].

Основна мета управління економічною стійкістю підприємства – гарантувати економічну стійкість підприємства відповідно до сталого функціонування та розвитку підприємства у поточному та стратегічному періодах [4, с. 146-147]. Забезпечення економічної стійкості підприємства передбачає економічну незалежність, що має проявлятися у здійсненні контролю за ефективним використанням власних ресурсів та у можливості повною мірою використовувати конкурентні переваги підприємства.

На основі аналізу існуючих досліджень теоретико-методологічної бази та підходів до визначення економічної стійкості підприємства, можна визначити групу показників, що характеризують параметри внутрішнього середовища та ефективність діяльності підприємства [1, с. 504].

Перша група показників є основною складовою визначення економічної стійкості та визначає фінансову стійкість підприємства. У ринкових умовах ступінь стійкості підприємства та його функціонування залежить від потенційних можливостей кожного окремого учасника економічного процесу та збалансованості їх структурних підрозділів.

Друга група показників визначає стабільність виробництва підприємства, показує рівень техніко-технологічного забезпечення, організації виробництва та дозволяє своєчасно модернізувати основні засоби відповідно до вимог сучасної конкурентоспроможності якості продукції.

До третьої групи належать показники, які враховують практичний досвід економічно розвинених країн, доводять, що успіх підприємств пов'язаний із використанням маркетингової діяльності.

Четверта група оцінює інноваційний інвестиційний статус підприємства. Сучасні трансформаційні ринкові перетворення змінюють стратегію та тактику управління підприємством [2, с. 192-193].

Основна мета оцінки конкурентоспроможності економічної стійкості підприємств – пошук та відбір основних кількісних показників-показників їх фінансово-господарської діяльності [4, с. 146-147].

Визначення базується на таких принципах:

1. Вибір найбільш значущих показників, що впливають на економічну стабільність підприємства, оскільки необмежені показники мають комплексний характер для практичної реалізації;

2. Групування показників повинно забезпечувати моніторинг взаємозв'язку показника з факторами ендогенного та екзогенного середовища для подальших рішень та необхідність усунення негативного впливу факторів на економічну стабільність підприємства.

3. Оцінка економічної стійкості повинна бути розрахована для конкретних умов конкретної галузі [3, с. 162-163].

Отже, своєчасна об'єктивна оцінка економічної стійкості підприємства дає можливість йому функціонувати та розвиватися у мінливому зовнішньому середовищі та відповідно реагувати на його зміни.

Список використаних джерел:

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: ЦУЛ, 2017. – 504 с.
2. Швиданенко Г. О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансової стійкості підприємства. – К.:КНЕУ, 2010 – с. 192-193
3. Гринько Т. В. Особливості існуючих методик прогнозування фінансової стійкості підприємств / Т. В. Гринько // Наукові записки. Серія «Економіка». – Острог: Вид-во «Острозька академія», 2003. – Вип. 4. – С. 161-162.
4. Гринько Т. В. Інноваційна безпека підприємства: проблеми оцінки та забезпечення / Т. В. Гринько // Integration of business structures: strategies and technologies: International scientific-practical conference (February 24, 2017, Georgia, Tbilisi). – Tbilisi: Baltija Publishing. – P. 146-147.

Швидка А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ДИНАМІКИ
ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**

У процесі своєї діяльності підприємства взаємодіють з багатьма суб'єктами – постачальниками та підрядниками, покупцями і замовниками. При розрахунках з дебіторами щодо виготовлених благ виникають борги дебіторів, які займають велику частку серед оборотних активів підприємства та чинять вплив на фінансову стійкість підприємства. Тому при управлінні дебіторською заборгованістю вкрай необхідно використовувати механізми, що гарантують/забезпечують її своєчасне погашення.

Проаналізуємо у динаміці дебіторську заборгованість за матеріалами діючого товариства в м. Дніпро (в галузі будівництва житлових та нежитлових будівель) (табл. 1). За результатами діяльності товариство має суми по трьох видах дебіторської заборгованості, яка очікуються в погашенні за домовленістю протягом дванадцяти місяців з дати виникнення.

Таблиця 1. Склад, структура та динаміка дебіторської заборгованості товариства (основний вид діяльності: будівництво) за 2017–2019 рр.

Вид дебіторської заборгованості	2017 р.		2018 р.		2019 р.		Зміни 2019 року до 2017 року (+;-)		
	сума, тис. грн	%	сума, тис. грн	%	сума, тис. грн	%	суми, тис. грн	частка, в. п.	у %
Товарна дебіторська заборгованість	592	84,8	600,3	87,6	94,9	8,1	-497,1	-76,7	-83,9
З бюджетом	106	15,2	84,8	12,4	75,3	6,4	-30,7	-8,8	-28,9
Інша поточна дебіторська заборгованість	0	0,0	0	0,0	1003,5	85,5	+1003,5	+85,5	у 1 р. б.
Усього:	698	100,0	685,1	100,0	1173,7	100,0	+868,2	x	у 1,3 р. б.

Щоб детальніше вивчити дебіторську заборгованість на підприємстві, проведемо оцінювання дебіторської заборгованості, з використанням комплексного методичного підходу (табл. 2). Показники комплексного оцінювання боргів дебіторів мають переважно негативну динаміку. Коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості зменшився з 6,093 у базовому році до 2,437 у звітному році, а період погашення заборгованості дебіторів збільшився на 60 днів (69 %).

Таблиця 2. Комплексне оцінювання дебіторської заборгованості товариства (основний вид діяльності: будівництво) за 2017–2019 рр.

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення (+;-) 2018 р. до 2019 р.	
				абсолютне, тис. грн	відносне, %
Середньорічна величина поточної дебіторської заборгованості	636,75	691,55	929,4	+237,9	+34,4
Середньорічна величина поточної кредиторської заборгованості	1073,95	1062,5	779,7	-282,8	-26,6
Коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості	6,093	4,115	2,437	-1,678	-40,8
Середній період погашення заборгованості дебіторами, днів	59	87	148	60	+69
Питома вага дебіторської заборгованості в майні, %	15,5	15,3	19,9	4,5	29,5
Питома вага поточної дебіторської заборгованості в оборотних активах, %	53,9	50,5	58,2	7,7	15,2
Відношення дебіторської заборгованості до доходу від продажу продукції, %	16,4	24,3	41,1	16,7	68,9

Така динаміка пояснюється випереджаючим зростанням середньорічної величини дебіторської заборгованості (на 34,4%) порівняно із чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (20,4%).

Частка дебіторської заборгованості у майні підприємства збільшилась з 15,5 % до 19,9 %, а частка дебіторської заборгованості в оборотних активах – із 53,9 % до 58,2 %. Показник, який характеризує відношення дебіторської заборгованості до чистого доходу від реалізації (товарів, робіт, послуг), зріс з 16,4 до 41,1%, що є ознакою погіршення стану розрахунків із дебіторами.

У результаті випереджаючого зростання величини дебіторської заборгованості (на 34,4%) порівняно із кредиторською заборгованістю (26,6%) коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості зріс (при оптимальному рівні близько 1).

Якщо в базовому році на 1 грн кредиторської заборгованості припадало 0,21 грн дебіторської заборгованості, то в звітному році – відповідно 0,31 грн. Отже для товариства залишаються актуальними питання поліпшення стану платіжно-розрахункових відносин.

Серед напрацьованих нами пропозицій: необхідно постійно здійснювати політику управління ліквідністю та платоспроможністю економічного суб'єкта; як інструмент оперативного планування фінансової діяльності товариства пропонується впровадити платіжний календар; політика управління дебіторською заборгованістю має відбуватися також у напрямку безперервного отримання повної картини існуючих заборгованостей, з цією метою пропонується звернення до Агенцій (аутсорсингових компаній) [1; 2], що надають типові послуги з фінансово-економічного аналізу.

Список використаних джерел:

1. Остапенко Т. М. Аутсорсинг як одна із форм організації контролінгу витрат. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 5(2). С. 221-225. URL : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opus/search.en_2014_5\(2\)__60](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opus/search.en_2014_5(2)__60) (дата звернення: 31.01.2020).
2. Свідрак А. Аутстафінг та аутсорсинг як нові форми використання персоналу. URL : <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005125-autstafing-ta-autsorsing-yak-novi-formi-vikoristannya-personalu>.

Шевченко Ю. Т.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ
АВТОМОБІЛЬНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ**

В Україні транспортна галузь представлена наступними видами транспорту: залізничним, автомобільним, авіаційним, водним річковим, морським, трубопровідним. Обсяги вантажних перевезень постійно зростають, так в 2018 р. – загальний обсяг вантажних перевезень складав 1642, 98 млн. т, в 2017 р. – 1582,01 млн т, в 2016 р. – 1542,57 млн т. В загальному обсязі вантажних перевезень найбільшу частку (більш ніж 90%) складають перевезення автомобільним та залізничним транспортом (табл. 1).

Таблиця 1. Структура вантажних перевезень в Україні за видами транспорту, %

Вид транспорту Рік	Залізничний	Морський	Річковий	Автомобільний	Авіаційний	Трубопровідний
2010	24,49	0,23	0,40	66,09	0,005	8,68
2011	24,85	0,22	0,30	66,31	0,005	8,21
2012	24,65	0,19	0,23	67,89	0,007	6,92
2013	24,13	0,19	0,15	68,57	0,005	6,85
2014	23,80	0,17	0,19	69,69	0,005	6,14
2015	23,74	0,22	0,21	69,22	0,005	6,59
2016	22,26	0,20	0,24	70,38	0,005	6,92
2017	21,46	0,14	0,23	70,90	0,005	7,26
2018	19,62	0,12	0,23	73,37	0,006	6,66

Складено на основі [3].

У 2018 році в галузі нараховувалось 90,59 тис. суб'єктів господарювання, з них 16805 (17,8%) – юридичних осіб та 74506 (82,2%) – фізичних осіб-підприємців (ФОП). Структура кількості зайнятих в галузі є прямо протилежною. Так, із загальної кількості 905 тис. осіб працювало на юридичних осіб – 762 тис. (84,2%)

та 143 тис. (15,8%) – на ФОП. Тобто, в середньому на одному підприємстві працювало 47 осіб, а на одного ФОП – менше двох [4].

В загальному обсязі вантажних автомобільних перевезень [4] найбільшу питому вагу складає продукція добувної промисловості, представлена металевими, урановими, торієвими рудами, а також торфом та ін. – 41,34%, сільськогосподарська продукція – 12,42% в тому числі зернові – 9,44%, харчові продукти, напої, тютюнові вироби – 11,72%. Інші види вантажів складають менше 10% від загальних обсягів автомобільних вантажних перевезень в середині країни.

У міжнародному сполученні (2018 р.) найбільшу питому вагу в загальному обсязі перевезених вантажів [4] складають харчові продукти, напої та тютюнові вироби – 16,26%, деревина та вироби з неї – 12,16%, меблі – 9,93%.

Вантажні перевезення саме автомобільним транспортом мають певні пере ваги перед іншими його видами, зокрема, можливість доставки по схемі «підприємство-виробник-склад», «склад-склад», «склад-магазин». Такі перевезення не потребують додаткових витрат на транспортування від місця прибуття вантажу до кінцевого пункту доставки. Традиційно автомобільний транспорт використовують для перевезення відносно невеликих обсягів вантажів на невеликі відстані. В логістичних схемах автомобільний вантажний транспорт використовують із іншими видами для перерозподілу вантажів з великих вантажних терміналів.

Одним із стримуючих подальший розвиток галузі факторів є запроваджене в Україні обмеження за вагою та габаритами вантажів, які можна перевозити на автомобільному засобі. Так, по затвердженим габаритно-ваговим нормам автопоїзд не повинен бути важче 40 т., а контейнеровоз – 44 т. Також сучасний стан автомобільних шляхів в нашій країні вкрай негативно відбивається на перспективах розвитку галузі, тому що незадовільний стан дорожнього покриття призводить до підвищення темпів зносу автотранспортних засобів, їх поломок та ДТП, що в свою чергу потребує додаткових витрат та знижує ефективність діяльності підприємства в цілому.

В цілому на розвиток галузі автомобільних вантажних перевезень впливають наступні фактори:

- темпи та обсяги виробництва різноманітної продукції та товарів;
- рівень розвитку роздрібної та оптової торгівлі всередині країни;
- платоспроможний попит та рівень доходів населення;
- тенденції розвитку зовнішньої торгівлі;
- якість транспортних шляхів;

Перспективним напрямком розвитку вантажних автомобільних перевезень вважають міжнародні перевезення. Так як обсяги вантажних перевезень на міжнародних маршрутах залежать від імпорту та експорту товарів, необхідно зважати на структуру основних видів вантажів для експортно-імпортних операцій. Для автомобільного вантажного транспорту перспективними можна вважати перевезення товарів з високою доданою вартістю, а саме побутової техніки, електроніки, олійних культур та полімерних матеріалів.

Останні роки на ринку вантажних автомобільних намітились тенденції зростання конкуренції [1; 2], що потребує впровадження суб'єктами підприємницької діяльності в галузі дієвих механізмів управління, націлених на підвищення ефективності їх діяльності та зростання конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис - XXI. – 2015. – № 1-2(2). – С. 51-54.
2. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком підприємств / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4, т. 2. – С. 39-43.
3. Державна служба статистики. Офіційний сайт [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Транспорт і зв'язок України 2018. Статистичний збірник [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf

Шиманська Д. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Розвиток підприємницької діяльності – це одна з головних передумов зростання економічного розвитку України та покращення рівня життя її населення. Існуванню такої форми ведення господарства, як мале підприємство приділяється значна частка уваги з боку науковців та економістів, адже саме малі підприємства в повній мірі здатні забезпечити зайнятість населення та сталість розвитку держави.

Суб'єкти малого підприємництва, як особлива економічна категорія створюють необхідні умови для розширення середнього класу, розвитку технологічного устрою, поліпшення працевлаштування, заповнення «пустот» на ринку тощо. Всебічний розвиток цієї категорії дає змогу задовольняти першочергові потреби населення, підтримує платоспроможність на необхідному рівні та стимулює пропозицію на ринку [1].

Однак, попри всі переваги функціонування малих підприємств в умовах ринкової економіки існує ряд факторів, які перешкоджають повноцінному розвитку малих підприємств, а саме: недосконалість нормативно-правової бази України; нерівномірність податкового навантаження, що є одно з першопричин появи тіньового сектору економіки; доволі повільний розвиток інфраструктури підтримки малого бізнесу; відсутність прозорості на ринку; недовіра з боку іноземних партнерів.

Наявність вище перелічених недоліків унеможливує зайняття лідируючих позицій в рейтингу легкості ведення бізнесу, за створення якого відповідає проект групи Всесвітнього банку «Doing Business».

Щорічно група Світового банку публікує рейтинг 190 країн світу, які аналізуються за 10 індикаторами (табл. 1). Найнижчі показники спостерігаються в сферах вирішення проблем неплатоспроможності та підключення до систем енергопостачання, найліпші стосуються кредитування та отримання дозволів на

будівництво. Загалом, Україна посідає 71 місце в рейтингу, а її найближчими конкурентами є Індія та Саудівська Аравія.

Таблиця 1. Легкість ведення бізнесу в Україні за розрахунками «Doing Business», 2019 рік [2]

Показник	Старт бізнесу	Отримання дозволу на будівництво	Підключення до системи енергопостачання	Реєстрація власності	Отримання кредиту	Захист інвесторів	Сплата податків	Міжнародна торгівля	Виконання контрактів	Вирішення проблем неплатоспроможності
Позиція в рейтингу	56	30	135	63	32	72	54	78	57	145

Наявні проблеми, що перешкоджають повноцінному, стрімкому розвитку сектору малого підприємництва пропонується розв'язати наступним шляхом: вдосконалити нормативно-правову базу, зокрема щодо фінансової підтримки суб'єктів малого підприємництва; переглянути систему оподаткування, кредитування та надання страхових послуг; сконцентрувати зусилля на фінансуванні малих підприємств (лізинг, франчайзинг); вдосконалити системи спрощеної бухгалтерської звітності суб'єктів малого підприємництва тощо.

Наведенні приклади шляхів розв'язання існуючих проблем покладені на подальший розвиток малих підприємств, створення нових робочих місць, розширення асортименту якісних продуктів та послуг на ринку, підвищення конкурентоспроможності економіки України загалом.

Список використаних джерел:

1. Кир'язова Т. О. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні URL : <http://global-national.in.ua/issue-16-2017/24-vipusk-16-kviten-2017-r/2885-kir-yazova-t-o-osoblivosti-rozvitku-malogo-pidpriemnitstva-v-ukrajini>
2. Doing Business 2019 Training for Reform URL : <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2019>

Шульга Б. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЧИННИКИ ФАКТОРНОГО ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна економіка характеризується динамізмом, невизначеністю, ризиком та багатофакторністю свого впливу на формування фінансових результатів підприємства і насамперед на його прибуток. Такі вимоги посилюють підхід до управління прибутком підприємства, вимагаючи новітніх заходів з організації системного застосування методів і інструментів на процес формування прибутку. За своєю природою прибуток підприємства є економічною категорією, який в динаміці відображає вектор господарської діяльності з отриманням сигналу про позитивні або негативні зміни в господарській діяльності, що потребує виявлення цих змін та приведення у рамки їх керованості.

З точки зору керованості, традиційними факторними змінами в господарській діяльності підприємства є зовнішні та внутрішні, які мають вагомий вплив на результати його діяльності. Проте такі фактори піддаються управлінському впливу і дозволяють проводити моделювання тих господарських процесів, від яких безпосередньо залежать результати діяльності підприємства. Якщо зовнішні фактори не залежать від керівного впливу на них підприємством – підприємство повинно адаптуватися під такі фактори змінюючи свою політику господарювання, то внутрішні фактори повністю підпадають під своє управління. В даному випадку управління внутрішніми факторами переслідує мету підвищення прибуткової діяльності, що підпорядковує в собі їх розподіл на частини об'єктів впливу за основними двома групами. До першої групи необхідно віднести нарощення реалізаційних обсягів, яке обумовлюється підвищенням конкурентоспроможності товарної продукції з її алгоритмом: споживча якість – рівень ціни [1].

Друга група – собівартість виробництва продукції, яка має відчутний вплив на розмір прибутку, і саме у собівартості необхідно шукати резерви підвищення

рівня прибутку підприємства, так як він формується на стадії виробництва. Провідного тут значення набуває питома вага валових витрат у структурі ціни готової продукції, і чим вони менші, тим вищий прибуток, і навпаки. Насамперед структурній будові товарної продукції притаманні свої співвідношення: високорентабельна, низькорентабельна і збиткова. Тому чим вища частка першого співвідношення (висока рентабельність), тим більший прибуток, що потребує оптимізації портфеля замовлень за рахунок збільшення частки високорентабельної продукції. При цьому значний ефект надасть ціна такої продукції – вона внесе зміни до обсягу продаж, збільшаться доходи, зумовить рух грошових потоків з яких позитивне сальдо перетвориться у прибуток. В даному випадку нагальною задачею управління прибутком постає усунення цінових порушень, підвищення організації виробництва, умов праці, якості продукції, оптимізувати матеріально-ресурсну логістику підприємства.

Не менш вагомих фактором впливу на управління прибутком виступає і соціальна відповідальність, від її рівня залежить імідж і конкурентоздатність підприємства, що також сприяє підвищенню його прибутковості [1]. Адже прибуток – головний результуючий елемент бізнес діяльності, забезпечує потреби самого підприємства, його працівників і держави в цілому, так як на нього покладено функціональні навантаження: відтворення джерел фінансових ресурсів підприємства і держави, що спонукає до розширеного відтворення; стимул джерел власного капіталу; матеріальне заохочення працівників та соціальний їх розвиток; контроль за результативністю діяльності. Звичайно, ця функціональна група на перший погляд мало примітна, але враховувати її необхідно, оскільки перші дві групи можуть вичерпати себе, або знизити рівень свого управлінського впливу на формування прибутку, тоді це набуває інший рівень значимості, і може розглядатися як тактичні резерви підвищення прибутковості підприємства.

Функції контролю над цими резервами відводяться управлінському складу підприємства від вищої до нижчої його ланок, який несе відповідальність за їх реалізацію, що пов'язано із перспективою функціонуванням самого підприємства.

ства. Такому підходу повинна сприяти зміна в отриманні інформації на параметричному рівні, де здійснення найбільш успішного контролю використання резервів з попередження негативного впливу вдається за рахунок впровадження управлінської концепції на основі «центру фінансової відповідальності», тобто делегованим повноваженням структурним підрозділам підприємства щодо самостійного прийняття управлінських рішень за умови повної відповідальності за їх прийняття. Це підпорядковує повну відповідальність при досягненні цільових показників діяльності в т. ч. і отримання прибутку, і досягається на основі вибору методів управління прибутком як кінцевим результатом господарських процесів підприємства на основі отримання повної інформації про всі факторні впливи які дозволяють його підвищити.

Таким чином, управління прибутком підприємства є повним віддзеркаленням його господарської діяльності, що породжує керованість методів і заходів для існування самого підприємства, де характер різноспрямованості може призвести як до покращення його бізнес діяльності, так і до її погіршення.

Список використаних джерел:

1. Гречко А. В. Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку [Електронний ресурс] / А. В. Гречко, О. М. Мельнікова // Ефективна економіка. – 2017. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5862>.

К. е. н. Яковенко В. С., Савченко Д. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПІШНІ ПРОЯВИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Початок ХХІ століття став новим етапом розвитку економіки у всьому світі. Розвинені країни Заходу, поклали початок розвитку сфери креативної економіки. Найважливішою рушійною силою нової економіки стали інтелектуальна власність та інтелектуальні ресурси. Важливою стратегією країн ЄС

стали інновації підприємства та їх креативність. В країнах ЄС креативна економіка стала пріоритетним напрямком, а за умов економічної нестабільності, вона зайняла позицію, як більш стійка до кризових ситуацій. На зміну поняття «паротяга прогресу», прийшло нове «м'яка» інфраструктура (Soft infrastructure). Різні діячі та вчені створили систему креативної індустрії, яка поєднує в собі як соціально-культурний так і творчий аспекти, що визнані рівно важливими та передбачає невеликі початкові інвестиції. Soft infrastructure – це передусім інфраструктура знання або людський капітал: включно з інституціями, ідеями, культурними нормами, концептами і рішеннями [1].

За даними ООН ми можемо спостерігати, що 3,4% світового ВВП припадає саме на креативну економіку, а частка зайнятих людей становить 25% населення світу. Креативна економіка вдвічі перевищила темп зростання сфери послуг та в чотири рази сферу промислового виробництва. За даними опублікованими Великобританією щогодини креативні та культурні індустрії приносять до національної економіки 11 млн євро прибутку, а ріст творчих професій на 2024 р. збільшиться з 1,8 млн до 2,8 млн або зросте на 5,3% [2].

В Україні сектор креативної економіки набирає поступових обертів у своєму розвитку, та в цілому країна має достатньо ініціативних підприємств. Починаючи з дрібного та закінчуючи середнім бізнесом, які все частіше привертають на себе увагу по різних великим містам країни. Спираючись на досвід країн Заходу, необхідно підтримувати розвиток креативної економіки не тільки з боку підприємців, а і з боку держави.

Україна налічує 12 креативних індустрій. Однією з таких індустрій, що характеризує доволі високий рівень в країнах ЄС та досить недооцінений в країні є – дизайн. Цей сектор має досить високі показники економічного росту, саме в країнах де уряд підтримує сферу креативних індустрій. Дизайн займає нішу однієї з надприбуткових індустрій. Кожен 1 євро вкладений у дизайн в Європі приносить до 20 євро прибутку. Ось наприклад ВВП Британії дизайн поповнює

на 71,7 млрд унтів, а в Ірландії більше ні 38 млрд євро, завдяки експортованим дизайнерським продуктам [3].

Дизайн в першу чергу є креативним підходом для вирішення проблем, що бере свій початок з аналізу потреб споживачів, що притягає їх до спільної розробки, створення та тестування рішень різних рівнів. На сьогодні дизайн займає досить велику нішу як у житті суспільства, так і у різних сферах діяльності. Не тільки за допомогою комунікативної складової, споживання продукту та сервісних послуг, а також за допомогою залучення громадян, за рахунок вдосконалення соціальної складової та вдосконалення рівня державної політики. Індустрія дизайну може приносити дохід за рахунок додаткової вартості як нематеріальних так і матеріальних активів, цим самим підсилюючи економіку країни в цілому.

Центром осередку дизайну в країні є Київ, він є лідером за кількістю компаній сфери дизайну так і окремих дизайнерів. За рахунок такої концентрації дизайнерів у столиці, інші великі міста втрачають місцевих спеціалістів та не отримують той капітал який могли б отримати для свого розвитку на місцевому рівні. Хоча за даними дослідження PPV Knowledge Networks, цифри по п'яти великим містам України мають доволі високі показники, стосовно сплати податків дизайнерами (рис. 1).

Сума податків сплачених дизайнерами у 2016 році становила 41,9 млн грн, у 2017 році становила 80,7 млн грн, а у 2018 році 136,3 млн грн, що свідчить про те, що сплачені податки мають зростаючу тенденцію у півтора рози кожного року.

Дані цифри могли бути в рази більші, якщо вивести з тіні частину дизайнерів, які працюють на фрілансі та легалізувати їх діяльність. Адже на сьогодні велика кількість дизайнерів, які працюють під ФОП, аніж тих, які працюють як ПП або ТОВ. Наявність таких дизайн-агентств як в містах, так і в країні в цілому підвищило б податкові надходження від сфери дизайну. Але точно проаналізувати кількість сплачених коштів графічними чи предметними дизайнерами не має можливості, адже ця економічна діяльність не має поділу на підкласи. Відсутність

цієї інформації уповільнює розвиток індустрії дизайну в Україні, тим самим стає бар'єром для подальшого прийняття ефективних рішень стосовно розвитку цієї економічної сфери.

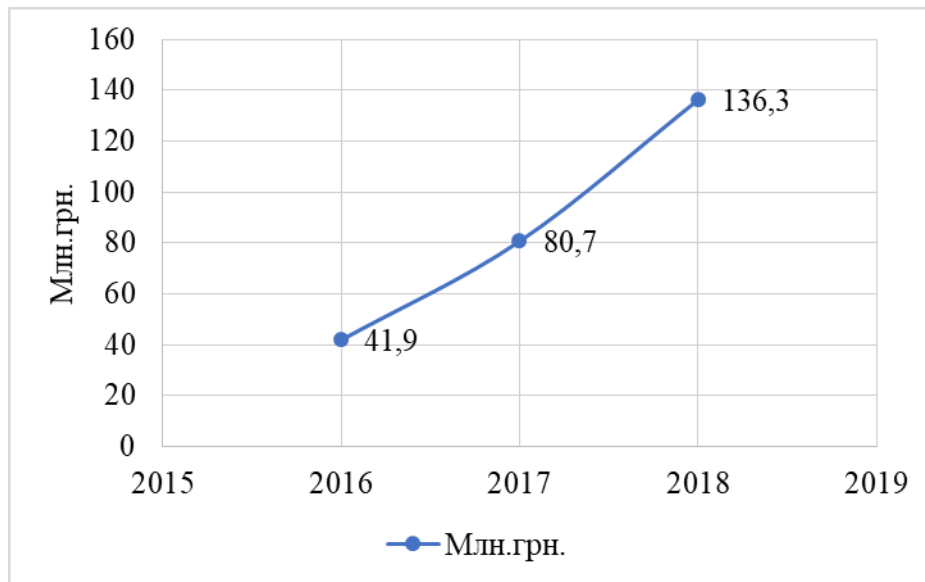


Рис. 1. Динаміка росту суми податків, сплачених дизайнерами у 2016-2018 рр.

Джерело: [4]

Тому існує необхідність для удосконалення КВЕД з розробленими підкласами, для відокремлення предметних, промислових та графічних дизайнерів, для прийняття більш якісних рішень. А також сприяти збільшенню кількості проектів з предметного дизайну, адже їх вартість на ринку послуг більша у порівнянні з іншими сферами дизайнерських послуг та сприяти створенню програм підтримки з предметного дизайну, для представлення своїх робіт за кордоном, а також для розширення роботи з іноземними замовниками.

Список використаних джерел:

1. Микола Скиба. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету. УП Культура, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/creative-economy-steps-to-rise>
2. Ольга Пташка. «Творчість заразлива. Поширюйте її»: Україна увійшла до Топ-3 експортерів креативних товарів серед країн з перехідною економікою. Журнал «Бізнес», 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://business.ua/special/72-eksportnyu-potentsial-ukrayiny-2019/4633-tvorchit-zarazlyva-poshyriuite-ii-ukraina-uviishla-do-top3-eksporteriv-kreatyvnykh-tovariv-sered-krain-z-perekhidnoiu-ekonomikoju>

3. Владислав Рудій. Дизайн в Україні: обсяги індустрії, скільки заробляють дизайнери та де навчаються – інфографіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2019/12/12/design-in-ukraine/>
4. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>

Д. е. н. Яровенко Т. С., Авраменко К. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОЦІНКА РИЗИКІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ЇХ ЗАПОБІГАННЮ

Дослідження зі специфічної теми інвестиційного менеджменту були започатковані зарубіжними вченими. Так, Г. Й. Грейсон з метою визначення впливу ризику проекту на його показники розглянув використання так званого методу аналізу чутливості, а А. А. Робічек і С. К. Майерс визначили концептуальні проблеми використання методу ризик-приспосованого коефіцієнта дисконтування. Використання алгоритму, як графічного вираження механізму прийняття інвестиційних рішень, було досліджене Й. Ф. Магі. Але останнім часом нові розробки поширювалися, насамперед, у напрямі вдосконалення методичних підходів оцінювання ризику, який важко сприймається практиками.

В Україні така тема взагалі висвітлена недостатньо, що негативно впливає на ефективність та надійність прийняття інвестиційних рішень.

В Україні діють декілька методик оцінювання інвестиційних проектів [1–5], але жодна з них не приділяє належної уваги визначенню ризику у практичному аспекті, крім того раніше цьому питанню не приділялося належної уваги.

В рамках даного дослідження, у зазначених методиках, можна виділити декілька основних недоліків [1]:

– визначається, що врахування фактора невизначеності та ризику потребують тільки середньострокові та довгострокові проекти, але, як виявляють дослідження, й короткострокові проекти піддаються впливу ризиків;

– врахування фактора невизначеності і ризику як зарубіжними, так і вітчизняними дослідниками, пропонується за методами: перевірка стійкості проекту, корегування параметрів, формальний опис невизначеності; при цьому ігноруються такі якісні методи оцінки ризиків як: експертний аналіз, методи аналогій та аналізу доречності витрат, що дозволяють без значних витрат визначити рівень ризику експертним шляхом. Формальний опис невизначеності передбачає два методи оцінки ризиків, що мають істотні відмінності, це метод статистичних випробувань або імітаційне моделювання методом (Monte Carlo simulation) та аналіз сценаріїв розвитку (project scenario analysis). Але не конкретизується який з методів треба використовувати. Не приділяється увага й таким загальноприйнятим методам, як: дерево рішень, аналіз чутливості, методу окремих ризиків тощо;

– повністю ігнорується вплив ризиків на ефективність, тобто оцінка ефективності проекту здійснюється без урахування ризику («премії за ризик», «премії за ліквідність», коригування параметрів тощо). Оцінка ризиків здійснюється окремо від оцінки ефективності, методика не передбачає розрахунок інтегрального показника ризику проекту, а отже не визначається загальний рівень його ризикованості, що у свою чергу не менш важливо для інвестора ніж оцінка ефективності;

– стійкість проекту шляхом визначення крапки беззбитковості, критичного обсягу продажу, допустимого діапазону цін та інших параметрів;

– врахуванню не підлягають збільшення термінів робіт, можливі зриви й запізнення постачання та платежів; недооцінка проектної вартості; форс-мажорні витрати; неритмічність постачання, відмови устаткування, штрафи та пеня; страхові виплати, інфляція та коливання валютних курсів тощо.

Оцінка ризику та надійності проекту залежить, від здатності аналітика ідентифікувати й уявляти сферу невизначеності, яка охоплює основні змінні проекту, а також від наявності інструментарію і методології аналізу впливу ризиків на показники проекту та його надійність.

Застосовуючи комплексний підхід до поняття управління ризиком, можна визначити та запропонувати наступні стратегії ризик-менеджменту [1]:

– попередження або уникнення ризику – відмова від ризикованого заходу.

Однак, це найчастіше означає відмовлення від прибутку;

– зниження ризику – зводиться до дій, що вчиняються для зменшення ймовірності втрат і для мінімізації їх наслідків;

– взяття ризику на себе (або прийняття ризику) – полягає у покритті збитків за рахунок власних ресурсів;

– перенесення (передача) ризику на інших осіб.

«Неефективне інвестування у кінцевому рахунку позначиться на фінансовому стані підприємства-інвестора. При порівнянні витрат та доходів від реалізації інвестиційного проекту зазвичай не враховуються інтереси всіх його учасників. Отже, більш доцільною є методика, яка ґрунтується на визначенні потоків і сальдо реальних грошей у розрізі учасників та їх інтересів» [1].

Список використаних джерел:

1. Багрова І. В. Інвестиційні проекти в Україні : проблеми та досвід : монографія / І. В. Багрова, Т. С. Яровенко. – Д. : Національний гірничий університет, 2009. – 238 с.
2. UNIDO Manual for the preparation of industrial feasibility studies. – New York.: UN, 1978. – 259 p.
3. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємства. Затверджено наказом М-ва економіки України №290 від 06.09.06 р. – К.: Офіційне видання, 2006. – 52 с.
4. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: наказ агентства з питань запобігання банкрутству підприємства та організацій №22 від 23.02.98 р. Українська інвестиційна газета. – 1998.– №15. – 21 квітня. – С. 29–32.
5. Методика визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво, затверджена Наказом М-ва економіки та питань європейської інтеграції та М-ва фінансів України. №218/446 від 25.09.01 р. – К.: Офіційне видання, 2001. – 20 с.

Д. е. н. Яровенко Т. С., Старун А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФОРМА ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА

Для уникнення банкрутства промислове підприємство здійснює інвестування у вигляді інвестиційних проектів, що у кінцевому рахунку мають метою забезпечення його стійкості, безперервної діяльності та подальше розширення.

Для підприємства важливою проблемою вважається інвестування у створення і модернізацію основних фондів. Створення основних фондів здійснюється за умов коли, підприємство використовує власні сили, або залучає інші організації з приводу проекту та будівництва. Модернізація основних фондів представляє собою покращення роботи устаткування, для того щоб підвищити його рівень до вимогам виробництва. Створення та відтворення основних фондів, яке відбувається за рахунок інвестування: будівництво нових споруд, цехів, підприємств, та обладнань; розширення підприємства, що займається виробництвом: споруди або розширення наявного головного цеху, додаткового або обслуговуючого виготовлення; реконструкція; технічне й технологічне переозброєння.

Для кожного підприємства є потреба в залученні джерел фінансування. Коли, результат залучення джерел фінансування ефективності діяльності підприємства підвищується, це свідчить про доцільність зроблених вкладень. Це потребує дослідження подібних питань управління, які повинні забезпечувати реалізацію головної мети інноваційної роботи, що складається в забезпеченні: необхідної інвестиційної допомоги необхідних темпів формування поточної роботи підприємства: рівноваги найбільшої прибутковості з урахуванням прийнятого рівня ризику, ліквідності вкладень, здібностей стрімкого реінвестування коштів.

Інвестиційний проект представляє собою комплекс взаємопов'язаних заходів, розроблених для досягнення певних цілей, однією з яких є одержання прибутку

або досягнення соціального ефекту протягом заданого часу при встановлених ресурсних обмеженнях.

Головними ознаками інвестиційного проекту є: мета, чітко визначені засоби її досягнення, часові рамки та обмежений бюджет. На практиці це документ, який представляє комплексний план розвитку підприємства і виступає головним обґрунтуванням інвестицій. Інвестиційний проект містить необхідні розрахунки та обґрунтування, що підтверджують доцільність здійснення інвестицій. В ньому розглядають науково-технічні, технологічні, організаційні, соціальні, фінансові та інші аспекти інвестиційної діяльності.

Виходячи з визначених особливостей та виникаючих суперечностей, з метою математичного обґрунтування інвестиційних рішень та підготовки техніко-економічних обґрунтувань доцільна побудова схеми логічної моделі.

Її побудова починається з виділення окремих напрямів в прагненнях фірми. Тому виділяються певні цілі щодо підприємства. В запропонованій схемі цілі розташовано за ієрархічними рівнями відповідно до складності та обсягу залучених коштів. Реалізація мети наступної за рівнем не можлива без досягнення попередньої. Відповідно до цілей підприємства залучається і форма інвестування (за обсягом коштів) також у ієрархічному вигляді (починаючи з мінімального обсягу коштів) [1].

В Україні власні фінансові ресурси суб'єктів господарювання займають найбільшу питому вагу у фінансуванні інвестиційних проектів, але вони обмежені через важкий фінансовий стан та відсутність ефективного менеджменту. Ріст інвестування за рахунок коштів населення не є достатнім, про це свідчить його динаміка. Тобто, незважаючи на значне збільшення капітальних інвестицій їх структура є незадовільною. Дослідження причин обмеженості інвестицій, форм і методів здійснення інвестиційної діяльності дозволило визначити, що, крім усе ще не сприятливого інвестиційного клімату на рівні держави, не створені потрібні внутрішні умови стабільного функціонування підприємств.

У сучасній економіці реалізація інвестиційного проекту здійснюється в умовах мінливого макро- та мікросередовища, що породжує невизначеність та ризик. Тож на думку І. Манаєнко дві головні умови реалізації інвестиційного процесу на підприємстві [2]: «достатній ресурсний потенціал підприємства для розвитку інвестиційної сфери; наявність економічних суб'єктів, котрі здатні забезпечити інвестиційний процес в необхідних масштабах з урахуванням специфіки підприємства».

Отже, перед інвестиційним механізмом суб'єкта господарювання постають наступні завдання: забезпечити подальший економічний розвиток та конкурентоспроможність; максимізувати доходи, прибутки, результати та мінімізувати витрати, збитки й ризики; підтримувати сприятливий імідж тощо.

Між проектом і зовнішнім середовищем присутня перехідна зона, що забезпечує вплив детермінант та проект. При цьому дані чинники зумовлюють ефективність, результативність та ризик проектних рішень в умовах невизначеності, а також від стадії реалізації проекту, розвитку підприємства.

У будь-якому разі інвестор ризикує усім обсягом капіталу. Наприклад, обсяги інвестованих коштів у реконструкцію, модернізацію або будівництво є різними, проте ці проекти завдяки впливу непередбачуваних факторів можуть збанкрутіти з однаковою ймовірністю» [1].

Список використаних джерел:

1. Багрова І. В. Інвестиційні проекти в Україні: проблеми та досвід: монографія / І. В. Багрова, Т. С. Яровенко. – Д.: Національний гірничий університет, 2009. – 238 с.
2. Манаєнко І. М. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємств електроенергетики: монографія / І. М. Манаєнко. – Київ: НТУУ «КПІ», 2016. – 157 с.

ЗМІСТ

<i>Мирошніченко О. Ю.</i> Роль аграрної логістики в забезпеченні ефективності використання ланцюга постачання	3
<i>Мирошник Р. А.</i> Значення та роль економічних ресурсів в управлінні діяльністю підприємства	5
<i>Михайленко О. Г., Петряєв Б. Д.</i> Commercial Competitiveness	8
<i>Морока Д. М.</i> Особливості мотивації персоналу підприємств сфери послуг	11
<i>Москаленко Г. О.</i> Підвищення ефективності використання трудового потенціалу суб'єкта підприємництва	14
<i>Олійник А. С.</i> Оцінка параметрів стійкості сільськогосподарських підприємств в кризових умовах	17
<i>Олійник Є. О.</i> Становлення та розвиток менеджменту на підприємствах АПК	19
<i>Олійник Т. І.</i> Антикризове фінансове управління в економічній безпеці підприємства	22
<i>Онищенко В. В.</i> Формування та оцінка підприємницького потенціалу підприємства	25
<i>Пелихівська Ю. С.</i> Напрямки підвищення ефективності системи оплати праці оздоровчих закладів	28
<i>Петелько Т. П.</i> Реалізація конкурентної стратегії підприємства в умовах мінливого ринкового середовища	31
<i>Попова О. М.</i> Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства	34
<i>Примак О. П.</i> Удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства	36
<i>Рева Д. С.</i> Проблеми та перспективи розвитку фармацевтичної галузі в умовах сучасних викликів	38
<i>Романова Ю. С.</i> Планування матеріально-технічної бази підприємства	42
<i>Рудова А. В.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку металургійних підприємств в Україні	45
<i>Русс Д. А.</i> Оцінка трудових ресурсів підприємства	47
<i>Савчук Д. Ю.</i> Резерви збільшення прибутку суб'єктів господарювання за сучасних ринкових умов	50
<i>Савчук Д. Ю.</i> Сутність стратегії збільшення прибутковості підприємства	53
<i>Слабка В. О.</i> Підвищення рентабельності продажів підприємства за рахунок сучасних механізмів управління	56
<i>Смольник К. Д., Каграманян А. А.</i> Економіка суб'єктів підприємництва: проблеми та перспективи розвитку в умовах сучасних викликів	59
<i>Сокурєнко Д. Д.</i> Проблеми забезпечення ефективності збутової діяльності підприємства	61
<i>Старун А. М., Либань О. С.</i> Управління діловою активністю підприємства	64
<i>Ткаліч Д.</i> ABC-аналіз як один з ефективних інструментів контролінгу	67
<i>Ульянова Л. П., Чайка Ю. М.</i> Екологізація виробничої діяльності підприємства – важлива проблема сучасності	70
<i>Фалій Н. С.</i> Аналіз доходності торговельного підприємства та сучасні шляхи її зростання	72

<i>Фен Цзінвень</i> Інформаційне забезпечення в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства.....	76
<i>Четверікова А. А.</i> Проблеми забезпечення інноваційного розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва.....	79
<i>Чистяк М. М.</i> Економічна стійкість підприємства як основа забезпечення його конкурентоспроможності.....	82
<i>Швидка А.</i> Аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості підприємства будівельної галузі.....	85
<i>Шевченко Ю. Т.</i> Особливості та тенденції розвитку ринку автомобільних вантажних перевезень в Україні.....	88
<i>Шиманська Д. О.</i> Особливості розвитку та функціонування суб'єктів малого підприємництва.....	91
<i>Шульга Б. В.</i> Чинники факторного впливу на управління прибутком підприємства.....	93
<i>Яковенко В. С., Савченко Д. В.</i> Успішні прояви креативної економіки в Україні.....	95
<i>Яровенко Т. С., Авраменко К. С.</i> Оцінка ризиків господарської діяльності підприємства та розробка напрямів їх запобіганню.....	99
<i>Яровенко Т. С., Старун А.</i> Інвестиції як форма інноваційного оновлення виробництва.....	102

Наукове видання

Мови видання: українська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2020:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 2–3 квітня 2020 р.)

У семи томах

Том 3. Економіка суб'єктів підприємництва:
актуальні питання сьогодення

*Окремі доповіді друкуються в авторській редакції
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За зміст, наукову новизну, достовірність та точність викладеного матеріалу
відповідальність покладається на авторів*

Відповідальний редактор Біла К. О.
Дизайн обкладинки Дем'янчук М. О.
Оригінал-макет Біла К. О., Тімар І. В.

Підписано до друку 08.04.20. Формат 60x84¹/₁₆. Спосіб друку – плоский.
Ум. др. арк. 5,1. Тираж 90 пр. Зам. № 0420-01/3.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 1

+38 (099) 780-50-49; +38 (067) 210-02-56
www.impact.dp.ua e-mail: impact.dnepr@gmail.com
www.confcontact.com e-mail: conf@confcontact.com

