

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)  
Інтегральний університет Лакхнау (м. Лакхнау, Індія)  
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)  
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)  
Мерія м. Громадка (Польща)

---

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2021:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 8–9 квітня 2021 р.)

У восьми томах

Том 2. Проблеми та перспективи розвитку суб'єктів підприємництва  
в умовах глобалізації

Дніпро  
Видавець Біла К. О.  
2021

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

#### ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

*Дробахін О. О.* – д-р фіз.-мат. наук, проф., в. о. ректора Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, голова оргкомітету;

*Гринько Т. В.* – д-р екон. наук, проф., декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Демура А. Л.* – канд. тех. наук, заступник директора департаменту освіти і науки Дніпропетровської обласної державної адміністрації;

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

*Коваленко О. В.* – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки підприємства Запорізької державної інженерної академії;

*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;

*Аміт Кумар Гоель* – доц., доц. кафедри комерції та управління бізнесом Інтегрального університету Лакхнау;

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

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

*Даріуш Павліцин* – мер міста Громадка (Польща);

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

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

*Павлов Р. А.* – канд. екон. наук, доц., доц. кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

---

Е 45 Економіка і менеджмент 2021: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 8–9 квіт. 2021 р. : у 8 т. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2021.

ISBN 978-617-645-441-0

Т. 2. Проблеми та перспективи розвитку суб'єктів підприємництва в умовах глобалізації.. – 2021. – 120 с.

ISBN 978-617-645-443-4

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 8–9 квітня 2021 року в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336

ISBN 978-617-645-441-0

ISBN 978-617-645-443-4 (Т. 2)

© Авторський колектив, 2021

**Sergio Velesco, Doctor of Science, Professor of Hochschule Mittweida**

*University of Applied Sciences;*

**IMPROVEMENT OF THE SALES SYSTEM  
OF A MODERN ENTERPRISE**

The modern world is a world of dynamics and speed. In order to survive in it, it is necessary to constantly change with it and acquire new skills, abilities, knowledge. In addition, they must be used wisely and be able to apply in practice.

Today's economy is developing and changing so fast that companies are forced to constantly evolve in order to function successfully in the market, to compete skillfully and with dignity with other entities and to take the lead [2]. Products manufactured by the company should meet all possible wishes of customers and the company's capabilities in the best possible way and bring the greatest benefit to the manufacturer.

Usually, the place of manufacture and the place of consumption of the product do not coincide in time, and these processes do not follow each other. Elimination of difficulties that arise at this stage requires significant resources. Also, effective sales activities not only affect the amount of profit received by the company, but also forms the company's image among consumers, which also affects its activities. That is why the correct organization and management of sales is one of the most important elements of the system of interaction between enterprise and consumer, as subjects of economic relations [1].

The works of many authors are devoted to the issues of analysis, planning and optimization of sales activity of the enterprise.

This fact emphasizes the importance of this link in the overall marketing system. Much attention to the development of the problem of sales management and sales organization in general is paid by Mazaraki A.A., Belinsky P.I., Grebnev A.I. and others.

First of all, it is necessary to understand well how scientists define the concept of "sales". Some, for example, Balabanova L.V., considers sales as a "process of physical movement of goods" and identifies it with the concepts of "distribution" and "movement of goods". Belinsky P.I. identifies the concepts of "sales" and "sales activities" and notes that "the essence of sales activities in the general sense is that it is the process of promoting finished products on the market and organizing trade in order to make a profit."

Today, the forms of sales are fully formed, so it is possible to use any organizational structure of sales activities, but it is very important to take into account the features and conditions of existence and operation of the enterprise.

First of all, it is necessary to plan sales policy: determine the channels and proportions in which the sale of goods will be carried out; determine and take into account the presence (or absence) of intermediaries in the sales chain; choose sales methods; development of an advertising campaign; formation of a logistics system of sales activities and direct control over compliance with a certain mechanism.

In turn, an organized sales system does not have to be cumbersome and complex. It must have an optimal composition of subjects (participants) and clear logistics flows, so that it is easy

and timely to identify deviations (shortcomings) and quickly take measures to eliminate them with minimal losses.

For this purpose, the indicators of sales activities that directly affect the work of the company are investigated, and their analysis shows the difficulties that arise [3].

The organization of sales is determined by the main factors: market factors (market conditions, the nature of demand and development trends, the nature of consumption, etc.); the nature and level of competition; product factors (product range and its main properties, shelf life, price, life cycle); factors of the enterprise and its sales system (financial and resource aspects of the company and its potential; competitive, organizational and functional capabilities of the sales system and efficiency – alternative intermediaries).

Sales, as mentioned above, is an important aspect of the entire enterprise. As it aims to increase the efficiency of the entire enterprise, it needs to be given sufficient attention to ensure stable operation, maintain a stable position and competitive advantage.

#### **References:**

1. Tetyana Grynko, Tetyana Gviniashvili. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management. *Економічний часопис-XXI*. 2017. № 165 (5-6). С. 80-83.
2. Velychko L. Innovative approaches to management of production-distribution activity of an enterprise. *Formation of organizational-economic mechanism of management and logistics of business entities in the system of economic security of Ukraine*: Collective monograph. Praha: OKTAN PRINT, 2019. С. 8 – 27.
3. Ахметова А. Р. Разработка технологии сбыта и реализации продукции *Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития*. 2013. № 5. С. 230-237.

**Ага Д. А. Н.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Пошук резервів збільшення прибутку і рентабельності – один з найефективніших способів оптимізації роботи сучасних підприємств. Під резервами зростання прибутку розуміють можливості його збільшення, що мають кількісну характеристику.

Існує спеціалізована методика для пошуку, розрахунку та застосування на практиці резервів підвищення прибутковості. Даний підхід складається з трьох послідовних етапів [1]:

1. Аналітичний – пошук і розрахунок резервів.
2. Організаційний – підготовка системи заходів, що дозволяють застосувати знайдені резерви.
3. Функціональний – впровадження інструментів збільшення прибутку підприємства і контроль досягнутих результатів.

Збільшення прибутковості підприємства може бути організовано за рахунок наступних резервів:

1. Зростання обсягів продажів товарів, робіт, послуг. Для розрахунку приросту прибутку за рахунок збільшення продажів потрібно показник резерву збільшення обсягу

продажів помножити на розмір прибутку на одиницю продукції, розраховану на основі даних за звітний період.

2. Зменшення собівартості товарів, робіт, послуг. Знайдений резерв скорочення собівартості по кожній окремій позиції множиться на прогнозний показник обсягу реалізації, розрахований з урахуванням потенційного збільшення виручки.

3. Підвищення якості товарів, робіт, послуг. Для розрахунку резерву збільшення прибутку підприємства ціна кожної позиції множиться на її частку в загальному обсязі, проміжні результати складаються, підсумок множиться на потенційний обсяг продажів.

4. Зростання цін на товари, роботи, послуги. Знайдені значення резервів підвищення цін по кожній позиції множаться на прогнозний обсяг продажів, розрахований з урахуванням потенційного зростання. Підвищення цін може бути забезпечено за рахунок виходу на нові збутові збуту [1].

Ключовими шляхами підвищення прибутковості підприємств є збільшення розміру отриманого прибутку та зменшення усіх видів витрат, що можна досягти шляхом широкого впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, з метою зростання продуктивності та якості праці, скорочення вартості використовуваних у господарській діяльності ресурсів.

Також, необхідно враховувати, що при розробці напрямів зростання рентабельності необхідно враховувати вплив як зовнішніх і так внутрішніх чинників. До зовнішніх належить розширення ринків збуту та збільшення залучених споживачів. Внутрішні – вважають більш значущими, ніж зовнішні. Основними з них є: збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції, зменшення її собівартості, підвищення ефективності використання основних засобів й інш.

Важливим напрямком зростання прибутковості можна вважати запровадження інновацій, що дозволит «виробляти новий вид товарів з найкращою якістю, освоювати нові ринки збуту продукції, вводити організаційно-управлінські нововведення і т. д.» [2].

Шляхи підвищення прибутковості за рахунок впровадження інновацій:

- впровадження в виробництво закінчених інноваційних продуктів або послуг;
- технологічні інновації – впровадження інноваційних технологій, що дозволяють підвищити якість виробленої продукції, удосконалити технологічні процеси, надати нові властивості вже виробленої продукції;
- комплексне вдосконалення виробництва;
- підвищення якості управлінських, збутових та інших внутрішніх процесів без прив'язки до конкретних продуктів або послуг;
- організація інноваційного підприємництва;
- модернізація технологій охоплює широкий спектр аспектів, включаючи придбання нового обладнання, впровадження технологічних ліній, оптимізацію виробничих вузлів, реконструкцію виробничих комплексів і т.д.

З метою підвищення прибутковості підприємства, необхідно звернути увагу на скорочення витрат за рахунок їх оптимізації. Можна також сконцентрувати увагу на нові, швидко зростаючі сектори ринку, збільшуючи прибутковість.

Для того щоб підвищити показники прибутковості, варто оптимізувати всі витратні статті, а саме: зменшувати транспортні витрати, налагоджувати систему збуту, підвищувати продуктивність праці, зменшувати витрати на сировину та матеріали, впроваджувати енергозберігаючі технології.

Таким чином, підвищення прибутковості підприємств в сучасних умовах набуває першорядну роль, і керівництву організацій необхідно використовувати всі можливі шляхи підвищення даного показника, з метою збільшення прибутку, що в підсумку позначиться на покращенні ефективності діяльності самого господарського суб'єкта в цілому.

**Список використаних джерел:**

1. Збільшення прибутковості: розрахунки, методи, приклади URL: <https://sales-generator.ru/blog/uvelichenie-pribyli-predpriyatiya/>
2. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія і практика: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2011. 328 с.
3. Бондаренко Н.С., Тюленева Ю.В. Удосконалення управління прибутком на підприємстві. *Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПП ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління»*. 2017. № 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102586>
4. Гаватюк Л.С., Дармограй Н.В., Хімійчук Г.М. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28). С. 40-43.

**Андрієнко В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ  
ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Охопити ринок можливо за трьома основними стратегіями: інтенсивного розподілу, при якому розподіл товару відбувається на чим більшу кількість точок, що займаються продажами; вибіркового розподілу, при якому розподіл товару стається на обмеженій кількості точок продажів у певних географічних межах; ексклюзивного розподілу, при якому розміщення товару відбувається лише в одній точці продажів у певному географічному кордоні.

Виробниче підприємство, яке керується логістичним управлінням, тобто розглядається як логістична система, тому діяльності його надається фазовий поділ на три блоки. Логістики, що займаються:

- 1) постачанням – в цьому блоці в комплексі планують, управляють та фізично опрацьовують такі потоки, як матеріали, сировина, комплектуючі та відповідний інформаційний потік, починають переміщенням від міста поставки і закінчують початковим виробничим складуванням;
- 2) виробництвом – тут підлягають управлінню виробничі процеси з першого етапу і до етапу, коли продукція передається до сфери збуту;
- 3) збутом – управління охоплюється етап, коли готові вироби переміщуються до міста замовлення.



Логістичне управління відрізняється системним, цілісним підходом до того, як організовуються та здійснюються переміщення сировини і готової продукції на всіх етапах, починаючи виготовленням і закінчуючи споживанням [1].

Завдяки логістичному підходу можливо спостерігати за тим, як рухається вантаж від місця поставок до місця споживання в комплексі, що поєднує взаємодіючі логістичні ланцюги.

Системні категорії визначають логістичну концепцію баченням і вимагають трактувати логістичні завдання як комплекс взаємозалежностей, а логістику – як єдиний замкнений в собі простір настанов виробництва. Теорія керування підприємствами характеризує таку сферу настанов важливою функцією підприємства.

На підставі якісного та кількісного аналізу системи збуту можна зробити висновки про збутової стратегії компанії і її політиці в області прийняття рішень по збуту, про ефективність існуючої системи збуту і які проблеми в області збуту мають місце в компанії [3].

Основні цілі збутової політики:

- збільшення обсягів продажів;
- збільшення ринкової частки компанії;
- збільшення прибутку від каналів збуту;
- збільшення мережі обхвату каналів збуту;
- утримання старих клієнтів.

При плануванні обсягів збуту на майбутній рік використовується метод експертних оцінок. В якості експертів виступають співробітники відділу продажів, керівники компанії, сторонні фахівці. Складається анкета, в якій просять вказати прогноз продажів у відсотках до минулого періоду.

Щоб зберігати товар після виготовлення і до того, як відвантажити його замовнику, у якості одного з етапів у процесі руху товарів, потрібно відповісти на питання: яким характеристикам повинні відповідати склади; яка кількість складів необхідна; у якому місці потрібно розташувати склади.

Складами можуть володіти виробники, посередники або фірми, що надають послуги з оренди складських приміщень. Складуванню можна надати два типи структури: склади з довгостроковим зберіганням, коли збереження товарів відбувається тривалий час, та розподільчі центри у певному регіоні, якими торгові посередники користуються, щоб переміщати товари швидко, а не зберігати їх.

При виконанні логістичної функції, пов'язаної з розподілом, існує типова проблема: як планувати запаси, що в оборотних коштах складають майже 30% в їх загальному обсязі. Існує певний ряд переваг та недоліків при великому обсязі замовлень. Перевагами є: при підготовці замовлень зменшуються витрати; дефіцит запасів зменшується; знижуються транспортні витрати. Недоліки: збільшуються витрати, щоб зберегти запаси; збільшується потрібний капітал; моральний та фізичний знос товару є високо ймовірним.

Рішення про товарний запас приймаються, щоб підтримати їх оптимальну величину. При малих запасах існує ймовірність несвоєчасно виконати замовлення споживача,

що приведе до його незадоволеності. При великих – запаси утримуються з великими витратами. Оптимальний варіант, коли замовляється в такому обсязі, при якому заказ формується, транспортується та зберігається з мінімальною величиною в загальних витратах [2].

**Список використаних джерел:**

1. Забуранна, Л.В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку / Л.В. Забуранна // Сталій розвиток економіки. – 2010. – № 7. – С. 120–123.
2. Васелевський М. Системи забезпечення ланцюгів поставок у машинобудуванні: монографія / Мирослав Васелевський. – Л. : Львівська політехніка, 2014. – 312 с.
3. Мала Н.Т. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання / Н.Т. Мала // Вісник НУ «Львівська Політехніка». – Л.: Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 739. – С. 22-30.

**Андросова І. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ВПЛИВ СЕКТОРА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
НА РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ**

Цифровізація все глибше припадає в життя суспільства, зачіпає різні його сфери. Економіка теж не стала винятком. З'явився новий термін «цифрова економіка». Оскільки процеси цифровізації є відносно новими, то на сьогоднішній день наукова спільнота ще не визначилося з чітким формулюванням даного терміну.

Всесвітній Банк характеризує цифрову економіку двома визначеннями. З одного боку, цифрова економіка являє собою новий уклад економіки, основою якої виступають знання та цифрові технології, що сприяють формуванню нових цифрових можливостей і навичок у суспільства, бізнесу і держави. З іншого боку, визначення цифрової економіки відображає результати впровадження цифрових технологій в життя суспільства: підвищення продуктивності праці, зниження витрат виробництва, зростання конкурентоспроможності бізнесу, зниження бідності та соціальної нерівності [1].

Згідно з визначенням Європейської комісії, цифрова економіка – це економіка, яка залежить від цифрових технологій. Якщо проаналізувати всі наведені визначення, можна дати наступне визначення цифрову економіку – це економіка, в основі якої лежать цифрові технології. У свою чергу, в загальному розумінні цифрові технології являють собою дискретну систему базування і трансляції інформаційних даних, які дозволяють вирішувати будь-які завдання в короткий період часу.

Цифрові технології – це технології, які дозволяють збирати, зберігати, передавати, обробляти дані в електронному вигляді. Саме цифрові технології будуть визначати формування і розвиток господарської діяльності країн в майбутньому. Для України основою розвитку цифрової економіки, будуть виступати: великі дані, штучний інтелект, квантові технології, нові виробничі технології, промисловий інтелект і інші. Всі ці напрямки отримали назву «наскрізні» технології, тобто технології, які можуть радикально



змінити ситуацію на існуючих ринках або сприятимуть створенню нових ринків. Іншими словами, на основі даних технологій буде відбуватися і вже відбувається цифрова трансформація і не тільки ринків, а й усієї економіки в цілому [2].

Цифрових технологій надають великої ваги в підвищенні конкурентоспроможності країни та стимулюванні її економічного зростання. Застосування цифрових технологій призводить до трансформації галузей економіки, дає можливість появи нових галузей, що, в свою чергу, сприятиме зростанню економіки. Поява нових технологій позитивно позначається на виробниках: підвищується продуктивність праці, зменшуються витрати, зростає доступність інформації і знижуються бар'єри для виходу на світові ринки. Все це надає мультиплікативний ефект на розвиток економіки країни в цілому.

Активне проникнення цифрових технологій у економічну діяльність дозволяє використовувати їх в якості конкурентних переваг, що, в свою чергу, зміцнює позиції країни в світі. Якщо країна зможе перебудувати економіку з урахуванням цифрових технологій і реалізувати свої ресурси, то може відстати від інших, більш успішних країн.

Всесвітній економічний форум дає наступне визначення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність – це сукупність інститутів, стратегій і факторів, що визначають рівень продуктивності тієї чи іншої країни [4]. Країна є конкурентоспроможною в тих галузях, на виробництві яких товарів і послуг вона спеціалізується. У зв'язку з чим сьогодні в умовах швидкого розвитку цифрової економіки на перший план виходять факторні умови, що визначають національні конкурентні переваги в області цифровізації [5].

Тоді виходить, що більш розвинений ІКТ-сектор країни, ніж більш сучасні технології використовуються, чим більший обсяг високотехнологічної продукції створюється, тим більш конкурентоспроможною країна буде на світовій арені. Нерідко поняття цифрової економіки порівнюють з поняттям сектора інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), хоча це не ідентичні терміни. Сектор ІКТ виступає інструментом цифрової економіки. Його організації утворюють її інфраструктуру.

Сьогодні сектор інформаційно-комунікативних технологій включає до свого складу організації, які здійснюють економічну діяльність, пов'язану з виробництвом, розповсюдженням та застосуванням інформаційних і комунікаційних технологій. Структура сектора ІКТ України включає наступні галузі [3]:

- телекомунікації;
- ІТ та інші інформаційні послуги;
- виробництво ІКТ-устаткування;
- оптова торгівля ІКТ-товарами;
- видавнича діяльність;
- діяльність в області виробництва, прокату та показу фільмів, радіомовлення і телебачення.

Найбільша частка в загальній структурі ІКТ-сектора належить телекомунікацій, їх частка в 2010 році становила 50%, а в 2019 році – вже 38%. Друге місце займають інформаційні технології та інші інформаційні послуги, їх частка в 2010 році становила 16%, а в 2019 році зросла до 33% за рахунок зростання послуг, пов'язаних з обробкою даних. Здійснення

державою проектів з використанням інформаційних систем сприяє зростанню частки галузей, пов'язаних з виробництвом відповідного обладнання (16%). Частка інших елементів сектора кардинально не змінилася і становить в середньому 5-7% [3; 6].

Характеризують стан сектора ІКТ, говорять про його недостатню розвиненість, що можна пояснити, на наш погляд, декількома причинами. По-перше, перехід до масштабної цифровізації економіки став здійснюватися відносно недавно. По-друге, цей процес вимагає значних грошових вливань. На здійснення цифрової трансформації держава виділяє кошти. Але створення відповідних технологій теж вимагає значних коштів, які можуть створюватися за рахунок випуску високотехнологічної продукції, а на її створення засобів виділяється явно недостатньо. Тому, показники розвитку сектора ІКТ ще не досягли тих, що мають країни-лідери. Проблеми, які не дають можливості швидкого розвитку високотехнологічного сектора України, можна простежити також за індексами конкурентоспроможності країн, так як вони включають цифрову складову, що, відповідно, відбивається і на їх конкурентоспроможності (табл. 1).

**Таблиця 1. Країни-лідери в Індексі глобальної конкурентоспроможності IMD 2014-2019 рр.[6]**

| Рік           | 2015      | 2016      | 2017      | 2018     | 2019     |
|---------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
| 1-е місце     | Гонконг   | США       | Швейцарія | Сінгапур | Сінгапур |
| 2-е місце     | США       | Швейцарія | Сінгапур  | США      | Гонконг  |
| 3-є місце     | Швейцарія | Гонконг   | Фінляндія | Гонконг  | США      |
| Місце України | 84        | 76        | 89        | 83       | 55       |

Найбільш конкурентоспроможними, згідно з наведеними рейтингам, є країни-лідери з експорту високотехнологічної продукції на світовий ринок. Що й не дивно, так як вони вже давно займаються розробкою, впровадженням та експортом новітніх технологій. Найбільша частка в експорті високотехнологічної продукції належить Китаю, США, Німеччини та Південної Кореї.

Якщо розглядати динаміку України в індексах конкурентоспроможності, то можна замінити, що вона значно покращилася. Загальні індекси конкурентоспроможності при складанні крім рівня розвитку цифровізації економіки країни враховують і інші сфери життя суспільства, які теж впливають на показник конкурентоспроможності. Україна в даному рейтингу підвищила свої позиції і займає в 2019 році 55-е місце проти 85-го в порівнянні з 2018 роком [7].

Отже, за результатами рейтингу конкурентоспроможності країн світу доказують, що Україна має низький рівень розвитку цифрового сектору економіки країни. За рівнем розвитку даної галузі Україна значно відстає від лідерів цієї області.

Існує пряма залежність між ступенем розвитку ІКТ-сектора економіки країни і її рівнем конкурентоспроможності. Тобто слабкий розвиток ІКТ-сектора економіки відбивається і на невисокому рівні її конкурентоспроможності. Сьогодні, в умовах цифровізації, країна може бути конкурентоспроможною, якщо буде створювати і застосовувати високі технології. В Україні для цього необхідна взаємодія влади і бізнесу через розвиток інституту державно-приватного партнерства. Проблеми, які необхідно вирішити нашої

країні для підвищення своєї конкурентоспроможності за рахунок розвитку сектора ІКТ, складають значення субфакторів в рейтингах конкурентоспроможності. Слід звернути увагу на розвиток цифрової галузі та змінити підхід у її вдосконалення, а саме приваблювати вітчизняних та закордонних інвесторів, переглянути рівень інвестування державою, відбирати талановиті кадри та вдосконалювати їх вміння, розвивати освіту у цьому напрямку. У такому випадку Україна зможе вийти на новий рівень конкурентоспроможності у цифровій галузі [8].

**Список використаних джерел:**

1. Дробот Є.В. Управління конкурентоспроможністю національної економіки в умовах глобалізації. – СПб.: Троїцький міст. – 2015. – 224 с.
2. Пальгова В.О. Конкурентоспроможність міст в умовах просторового росту // Економічні відносини. – 2019. – Том 9. – № 3. – с. 1817-1826.
3. Портер М. Міжнародна конкуренція: конкурентні переваги країн. М.: Міжнародні відносини. – 1993. – С.896.
4. Доповідь про глобальну конкурентоспроможність 2018 [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2019>
5. Сопіна Н.В. Україна у світовому рейтингу цифрової конкурентоспроможності. Євразійський процес і цифрова трансформація господарських систем: збірник наукових статей за підсумками науково-дослідної конференції СПбГЕУ. – СПб.: Вид-во СПбГЕУ. – 2019. – С.156-160.
6. World Competitiveness Rankings 2019 [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.imd.org/contentassets/6b85960f0d1b42a0a07ba59c49e828fb/one-year-change-vertical.pdf>
7. Мировой рейтинг цифровой конкурентоспособности 2019 [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019>
8. Гринько Т. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства /Т.В. Гринько, Д.Д. Головка // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 1. Економіка суб'єктів підприємництва: проблеми та перспективи економічного та соціального розвитку в ХХІ сторіччі -Дніпро: Біла К.О. – 2018. – С. 38–41.

**Артеменко В. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

**ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ  
ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Дослідження переваг і недоліків процесного управління показало, що основною його перевагою є формування чіткої картини того, що відбувається в організації, з усіма існуючими проблемами і вузькими місцями, які могли залишитися непоміченими при типовій організаційній структурі, яка зовні нормально виконує свої функції. Управління процесами також допомагає в зменшенні тимчасових затримок, оптимізації використання ресурсів, зниженні фінансових витрат, підвищенні ефективності організації праці, зростання задоволеності клієнтів і власних співробітників.

Крім того, орієнтація організації на процес дозволяє краще зрозуміти кінцеву мету і результати діяльності організації, а також роль в цьому співробітників. Але найголовніше –

це розуміння, що процеси і їх результати є реальною сполучною ланкою з клієнтами. Моделювання та аналіз процесів дозволяють розвинути організацію, поліпшити її ефективність і якість роботи.

За допомогою класичної функціональної структури підприємства можна отримати інформацію про центри прийняття рішень, а також зробити висновки про швидкість прийняття рішень і гнучкість підприємства. Організаційна структура за функціональним підходом представляє лише одну складову загального комплексу діяльності підприємства у вигляді дерева функцій. Однак, для того щоб мати можливість правильно приймати рішення, недостатньо знати, які існують відділи і як вони ієрархічно співпрацюють між собою, принципово важливим є розуміння того, яким чином відділи обмінюються результатами своєї роботи і тим самим реалізують кінцеву споживчу корисність для клієнта. Таким чином, під орієнтацією на процес розуміється така діяльність компанії, при якій вся робота підприємства розглядається як комбінація процесів або ланцюжків процесів. Тобто процеси компанії представляють собою ланцюжок, навантажений очікуваннями клієнтів, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Але на підприємстві крім ланцюжка процесів, навантаженого очікуваннями клієнтів, існує також внутрішній взаємозв'язок цих процесів. Для того, щоб продемонструвати їхню взаємодію, доцільно використовувати карти або ландшафти бізнес-процесів.

У ландшафті процесів представлені ті процеси, які, з одного боку, реалізують корисну для клієнта роботу, а з іншого – забезпечують управління, підтримку і поліпшення. Суть даного підходу полягає в мисленні категоріями наскрізних ланцюжків процесів. Ландшафт процесів завжди специфічний для кожного конкретного підприємства і будується він таким чином, щоб представляти особливості та взаємозв'язки конкретного підприємства.

Побудова процесної системи управління компанією означає зміну організаційної структури компанії і надає тим самим вплив на всю організацію в цілому. З ростом організаційної зрілості компанії функціональний підхід поступово змінюється на процесний, що тягне за собою зміну як організаційної структури компанії, так і її процесів у декілька етапів.

Етап 1. Функціональна організація із процесною відповідальністю. На цьому етапі одночасно із відповідальністю за процеси на підприємстві, залишається функціональна відповідальність керівників відділів. Для таких найважливіших бізнес-процесів, як, наприклад, продаж і обробка замовлень, залучаються відповідальні за процеси, які відстежують реалізацію загальних цілей по бізнес-процесу крос-функціонально, іншими словами виходячи за рамки конкретних підрозділів, задіяних у виконанні цього процесу.

Етап 2. Матрична організація як структура із функціональною та процесною організацією. У цій формі організації співіснують і взаємодіють між собою функціональні і процесно-орієнтовані підходи. Завдання відповідального за процес полягає в тому, щоб забезпечувати задоволеність кінцевого клієнта, ініціювати та проводити організаційні заходи. Відповідальний за процес має повноваження визначати хід процесу, але не має оперативної відповідальності, яка і в даному випадку лежить на керівниках структурних підрозділів.

Етап 3. Процесно-орієнтована організація. Така структура вимагає послідовної орієнтації організації на бізнес-процеси. Вона призводить до того, що загальна відповідальність за процес знаходиться у відповідального за процес і він приймає рішення по тому, як цей процес повинен бути реалізований. Функціональне структурування підприємства усувається. Функції є тільки штабними ділянками, які обробляють певні підпроцеси і беруть на себе вирішення спеціальних завдань.

Саме процесний підхід, на відміну від функціонального, найбільш повно дозволяє врахувати такі важливі аспекти бізнесу, як орієнтація на кінцевий продукт, зацікавленість кожного виконавця в підвищенні якості кінцевого продукту і, як наслідок, зацікавленість в виконанні роботи. При переході від функціональної організації до процесно-орієнтованої необхідна повна підтримка такого підходу вищим керівництвом компанії, тому що така трансформація є радикальним перетворенням і зазвичай стикається із сильним опором на всіх ієрархічних рівнях управління компанією.

Виявлені переваги процесного підходу перед функціональним дозволяють зробити висновок про те, що в умовах динамічного розвитку з точки зору конкурентоспроможності процесно орієнтоване управління організацією є більш ефективним. У той же час, результатом обох підходів є одночасне проектування організаційної структури (функціональних областей) і порядку взаємодій в рамках цієї структури (процесів). Ці підходи, до певної міри, повинні застосовуватися паралельно.

**Список використаних джерел:**

1. Міхеєнко К.С. Управління бізнес-процесами підприємства на основі збалансованої системи показників / К.С. Міхеєнко // Інноваційна економіка. – 2016. – № 6. – С. 74-76. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2016\\_6\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_6_20)
2. Чорнобай Л.І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть / Л.І. Чорнобай, О.І. Дума // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2016. – № 769. – С. 125-13

**Артеменко В. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*  
**ОЦІНКА СТАНУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ «ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ  
ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД»**

Приватне акціонерне товариство «Дніпропетровський експериментальний механічний завод» впроваджує свою діяльність понад 50 років.

За останні роки, основним видом діяльності товариства є надання в оренду власного нерухомого майна. Товариство співпрацює з виробничими компаніями, які, завдяки зручному розташуванню орендованої нерухомості, мають можливість забезпечувати понад 100 робітників робочими місцями.

На території товариства постійно проводяться роботи з благоустрою, задля поліпшення умов праці, як для своїх робітників, так і для робітників компаній, які знаходяться на території товариства.



## «ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2021: ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ»

Під час здійснення господарської діяльності «Дніпропетровський експериментальний механічний завод» використовує власні основні засоби інформація про які зазначені в табл. 1.

**Таблиця 1. Інформація про основні засоби  
ПрАТ «Дніпропетровський експериментальний механічний завод»**

| Найменування основних засобів | Власні основні засоби (тис. грн.) |      |      | Відхилення,<br>+;- (2019 до 2017) | Темп<br>приросту, %<br>(2019 до 2017) |
|-------------------------------|-----------------------------------|------|------|-----------------------------------|---------------------------------------|
|                               | 2017                              | 2018 | 2019 |                                   |                                       |
| Виробничого призначення       | 1074                              | 1016 | 959  | -115                              | -11%                                  |
| - будівлі та споруди          | 1071                              | 1015 | 958  | -113                              | -11%                                  |
| - машини та обладнання        | 3                                 | 1    | 0,9  | -2,1                              | -70%                                  |

Аналізуючи таблицю ми бачимо, що «Дніпропетровський експериментальний механічний завод» для проведення господарської діяльності використовує тільки основні засоби виробничого призначення: будівлі та споруди, машини та обладнання. Отже, протягом 2017–2019 рр. основних засобів скоротилося на 115 тис. грн., що складають 11%. Первісна вартість основних засобів у 2019 році складає 3 млн. грн., ступінь зносу – 68 %. Втім, використовуються основні засоби на 100 %. Сума зносу за 2019 рік 64 тис. грн. В табл. 2 проаналізовано структуру основних засобів експериментального заводу.

**Таблиця 2. Структура основних засобів**

| Найменування основних засобів | Власні основні засоби (тис. грн.) |      |      | Структура |         |         |
|-------------------------------|-----------------------------------|------|------|-----------|---------|---------|
|                               | 2017                              | 2018 | 2019 | 2017      | 2018    | 2019    |
| Виробничого призначення       | 1074                              | 1016 | 959  | 100,00%   | 100,00% | 100,00% |
| - будівлі та споруди          | 1071                              | 1015 | 958  | 99,72%    | 99,90%  | 99,90%  |
| - машини та обладнання        | 3                                 | 1    | 0,9  | 0,28%     | 0,10%   | 0,09%   |

Так, основну частку основних засобів, що використовуються підприємством для здійснення господарської діяльності є будівлі та споруди, що займають майже 100% в кожному проаналізованому році.

Крім того, слід зазначити, що первісна вартість основних засобів протягом аналізованого періоду майже не змінилась. Так, у 2019 році дана величина складала 3017 тис. грн. Отже, протягом 2017 – 2019 рр. нових основних засобів не надходило, а лише вибувало. Таким чином, вибуття основних засобів склало 57 тис. грн. у 2019 році, що на 48 тис. грн. більше за 2017 рік. Залишкова вартість основних засобів зменшилась на 11% або 115 тис. грн. Крім того, сума нарахованого зносу у 2019 році склала 2058 тис. грн., що на 122 тис. грн. або 6%.

Таким чином, для збільшення ефективності діяльності, товариство планує розширити діяльність, методом залучення нових орендаторів, задля провадження того ж виду діяльності.

### Список використаних джерел:

- Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства «Дніпропетровський експериментальний механічний завод» URL: [http://dnemz.pat.ua/emitents/reports/year/2017/app\\_fin\\_bm](http://dnemz.pat.ua/emitents/reports/year/2017/app_fin_bm)



**Бистрова В. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

**НАПРЯМКИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Реалізація соціально-екологічної відповідальності тісно пов'язана із затвердженням адекватної цим завданням бізнес етики, яка покликана доповнити систему формальних правових норм і вимог, зафіксованих в офіційному законодавстві, стандартах, регламентах тощо, морально-етичними нормами і принципами, підкріпивши тим самим дію формальних інститутів.

З іншого боку, важливу роль у формуванні моделі «зеленого» зростання підприємств грають інституціональні умови, представлені певними соціальними інститутами, які виступають у формі організації регулювання та регламентування даного процесу. Як зауважує Є. Хлобистов [1], добре продумана система регулювання може визначити права і створити стимули, які активізують перехід до «зеленої» економіки, а також усунути бар'єри для «зеленого» інвестування. Серед чинників формування сприятливих інституційних умов можна виділити розвиток відносин власності, податкове законодавство, ступінь розвитку людського потенціалу. Ефективне функціонування інституційної структури спричиняє позитивний вплив на процес екологізації економіки, оскільки скорочує розмір трансакційних витрат. Однією з важливих передумов становлення і розвитку процесу екологізації економіки є зрілість і стійкість інституційного середовища.

До теперішнього часу сформувався ряд концептуальних підходів і створюваних на їх основі механізмів і інструментів її реалізації. Представлений нижче перелік цих підходів в цілому відображає еволюцію змісту і інструментів реалізації екологічної відповідальності:

1. Трансформація зовнішніх негативних екологічних ефектів, обумовлених діяльністю фірми, в її внутрішні витрати на основі податку А. Пігу і похідних від нього інструментів (включаючи платежі за негативний екологічний вплив), що застосовуються до винуватця забруднення природного середовища та заснованих на активній участі держави в справі нейтралізації ринкових провалів.

2. Методи і механізми, що забезпечують екологічно сталий соціально-економічний розвиток, що дозволяють розсунути часові рамки відповідальності бізнесу за рахунок соціально-екологічних зобов'язань перед майбутніми поколіннями і стейкхолдерами, не знімаючи при цьому завдання підвищення фінансово-економічної результативності.

3. Інтерналізація зовнішніх екологічних витрат у внутрішні витрати фірми в ході прямих ринкових переговорів між «жертвою» (жертвами) забруднення природного середовища та його винуватцем в умовах чітко визначених майнових прав та мінімізації державного присутності.

4. Економіко-правовий метод реалізації екологічної відповідальності, що включає два прикладних напрямки: 1) страхування екологічної відповідальності підприємців ризикових секторів економіки, обов'язкове і добровільне, 2) реалізація відповідальності за допомогою

накладення адміністративних і кримінальних покарань в ході судових розглядів.

5. Участь бізнесу в купівлі-продажу квот на викиди парникових газів в рамках формування міждержавних механізмів вирішення глобальних екологічних проблем.

6. Добровільні екологічні угоди і партнерства (в рамках взаємодії бізнес-держава та бізнес-бізнес). Це гнучкий інструмент виходу підприємництва за межі законодавчо зафіксованих норм екологічної безпеки та раціонального природокористування і концентрації зусиль на вирішенні міжгалузевих ресурсно-екологічних проблем. Його використання може бути застосовано і для вирішення проблем високого ступеня невизначеності і асиметричного розподілу необхідної для прийняття ефективних рішень інформації [2].

Поряд з розвитком концептуальних підходів основу еволюції форм реалізації екологічної відповідальності складають також зміни характеру екологічних проблем (які все більше глобалізуються і ускладнюються) і практичних підходів до їх вирішення, включаючи перехід до нових інструментів ресурсно-екологічної політики. Цей перехід характеризується зміною стилю управління шляхом заміщення жорсткого державного екологічного регулювання збалансованою системою обов'язкових та добровільних інструментів, а також відкритістю (прозорістю) діяльності уряду і підприємницького сектору із встановленням між ними партнерських кооперативних відносин [3]. Тим самим, обов'язковою умовою реалізації бізнесом політики екологізації є перехід від держави з жорстким адміністративним контролем до держави, яка інтегрує в свою діяльність переговорні механізми.

Аналіз розвитку підходів до екологізації бізнесу дозволяє простежити і деякі інші тенденції. Перш за все, з позиції сучасних вимог, кожен із застосовуваних на практиці методів повинен в тій чи іншій мірі бути орієнтований на досягнення не просто подвійного (як це мало місце відносно недавно), а потрійного, з урахуванням забезпечення позитивних соціальних ефектів, дивіденду. Поряд із заміщенням вимоги «забруднювач – платить» принципом попередження (тобто ненанесення) екологічного збитку, реалізація якого передбачає поворот бізнесу до активного застосування екологічних інновацій (технологічних, продуктових, сервісних, організаційних), можна відзначити наступні моменти.

В сучасних умовах активізації інвестиційних процесів при зростаючому техногенному тиску на навколишнє середовище все більш широке поле для свого застосування отримує метод прямих переговорів між інвесторами і місцевим населенням з питання компенсації шкоди довкіллю, що доповнюється участю представників громадськості в екологічній експертизі проектів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Хлобистов Є.В., Жарова Л.В. Суспільні конфлікти у сфері екологічної (природно-техногенної) безпеки. Механізм регулювання економіки. 2011. №1. С. 16–23.
2. Потапенко В.Г. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки»: монографія. [За наук. ред. д. е. н., проф. Є. В. Хлобистова]. Київ: НІСД, 2012. 360 с.
3. Понікаров В.Д., Єрмоленко О.О. Удосконалення системи інтегрованого моніторингу природного середовища регіонів України. Бізнес-інформ. 2014. №6. С. 193–196.

**Білоус Д. В.**

*Дніпровський Національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
В СУСПІЛЬСТВІ**

В даний час до соціального підприємництва проявляється великий інтерес і увагу. Це обумовлено кон'юктурою економічного розвитку провідних країн світу. З одного боку, скорочення бюджетного фінансування соціальної сфери держави і передача даних повноважень приватному сектору, а з іншого боку складність вирішення соціальних проблем, дають розвиток соціального підприємництва, як механізму, здатному вирішувати відразу кілька завдань: знаходити фінансування, вирішувати соціальні проблеми, отримувати прибуток власникам соціальних підприємств. Важливо розуміти сутність і роль соціального підприємництва в рамках економічних відносин у сучасному світі.

Соціальне підприємництво, прагнучи до задоволення запитів споживачів, надає економіці мобільність, гнучкість, маневреність. Використання ресурсу самоорганізації соціально орієнтованого бізнесу дозволяє істотно знизити витрати на надання соціальних послуг у порівнянні з комерційними організаціями, підвищити рівень життя населення за рахунок задоволення потреб громадян в послугах, які не надаються діючої соціальною інфраструктурою.

Розвиток соціального підприємництва є умовою рішення наступних проблем:

- формування цивілізованих і конкурентних ринкових відносин, що сприяють ефективному задоволенню потреб суспільства;
- підвищення якості продукції, робіт і послуг, розширення їх асортименту;
- підвищення рівня культури обслуговування;
- виробництва товарів до конкретних споживачів;
- скорочення рівня безробіття і створення додаткових робочих місць;
- залучення в трудову діяльність окремих категорій громадян (пенсіонери, інваліди, студенти і т.д.);
- сприяння ефективному застосуванню творчих здібностей людини, розкриття талантів, розвитку різного виду народних ремесел;
- сприяння структурному переосмисленню економіки;
- використання місцевої сировини з відходів великого виробництва;
- звільнення економічної сфери від збиткових і низькорентабельних підприємств за рахунок їх викупу або оренди.

Чому виникає актуальність напрямки розвитку соціального підприємництва? Причина лежить не тільки у вирішенні соціальних проблем. Різний розвиток країн визначає форми ведення бізнесу і підприємницької діяльності. Тут виникає питання сформованого ставлення у веденні соціальної політики держави і визначення такої категорії, як соціальна справедливність. Основу сучасної соціальної політики США склали тенденції 70х-80х років минулого століття, коли почалася децентралізація влади і передача функцій з вирішення соціальних проблем перейшла від держави в приватні корпорації, і з'явилася концепція «суспільства загального добробуту».

Розвиток соціального підприємництва включає безліч факторів, що позитивно впливає на життя суспільства:

- забезпечення трудової зайнятості населення за коштами здійснення соціальних проектів, організація самозайнятості громадян, створення нових робочих місць для соціальних організацій; соціальна підтримка, що виражається в роботі з соціально незахищеними категоріями населення;
- реалізація проектів, спрямованих на працевлаштування осіб без певного місця проживання;
- соціалізація і ресоціалізація окремих груп населення; підвищення соціально-економічної ефективності за рахунок зниження навантаження на бюджети шляхом реалізації приватних підприємницьких проектів, основна роль в яких відводиться державі;
- розвиток культурного середовища за рахунок максимального використання потенціалу культурних установ соціальними підприємцями;
- територіальний розвиток за допомогою підвищення територіальної прихильності, насичення міського середовища, за рахунок розвитку транспортної інфраструктури та розвитку невикористаних земель.

Соціальне підприємництво може бути задіяне в будь-якій сфері життя суспільства: освіта, охорона здоров'я, послуги, сільське господарство та ін. Соціальні інновації – нововведення у вигляді стратегій, ідей, концепцій, орієнтовані на задоволення соціальних потреб і вирішення соціальних проблем.

Соціальні інновації мають широкі межі: від поліпшення умов праці до створення нових інноваційних спільнот, модернізації управління та державної політики. Соціальні інновації спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку суспільства. Соціальні підприємці знаходять інноваційні, радикальні рішення соціальних проблем і втілюють їх у життя. Соціальні інновації виступають процесом трансформації соціокультурних зразків і норм, що забезпечують інституційне закріплення нововведень в матеріальній і культурній сферах суспільства.

Однією з основних завдань соціального підприємництва є вирішення соціальних проблем інноваційним методом, шляхом створення самовідтворюваного механізму надання соціальних послуг. Даний механізм є синергичний ефект взаємодії ресурсів підприємця і потреб споживачів соціальних послуг.

Результатом соціальної підприємницької діяльності є новий спосіб вирішення соціальної проблеми, тобто соціальна інновація. Її цінність і значимість визначаються здатністю задовольняти потреби населення новими, більш зручними способами.

Тенденції розвитку в Україні соціального підприємництва мають як можливості, так і обмеження. По-перше, розвиток даного напрямку в бізнесі має формуватися в самому бізнесі, без насаджень з боку держави. Але інтерес до даного напрямку в Україні поки невеликий через певні причини. Наприклад, накопичення матеріального капіталу до сих пір стоїть на першій позиції в Україні, відсутність економічної стабільності в конкретний період також впливає, бізнес має швидкодійний ефект, спрямований на отримання результату і прибутку «тут і зараз», підприємці не готові створювати довгостроковий

бізнес. Створювані державою умови для здійснення вільної економічної діяльності не здатні ефективно стимулювати розвиток таких організацій, які до того ж зустрічають масу різних бар'єрів при здійсненні своєї діяльності. По-друге, в Україні немає механізму міжсуб'єктної взаємодії у вирішенні соціальних проблем, провалів ринку, де не справляється держава, і дані ніші могли б заповнити соціальні підприємства. По-третє, немає певної нормативно-правової бази, яка створила б виникнення соціальних підприємств та відповідних преференцій для ведення такої діяльності. В Україні з часом по мірі накопичення матеріального капіталу відбудеться і підвищення інтересу до соціальних підприємств, що обумовить створення і відповідних умов.

**Список використаних джерел:**

1. Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід. URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty\\_of\\_Economics\\_and\\_Administration/news/20180613/18-5454.pdf](https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/news/20180613/18-5454.pdf)
2. Соціальні технології. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11323916.pdf>

**Винокурова А.С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ  
ЕЛЕКТРОІНСТРУМЕНТУ В УКРАЇНІ**

Внутрішній ринок України має тенденції поступової зміни структури оптової та роздрібною торгівлі непродовольчими товарами, отже дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку різних його сегментів є актуальним завданням як серед науковців так і серед економістів-практиків.

Електроінструмент – невід'ємний атрибут переважної більшості як дрібних, так і великих будівельних фірм, істотно полегшує їхню працю.

Більшу частину українського ринку електроінструментів, який розподілено за сферами застосування електроінструменту займає загальнобудівельний інструмент – 52%. На другому за обсягом місці знаходиться інструмент для металообробки. Його частка – 27%. Ринок інструментів для бетонообробки займає 14%. Інструмент для деревообробки займає 7% ринку [1].

Вітчизняний ринок електроінструментів наскрізь «імпортний». Закордонна продукція займає 90-95% ємності даного ринку в грошовому вираженні, у фізичному ж вираженні частка електроінструменту українського походження трохи більше.

Загальна тенденція розподілу часток ринку в цілому не змінюється вже декілька років поспіль. Перевірені часом бренди, які спеціалізуються на електроінструментах, як і раніше, займають до 40% ринку. В першу чергу мова йде про продукцію компаній Bosch, Hitachi, DeWalt, AEG, Makita, Kress, Metabo та Sparky. Майже 50% продажів припадають на недорогі аналоги, що випускаються під маловідомими брендами, як правило, все в тому в Китаї, а також в Росії, Україні й Білорусі. Тим часом, як відзначають експерти, на сьогоднішній день навіть електроінструменти дорогих брендів, таких як, наприклад, Bosch



або Hitachi, виготовляють зовсім не в Німеччині або Японії, а на фабриках КНР. Правда, на відміну від місцевих китайських брендів, тут існує чіткий контроль з боку центрального офісу з обов'язковою присутністю фахівців материнської структури і здійснення ними управління виробництвом. Лише деякі виробники залишили виробничі потужності в країнах ЄС, правда, переважно в Східній Європі – Угорщині, Польщі, Чехії чи Болгарії. І лише окремі позиції, як правило, найбільш технологічні й дорогі, виробляються безпосередньо в Німеччині. Причому, четверть ринку – це продукти невідомих марок, що відрізняються низькою ціною і їх якість при цьому не відповідає жодним міжнародним стандартам і елементарним вимогам безпеки [1].

Всіх виробників електроінструменту можна розділити на три великі категорії:

1) світові бренди, представлені компаніями США (BLACK & DECKER, DEWALT, OMAX, MILWAUKEE), Німеччини (AEG, BOSCH, METABO, KRESS, FESTUL, Solo) і Японії (HITACHI, MAKITA, PANASONIC);

2) різноманітні китайські виробники, найбільш поширені з яких – KNG DA, GUANG TUO MOULD, TAFUN, CATRUM, CHENGXIANG, Zenit, TEKHMANN тощо;

3) нечисленні вітчизняні виробники – в основному, пострадянські підприємства, які спеціалізуються на випуску побутового електроінструменту. Хоча вже налагоджено виробництво й професійного інструменту, але при цьому все ще вони не можуть запропонувати широкого асортиментного ряду. Для роздрібної торгівлі цілком достатньо якості українських виробів. Випускає електроінструмент підприємство «Мотор-Січ», «КТ Україна», «EDS-Group», «Нордік ВКП» і деякі інші. Обсяги поставок електроінструменту українських виробників не перевищують 100 тис. шт. на рік [2].

Всього кілька великих промислових груп виробляють більше половини відомих брендів. В останні п'ять-сім років на ринку професійного електроінструмента лідирують лише кілька світових брендів, зокрема: MAKITA (Японія), BOSCH (Німеччина), DEWALT (США), METABO (Німеччина), KRESS (Німеччина), MILWAUKEE (США), HITACHI (Японія), BLACK & DECKER (США -Китай), AEG (Німеччина), HILTI (Австрія-Китай).

Ринок електроінструментів не надто схильний до сезонних коливань. І все ж сезонність – невід'ємний фактор продажів, так як інструмент використовується великою кількістю будівельних підприємств різних напрямків. Ринок електроінструментів дуже тісно пов'язаний з ринком будівництва і тенденції в сезонності продажів практично ті ж. Продавці відзначають, що в січні – лютому спостерігається зниження обсягів продажів у зв'язку зі святковим періодом, а також у зв'язку з тим, що в цей період практично затихає все «дрібне» приватне будівництво (котеджі, дачі, замські будинки). У березні споживачі починають активізуватися, і приблизно до кінця квітня – початку травня обсяг продажів виходить на пікові значення. З невеликими коливаннями цей пік триває до початку листопада, після чого спостерігається спад продажів.

Отже, в цілому український ринок електроінструменту має гарні перспективи розвитку. Будівельна і ремонтна галузі зростають, є перспективи зростання попиту на електроінструменти з боку побутових користувачів. Підприємствам оптової торгівлі доречно



грунтовно вивчати ринок з метою врахування тенденції його зміни в процесі організації комерційно-збутової діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. Огляд ринку електроінструменту: які перфоратори обирають українці URL: [http://ipress.ua/news/oglyad\\_rynku\\_elektroinstrumentu\\_yaki\\_perforatory\\_obyayut\\_ukraintsi\\_149799.html](http://ipress.ua/news/oglyad_rynku_elektroinstrumentu_yaki_perforatory_obyayut_ukraintsi_149799.html) (дата звернення: 11.01.2021)
2. Державна служба статистики. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 11.01.2021)

**Вишневецька М. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

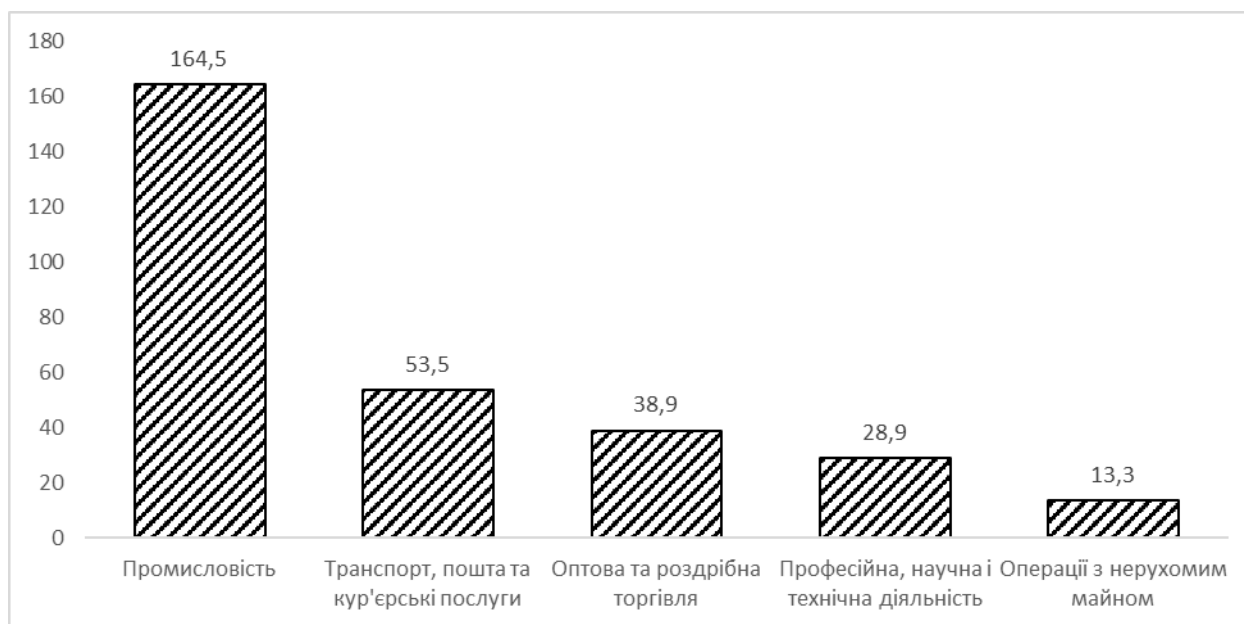
**ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19  
НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

Як відомо, на ефективність діяльності підприємств впливає ряд зовнішніх і внутрішніх факторів. Тому підприємства аналізують ризики, пов'язані зі зміною у внутрішньому і зовнішньому середовищі, адаптують бізнес під зміни, що відбуваються в країні і світі. Однак є деякі чинники, які неможливо передбачити, тобто які мають низьку ймовірність настання, але ці фактори здатні завдати більшої шкоди, ніж фактори з більш високим ступенем ймовірності їх настання. Прикладом такої ситуації можна вважати пандемію COVID-19, що охопила світ рік тому.

За статистичними відомостями за 2020 рік закрилося майже 700 000 українських підприємств, третина власників бізнесу (переважно мікро-) заявляють про падіння доходів на 60-80%, за січень-вересень 2020 року підприємства отримали 93,3 млрд. грн прибутку, коли за минулий рік аналогічного періоду прибуток складав 342,8 млрд. грн, – це все є наслідками пандемії [1].

Серед основних проблем на даний час, що перешкоджають ефективному розвитку бізнесу, можна виділити падіння попиту на вироблені товари і послуги, складності ведення бізнесу в зв'язку з введеними обмеженнями на рівні держави, необхідність виконання зобов'язань по виплатах заробітної плати, орендних платежів, додаткові витрати та ін. Падіння попиту на товари і послуги на сьогодні спостерігається в різних сферах економіки, але найбільшим чином постраждали промисловість, транспорт, пошта та кур'єрські послуги, оптова та роздрібна торгівля, професійна, наукова і технічна діяльність, операції з нерухомим майном. На рис. 1 зображено розмір збитків певних сфер діяльності за січень-вересень 2020 року.

Пандемія COVID-19 справила величезний вплив на українську економіку. У зв'язку з карантинном багато компаній були змушені тимчасово закритися, відбулося скорочення сукупного попиту і збільшилася частка безробітних. Але ця ситуація змушує швидше задуматися як про заходи реагування на серйозні потрясіння, так і про плани по відновленню і трансформації роботи підприємств у майбутньому.



**Рис. 1. Розмір збитків певних сфер діяльності за січень-вересень 2020 року (млрд. грн) [2]**

На сьогодні важливо знайти баланс, щоб підтримати поточну діяльність підприємств у нових умовах з мінімальними втратами для бізнесу. Для цього можна використати деякі рекомендації:

1. Питання безпеки і благополуччя працівників набули особливої важливості. Люди очікують інструкцій від роботодавців. Відкритий діалог допоможе знизити загальне напруження, підвищити згуртованість і забезпечити в результаті нормальне функціонування бізнесу.

Компанії можуть прийняти ряд заходів, наприклад, ввести або розширити режим гнучкого робочого графіка і знайти інші можливості, щоб дозволити співробітникам працювати з дому і бути в безпеці. Залежно від галузі можна переформувати команди і перерозподілити ресурси, а також розробити заходи щодо захисту персоналу та створення безпечних умов праці.

2. Відстежувати короткострокову ліквідність. Компаніям необхідно впровадити процедуру моніторингу короткострокових грошових потоків, щоб мати можливість вчасно спрогнозувати їх скорочення і прийняти оперативні заходи. Необхідно також підвищити ефективність управління оборотним капіталом, особливо в частині стягнення дебіторської заборгованості та контролю запасів.

3. Оцінювати фінансові та операційні ризики і швидко на них реагувати.

4. Необхідно також відстежувати фактори, які можуть вплинути на споживачів, постачальників, підрядників і партнерів, щоб вжити ефективних заходів для покращення своєї діяльності.

Отже, пандемію COVID-19 неможливо було передбачити виходячи із загальної логіки і доступних засобів прогнозування. Однак підприємства можуть отримати безліч уроків, які принесуть користь і після кризи, якщо вони комплексно проаналізують свої дії у відповідь на цю непередбачену ситуацію.

Тим часом при прийнятті рішень підприємствам потрібно орієнтуватися на те, що криза коли-небудь закінчиться. І коли це станеться, підприємствам необхідно буде заново оцінити ефективність своїх дій під час пандемії і зрозуміти, як стати більш стійкими і гнучкими, щоб впоратися з новими потрясіннями в майбутньому.

**Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики. Статистична інформація. Економічна діяльність підприємств. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Бояринова К. О., Дергачова В. В., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Аналіз прогнозів впливу пандемії коронавірусу на економіку України та сусідніх країн. *Бізнес інформ*. 2020. №7. С. 1-6.

**Візір О. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ  
У КОНКУРЕНТНІЙ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Передумовою встановлення екологічно-економічного балансу є розробка і введення в експлуатацію інновацій з високим рівнем екологічної і економічної ефективності. Екологічні інновації сьогодні – це одна з досить важливих тем для нашого суспільства. Доказом цього є невинне зростання екологічних забруднень та катастроф як в Україні, так і по всьому світу. Для підприємства це можливість зробити свій внесок у теперішнє та майбутнє країни, а також підвищити рівень конкурентоспроможності [1].

Стрімкий розвиток суспільства і технологій породив не тільки корінні зміни у діяльності всіх організацій, а й призвів до більш глобальних наслідків. Головним чином, це призвело до споживацького способу життя, його також називають «суспільство споживання». Воно діє по закону зростання потреб, що означає: чим більше власних потреб задовольняє людина, тим більше виникає нових. Звідси випливає проблема обмеженості ресурсів та можливостей нашої планети. На ринку товарів та послуг виникає надмірне виробництво та потреба у все більшій кількості ресурсів. Прямими наслідками їх добування є забруднення навколишнього середовища, поступовий занепад флори та фауни, а також багато інших актуальних проблем, над якими вже плідно працює суспільство [2]. Питання ролі екологічних інновацій у конкурентній стратегії підприємства досліджували та розвивали багато науковців, але особливий внесок у розв'язання зазначених проблем зробили В. Шевчук, Ю. Саталкін, В. Семенова, С. Степанов, В. Навроцький, О. Михайлик та інші.

Вчені вважають, що екологічні інновації займають далеко не останнє місце, а також впливають на посилення конкурентоспроможності підприємства, оскільки допомагають завоювати та утримати частину ринку, а також збільшити на них прибутковість [1]. Обмеженість земельних площ, забруднення ґрунтів і територій, невідновні природні ресурси – все це потребує прийняття певних рішень від представників бізнесу. Тобто перед підприємством постає питання щодо ефективного впровадження екологічних інновацій. На сьогоднішній день екологічне підприємництво розвивається за такими основними напрямками [2]:

1. Виробництво, встановлення та використання очисних (природоохоронних) засобів.
2. Розробка і експлуатація екологічно чистих технологій.
3. Виробництво екологічно чистої продукції.
4. Забезпечення особливої переробки, транспортування, а також ліквідації небезпечних для довкілля відходів.
5. Розвиток вторинного ринку товарів і послуг, переробка та використання відходів.
6. Енергозбереження, перехід на альтернативні джерела.
7. Збереження та відновлення земельних ресурсів.
8. Розвиток екотуризму, екологічної медицини і т. ін.

Прихильниками екологічних інновацій у своїй конкурентній стратегії вже стали такі відомі компанії, як Apple та Google, які обрали перехід на відновлювальні джерела енергії. Для цілісного вирішення проблеми надмірного виробництва та забруднення навколишнього середовища необхідне також сприяння на державному рівні через управління формуванням ринку екологічних інновацій. Це допоможе задати напрям екологічно орієнтованої виробничої основи і підтримати екологічний попит. Адже розвиток економіки як підприємства, так і в цілому, відбувається з урахуванням екологічного чинника. Інноваційна діяльність підприємства повинна бути націлена на задоволення екологічних потреб, а саме: виробництво або застосування засобів для захисту навколишнього середовища від забруднення, перехід на більш екологічні товари та послуги і т. ін. [1].

Наразі в Україні все більше посилюється конкуренція між підприємствами. Тому розробка конкурентної стратегії є такою актуальною та важливою складовою ведення бізнесу, адже вона допомагає фірмі зайняти бажану позицію на ринку.

Враховуючи те, що кількість продукції та наданих послуг швидко і постійно зростають, гостро постає питання щодо їх ефективного використання. При затвердженні та впровадженні конкурентної стратегії підприємство повинне враховувати ситуацію і зміни в навколишньому середовищі, планувати правильне використання своїх ресурсів і можливостей, випереджати дії конкурентів та забезпечувати довгостроковий розвиток [3]. На сьогодні одна з головних задач, що постає перед бізнесом – це пошук і розвиток нових ефективних екологічних інновацій. Їх впровадження на підприємствах країни та за кордоном гарантує високий рівень конкурентоспроможності національної економіки, оскільки головними факторами є економічна ефективність підприємства та його екологічні результати. Тому, враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що акумулюючи ресурси для формування і експлуатації екологічних інновацій підприємства України матимуть змогу вийти на якісно новий рівень на внутрішньому та зовнішньому ринках.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*, 2014. № 2. С. 6-13.
2. Бортнік, С.М., Маленицький Д.С. Забезпечення конкурентної стратегії підприємства та підходи до її вивчення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2016. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика». Вип. 7. Ч. 1. С. 40-44.

3. Гринько Т.В., Алещенко В.І. Вплив та взаємозв'язок ефективності та економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, Серія: Економіка і менеджмент*, 2020. Видавничий дім «Гельветика». Вип. 42. С. 4-11.

**Гаркуша В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### СТАН РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ СЕС

В Україні відбувається поступове заміщення традиційної генерації енергії шляхом впровадження відновлюваних джерел енергії (ВДЕ). Поступове зростання встановлених потужностях ВДЕ спостерігається протягом останніх чотирьох років, але не стійкість економічної та політичної ситуації в країні є великою перешкодою в досягнанні поставлених цілей, прийнятих у Національному плані дій з відновлюваної енергетики (ВЕ).

Сонячні електростанції в Україні займають найбільшу частку у ВДЕ, а саме, більше 65%. Причинами поширення СЕС в Україні є:

- доступність технологій;
- не високий поріг виходу на ринок;
- гарний рівень інсоляції;
- високий рівень «зеленого» тарифу.

Рівень інсоляції. Сонячні електростанції в Україні мають можливість працювати протягом всього року, але із змінною ефективністю. В південних регіонах країни найефективніший період з квітня по жовтень, а в північних – з травня по вересень.

Карта інсоляції регіонів України протягом року наведена на рис. 1.

Ставки «зеленого» тарифу. В планах держави зміни ставки «зеленого» тарифу повинні були відбуватися в 2014, 2019 і 2014 роках, але зміни, а точніше зниження відбувається поступово і постійно.

Ставки «зеленого» тарифу для сонячних електростанцій наведено в табл. 1.

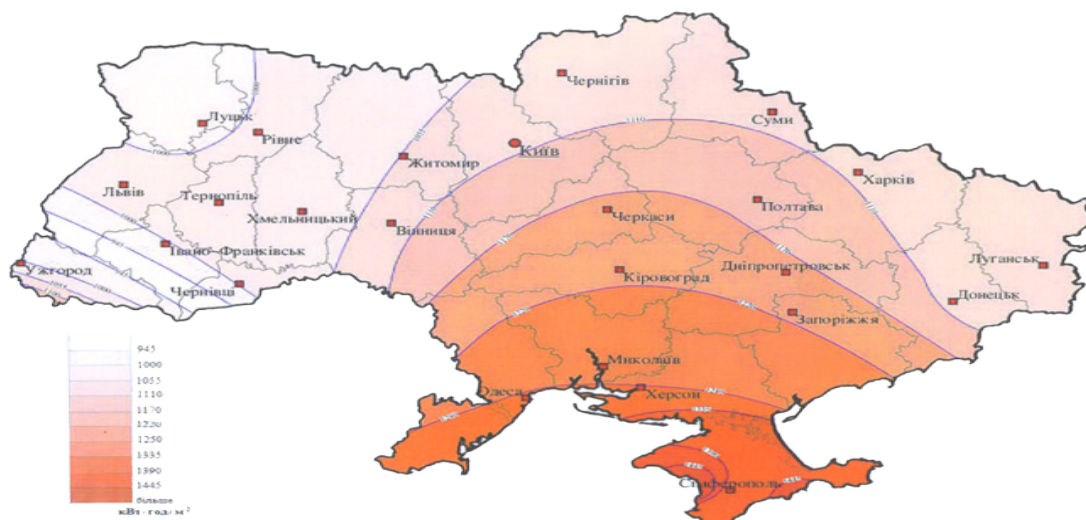


Рисунок 1. Карта інсоляції регіонів України протягом року [2]



**Таблиця 1. Ставки «зеленого» тарифу для сонячних електростанцій, євроцент/1кВт  
(розроблено автором на основі [1])**

| <i>Рік</i> | <i>Приватні СЕС потужністю до 30 кВт</i> | <i>Промислові СЕС</i> |
|------------|------------------------------------------|-----------------------|
| 2015       | 20                                       | 17                    |
| 2016       | 19                                       | 16                    |
| 2017-2019  | 18                                       | 15                    |
| 2020-2024  | 16,3                                     | 13,5                  |
| 2024-2030  | 14,5                                     | 12                    |

Не дивлячись на постійне зниження «зеленого» тарифу відбувається позитивна динаміка у зростанні ринку СЕС. Таке зростання дозволяє говорити о наявності інвестиційного потенціалу та більшої зацікавленості к проектам СЕС.

При виборі місця розташування майбутньої СЕС для інвесторів є важливими такі фактори: наявність та рівень сонячної радіації, потенціал енергетичних мереж та політика місцевої влади.

Виходячи з наведеної інформації про стан ринку СЕС та фактори на, які звертають увагу інвестори стратегію підвищення прибуткової діяльності енергетичної компанії можна розробити за такими складовими:

1. Перехід компаній з продажу традиційних джерел енергії на впровадження відновлюваних джерел енергії, а саме будівництво та підключення сонячних електростанцій;
2. Дослідження та пошук правильного місця розташування сонячних електростанцій;
3. Домовленість в постачальниками о зниження ціни закупки, або пошук нових постачальників з ціною закупки потрібних комплектуючих нижче ніж у вже існуючих;
4. Заклучення договорів з страховими компаніями о наданні можливості страхування ризиків для інвесторів. В нашій країні найактуальнішим є страхування саме політичних ризиків;
5. Пошук нових ринків для впровадження своєї діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. Бабієв Г. М. Перспективи впровадження нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії в Україні. // Г. М. Бабієв, Д. В. Дероган, А. Р. Щокін // Електричний журн. – 1998. – № 1. – С.63–64.
2. Кудря С. О. та ін. Атлас енергетичного потенціалу відновлюваних та нетрадиційних джерел енергії України // НАН України; Ін-т електродинаміки та ін. Київ, 2001. 41с.

**Гордієнко С. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сучасні глобалізаційні процеси потребують серйозного аналізу розвитку економік країн а також підприємств. Глобалізація економіки впливає з все більш поглибленої взаємозалежності складових суб'єктів світового господарства, з притаманними йому



суперечностями, зростанням єдності, що посилюється в умовах зростання інтернаціоналізації національних економік [4].

Глобальні зміни у світі, зміни в політичній, економічній та діловій діяльності, а також розвиток технологій, транспорту та зв'язку, нав'язують потребу підприємству у боротьбі за виживання, зміни своєї стратегії і вихід за межі власної країни. Обмежений ринок, конкурентний тиск і пошук дешевих ресурсів, змушує керівників підприємств змінити свою спрямованість від традиційних орієнтирів на альтернативні заходи для успішного ведення бізнесу та виходу на світовий ринок, з метою досягнення конкурентних переваг [3].

За на думку вченого-економіста Ансоффа, причини, чому компанія виходить на міжнародні ринки поділяються на 2 групи:

- оперативні потреби: забезпечення матеріалами, обладнанням та технологіями;
- стратегічні потреби: забезпечення непорушності майбутніх змін у зовнішньому навколишньому середовищі, стійке зростання (збереження історичних моделей зростання, збільшення обсягів бізнесу, збільшення темпи зростання) та краща прибутковість [1].

Вихід компаній на світовий ринок стає неминучим не лише через обмеження внутрішнього ринку, а й через глобалізацію; внутрішній ринок все частіше перебуває під загрозою з боку іноземної конкуренції.

Існує кілька конкретних факторів, що сприяють глобалізації та спрямовують підприємства до прагнення розвитку та зростання саме через міжнародні та глобальні операції:

- політичні зміни;
- розвиток обчислювальної техніки та зв'язку;
- конкуренція;
- розвиток ринків збуту.
- витрати [3].

Глобалізація — це світовий тренд, завдяки якому економіки світу втрачають свої межі і з'єднуються між собою. Компанії більше не обмежені кордонами своєї країни і можуть здійснювати широкий спектр ділової діяльності по всьому світу. Багато міжнародних компаній закупають сировину, здійснюють виробництво або проводять дослідження у різних країнах світу.

Торгівельні бар'єри послаблюються і глобальна торгівля між країнами товарами та послугами зростає швидше, ніж вітчизняне виробництво. У результаті цього компанії не можуть знати, чи успіх на внутрішньому ринку призведе до негайної прибутковості [2].

Глобалізація виробництва відноситься до стратегій компанії, що хоче знайти постачальників сировини, місце виробництва продукції і покупців товарів та послуг з різних місць і країн світу. Компанії роблять це для того, щоб зменшити загальні витрати і тим самим поліпшити якість або покращити функціональність продукту для отримання більшого прибутку і більшої частки ринку.

Для цього потрібна диференціація товарів і послуг для різних країн для збереження смаків та уподобань їх споживачів, але також диференціація має враховувати різні канали

збуту, управління людськими ресурсами та державні норми. Тому впровадження диференціації товарів та послуг на місцевих ринках створює додаткові витрати і вони також можуть призвести до збільшення витрат для компанії і зростання ціни продукту.

Також стратегія, яку обере для себе компанія залежить від конкуренції, можливості скорочення витрат та важливості адаптації на місцеві ринки [4].

Транснаціоналізація насамперед вигідна державам донорам, які таким чином хочуть забезпечити свої інтереси: високий рівень життя населення, збільшення впливу своєї держави через зміцнення своїх транснаціональних компаній і отримання ними високих прибутків.

Збільшення кількості та зростання ролі транснаціональних компаній несе деякі вигоди національним підприємствам: використання зарубіжного досвіду та технологій для власного виробництва, залучення для економіки додаткових фінансових ресурсів на міжнародній арені, використання нових методів організації і управління підприємством [2].

Провідні транснаціональні компанії світу у все більшій мірі впливають на функціонування і розвиток міжнародної економіки і саме через діяльність таких компаній розвинені країни можуть впливати на економіки інших країн.

Отже, глобалізація на сучасному етапі є невід'ємною частиною процесу розвитку міжнародної економіки який містить певні переваги але у більшості випадків ризику та загрози для розвитку національних підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ансофф, Н. Я . 1984. Впровадження стратегічного управління . Prentice-Hall International, Englewood Cliffs, Нью-Джерсі.
2. Швиданенко О. А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти: [монографія]. – К.: КНЕУ, 2007. – 312 с.
3. Десс, Г., Лампкін, GT, і Тейлор, М . 2004. Стратегічний менеджмент: створення конкурентних переваг
4. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі – Х.: ІНЖЕК, 2006 – 496 с.

**Димарчук К. І.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ**

Трудова міграція жителів України – це проблема у рішенні якої варто звернути увагу. Доволі розповсюджена міграція серед громадян віком від 18 до 50 років.

Згідно з офіційних даних, на міграційні процеси в Україні значною мірою впливають такі події, як бідність та безробіття. До того ж у людей, віком з 18 до 30 років, що від'їжджають за кордон, є більше перспектив в пошук роботи та вони мають більші можливість отримати громадянство тієї країни, де вони працюють.

Серед найголовніших причин трудової міграції жителів України, доцільно буде виділити наступні: безробіття та низька заробітна плата

За дослідженнями офіційного комітету статистики за останні роки майже 1,2 млн. осіб виїхали з України для працевлаштування в країнах Євросоюзу. За офіційною статистикою Міністерства закордонних справ ця цифра становить 2 млн. осіб, а за показниками Міністерства праці вона наближена до 3 млн. осіб, за статистикою Інституту демографії НАНУ ця цифра приближена до 2,7 млн. осіб. Це говорить про вагомі втрати економічного потенціалу нашої держави.

Згідно з офіційними порталом Верховної ради України, в Польщі кожного року працює приблизно 500 тис. українців, в Чехії – 210 тис., в Словачії – 30 тис., в Португалії – 150 тис., в Угорщині – 30 тис., в Іспанії та в Італії – майже по 100 тис, а в Греції майже 50 тис.

Серед українських працівників-мігрантів найпоширенішими видами робіт є: сільське господарство (збір сезонних овочів і фруктів), сімейне господарство (прибирання домівок, готування їжі, доглядання дітей та людей похилого віку), галузь торгівлі та сервісу (у т.ч. готельний бізнес). Виїжджають закордон працівники не тільки робітничих професій, а і висококваліфіковані спеціалісти – педагоги, фахівці в області медицини, науки, ІТ-спеціалісти [1].

Українці, що виїжджають на заробітки, не сприяють поповненню пенсійного і соціального фондів, через відсутність відрахувань від заробітної плати заробітчан, яку вони отримують в інших країнах.

Так, за даними соціологічного опитування, проведеного Західноукраїнським Центром «Жіночі перспективи» у місті Львів, серед українських заробітчан в Італії, з-поміж причин, які вимушували їх до виїзду за кордон, були зазначені: низька заробітна плата – 52,8%, безробіття – 31,7%, необхідність повернення боргів – 29,7%.

В Україні зростає також питання покинутих дітей заробітчан. Після від'їзду одного з батьків перед дитиною виникає проблема емоційного дефіциту. Конфронтація між дітьми мігрантів та самими мігрантами іноді набуває соціальних та психологічних форм.

На думку уповноваженого з прав людини, завданням у напрямі подолання трудової міграції в Україні має стати здійснення виваженої економічної політики, орієнтованої передусім на скорочення рівня бідності та безробіття, підвищення заробітної плати у складі доходів жителів, забезпечення стабільного зросту національної економіки і повільне наближення доходів громадян України спершу до рівня сусідніх країн (Словаччини, Польщі, Угорщини), а з часом і до рівня доходів як у Греції, Португалії та Італії, економіка яких зараз поглинає велику частку українських мігрантів-заробітчан. [2]

Таким чином, для розв'язання проблем трудової міграції в Україні, необхідно, по-перше вирішити питання про підвищення заробітної плати; по-друге, розв'язати соціальні питання пов'язані із збагаченням змісту роботи, дотриманням умов колективних договорів і угод щодо цього [2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Дорошенко Л. С. Демографія: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ. 2005. 112 с.
2. Марков І. Соціальне обличчя українських трудових мігрантів «Жіночі перспективи». *Українська трудова міграція в розширеній Європі*. Київ. 2005. С. 76- 103.

**Долгова А. В., Стасюк Ю. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ЗАРУБІЖНІ МОДЕЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЇХ ЕЛЕМЕНТІВ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ**

Вибір певної моделі менеджменту є одним із найвизначніших питань, які зустрічаються у процесі управління організацією. Поняття «модель менеджменту» означає чітко вибудоване уявлення про те, як має виглядати система управління на підприємстві, які вона має шляхи впливу на об'єкт управління, і як може змінюватися під впливом зовнішнього середовища. У процесі функціонування організації модель може змінюватися, прогресувати, формуючись протягом багатьох років. Отже, модель менеджменту має органічно вписуватися та відповідати певній культурі, традиціям та духу населення країни, в якій вона формується. Так виникають національні моделі менеджменту, які представляють собою сукупність управлінських рішень на типовому підприємстві країни.

Найбільш поширеними прикладами національних моделей менеджменту є американська, японська та європейська моделі, кожна з яких має свої особливості, що виникли під впливом низки факторів.

Характерною особливістю американської моделі управління є спрямованість на індивідуальність. Керівники невеликих компаній зазвичай віддають перевагу особистому спілкуванню з кожним із підлеглих, підкреслюючи тим самим індивідуальність кожного працівника. Ефективний менеджер повинен підібрати для кожного працівника особливий підхід в управлінні, допомагати у розв'язанні повсякденних питань та сприяти кар'єрному зростанню робітника [1].

Особливістю європейської моделі менеджменту є поєднання різних національних моделей управління країн Європейського союзу. Загалом, відмінність між американською та європейською моделями менеджменту не є значною, адже Європа і США мають досить схожі культури, що зумовлює швидкий обмін досвідом управління між ними. Однією з найвизначніших відмінностей європейської моделі менеджменту є те, що навіть невеликі дочірні підприємства та організації, хоча й функціонують у рамках великих компаній, зберігають відносну самостійність дій. Ця самостійність стосується як прийняття фінансових та виробничих рішень, так й інноваційної діяльності. Особливістю європейської моделі управління також є значна концентрація на процесі цілепокладання, зборі та структуризації інформації, а також обережності в прийнятті важливих рішень.

Швидке відновлення економіки Японії в другій половині XX ст. певною мірою пов'язане із японською системою управління, заснованою на морально-психологічних важелях впливу на особистість. Стабільність трудових ресурсів, низька плинність кадрів, гарантія зайнятості та атмосфера довіри між працівником та роботодавцем – це все позитивні аспекти системи довічного найму, яка є характерною для Японії. Також для японської моделі управління характерна відкритість корпоративних цінностей, постійна присутність керівництва на виробництві, чистота та охайність робочих місць, що зумовлює орієнтацію на якість виконаної роботи [3]. В цілому японський менеджмент орієнтований

на покращення людських відносин в колективі за рахунок високої узгодженості дій, взаємодовіри між різними рівнями працівників, високих моральних цінностей та стабільності трудової діяльності.

Розвиток теорії та реалізація практики українського менеджменту відбувається під впливом сучасних шкіл та теорій менеджменту й накопиченого вітчизняного й світового досвіду. Звісно, що серед цих трьох факторів впливу найбільша перевага віддається саме досвіду західних країн, але при цьому не завжди враховується український менталітет. На сучасному етапі розвитку український менеджмент стикнувся з низкою питань, які потребують суттєвого опрацювання та вирішення, зокрема: економія на співробітниках (нерегулярні виплати винагородження), несерйозне відношення до працівників нижчого рангу, несвоєчасні виплати заробітної плати, наявність системи штрафів, неналежні умови праці тощо. На невизначеність моделі українського менеджменту також впливають такі фактори, як невміння імпортувати новітні технології, низьке залучення вітчизняного інтелектуального потенціалу, відсутність на багатьох підприємствах чітко прописаного кодексу корпоративної культури та іншого [2].

Для українського менеджменту цілком корисно було б перейняти певні риси американської, європейської та японської моделей менеджменту. Використання у своїй практиці досвіду інших країн допомогло б вирішити низку проблем, але при цьому слід враховувати також особливості українського менталітету та культури. Так, корисним було б застосування американського принципу підкреслення індивідуальності кожного з робітників, це допомогло б зблизити керівника і підлеглого, тим самим підвищити рівень довіри та співпраці між ними. З японської моделі українські менеджери могли б перейняти відношення до комфорту на робочому місці, підвищення рівня поваги до корпоративних цінностей, а також високий рівень відданості робітника своїй компанії. Застосування певних рис європейської моделі менеджменту було б корисним для більш маленьких українських організацій, або дочірніх підприємств. Завдяки запозиченню деяких принципів цієї моделі управління, вітчизняні організації могли б досягти більш високого рівня ефективності визначення цілей, прийняття важливих рішень та виконання управлінських розпоряджень.

Загалом поняття моделі менеджменту є досить динамічним, адже немає чіткої структури управління для того чи іншого підприємства. Для України було б дуже корисним не тільки переймання деяких рис іноземних моделей менеджменту, але й розробка своїх інноваційних рішень у цьому питанні, адже система управління буде ефективною лише у тому разі, коли відповідатиме національним особливостям країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Перегудова С.А., Агафонова М.С. Особенности американской модели управления. *Современные наукоемкие технологии*. 2014. № 7-2. С. 134-134.
2. Фединець Н.І. Сучасна модель менеджменту в Україні та її вплив на механізм управління персоналом туристичного підприємства. *Інноваційна економіка*. 2020. № 5-6. С. 83-88.
3. Северина С.В. Характерні методи управління японськими та американськими підприємствами та можливість їх впровадження на українських теренах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 8. С. 146-148.



**Доля О. В., д-р екон. наук Семенча І. Є.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ  
НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Основою багатьох економічних показників господарської діяльності виробництв є техніко-організаційний ступінь виготовлення, що означає властивості та зміст товарів і застосовуваної техніки, прогресивність технологічних процесів, технічна і енергетична озброєність праці, рівень концентрації, кооперування і маневрування, час виробничого процесу і ритмічність виробництва, міра організаційного виробництва і управління. Що стосується технічної складової виробництва, то безпосередньо воно не є предметом економічного дослідження. Зазвичай економічні ознаки досліджуються в певній кооперації з технологією виготовлення та його асоціацією. господарської та технологічної діяльності.

Варто зазначити, що явища та процеси що відбуваються у господарській діяльності підприємств перебувають у взаємозв'язку, залежності один від одного і обумовленості. Одні серед них безпосередньо зв'язані між собою, інші – опосередковано. Значний вплив на величину валової продукції мають наступні чинники, такі як: чисельність працюючих та їх рівень продуктивності. Всі інші фактори мають вплив на цей показник опосередковано [1].

Кожне явище можна розглядати як причину і як наслідок. Для прикладу, результативність праці можна аналізувати, з однієї сторони, як підставу зміни обсягу виробництва, рівня її собівартості, а з іншої – як результат зміни ступеня механізації і автоматизації виробництва, вдосконалення продуктивності праці тощо.

Метою дослідження є економічні причини впливу на результативність роботи підприємства. Кожен результативний показник залежить від численних і багатоманітних чинників. При детальному дослідженні зазначених факторів щодо результативного показника ми можемо дати точний результат аналізу та оцінити якість роботи підприємств. Один з найважливіших методологічних питань в дослідженні господарської діяльності є вивчення та визначення впливу факторів на величину досліджуваних економічних показників. Дуже важко зробити певні висновки без вивчення зазначених факторів щодо результатів дослідження діяльності та виявити резерви виробництва, мотивувати плани й управлінські рішення [2].

Узагальнена ознака формується під впливом певних економічних та інших факторів. Що являють собою фактори? Фактори – це елементи та причини, що мають вплив на заявлені ознаки чи низку таких показників. Економічні фактори та економічні категорії мають відображення показників, а також їм притаманний об'єктивний характер.

Від об'єктивно зумовлених чинників необхідно намагатися знайти особистий вплив на умови, інакше кажучи організаційно-технічні моменти, які можна здійснити, та з допомогою яких можна впливати на певні елементи, що визначають даний показник. В економічному аналізі умови здатні мати різну класифікацію та ознаки. Наприклад, умови можуть бути

абстрактними, іншими словами, що мають вплив на низку ознак. Або можуть бути приватними, особливими для всякого показника. Об'єктивний, тобто неупереджений характер багатьох умов аргументований взаємозв'язком і спричиненням, що існують між відокремленими даними [3].

Виходячи із призначення дослідження продуктивної діяльності значенням, що заслуговує особливої уваги є поділ умов на внутрішні і зовнішні. Існують внутрішні основи, це фактори, що означають наслідок роботи підприємства. Є внутрішні не основні умови, які також визначають роботу, але не пов'язані безпосередньо з характеристикою досліджених даних: це певні зміни у складі товару, зміна господарської та технологічної діяльності. Зовнішні обставини не перебувають під впливом від виробництва, але визначають рівень володіння виробничими та матеріальними ресурсами затвердженого виробництва. Варто зазначити, що соціальне положення є залежним від виробництва виробничого колективу, тому що вони є чинниками налагоджування громадського розвитку підприємства. Зовнішньоекономічні умови не є виключенням.

Таким чином, значна кількість розглянутих умов мають у складі кілька складових. Бувають такі, що не мають складових одиниць чогось цілого. У зв'язку з цим умови діляться на складні (комплексні) та прості (елементні). Ознакою складних є результативність праці, а простих – чисельність робочих днів у звіті.

Необхідно відмітити, що деякі умови здійснюються без посередництва чого-небудь та мають вплив на показник, інші є навпаки – непрямыми. Відповідно розділяють чинники на перший, другий, третій рівень. До першого входять ті, що мають безпосередній вплив на кінцевий результат. До факторів другого рівня відносять умови, що означають результат, при допомозі умов першого рівня. Тривалість робочого дня належить до третього порядку [4].

Судячи з дослідження роботи виробництва як розрахункових об'єктів та поліпшення точності методів їх аналізу, можна виділити низку важливих питань, а саме: оновити найголовніші показники від впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, проаналізувати прийняті рішення для оцінки дієвості діяльності підприємства та обґрунтування рівня матеріального заохочення, також буде доречним відобразити власні досягнення трудових колективів виробництв.

#### **Список використаних джерел:**

1. Виханский О.С. Стратегічне управління: підручник. 2-е вид-во. М. : Гардарика, 1998. 296 с.
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. 580 с.
3. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент організації: Навчальний посібник. К. : Кондор, 2005. 860 с.
4. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. К. : Академвидавн, 2005. 608 с.

Дробчак М. О.

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сталий розвиток економіки залежить від безлічі факторів, найважливішим серед яких є розвиток малого підприємництва, яке сприяє структурній перебудові економіки, зміцненню економічної бази регіонів, збільшує загальні обсяги виробництва і роздрібного товарообігу, відбудовує сприятливе середовище для розвитку конкуренції, забезпечує зайнятість значної частини населення, стимулює науково-технічний прогрес. Важливим є той факт, що суб'єкти малого та середнього бізнесу завжди намагаються віднайти нестандартні рішення і нетипові шляхи подолання певних труднощів. Вони характеризуються ініціативністю та підприємливістю. Отже, малий та середній бізнес є тим базисом, на якому будується економіка багатьох розвинених країн, а їх створення є проявом економічної активності населення.

Але, незважаючи на той факт, що малі та середні підприємства дуже позитивно впливають на розвиток економіки, вони постійно стикаються з низкою проблем: високі податки, слабкість матеріально-фінансової бази, недосконале налагодження системи обліку та статистичної звітності, безглуздість послуг інформативного та консультативного характеру [1].

Однак, крім того, сьогодні деякі перешкоди для розвитку малого та середнього бізнесу виникають через прогресуючу у світі глобалізацію, яка наразі є одним із вирішальних процесів для розвитку світової економіки. В епоху глобалізації відбуваються певні зміни у економіках світу, які створюють як нові перспективи, так і деякі проблеми і перешкоди для малого та середнього підприємництва України.

Особливістю глобалізації є те, що вона автоматично не зорієнтована на рівномірний розподіл у світі економічних вигод від свого поширення, які передусім зосереджуються у економічно розвинених країнах, до яких не відноситься Україна [2]. У розрізі малого та середнього підприємництва глобалізація світової економіки, як відомо, з одного боку, створює певні можливості розвитку, а з іншого – має також і негативні наслідки, до яких крім нерівномірного розподілу переваг між країнами можна віднести: посилення конкуренції і нестабільності в умовах високого ступеня взаємозалежності національних економік; нестабільна ринкова кон'юнктура та високі темпи вдосконалення виробничих і технологічних процесів, які передбачають збільшення витрат на науково-дослідницькі та конструкторські розробки. Таким чином, близько 50% малих підприємств зачиняються у перші два роки діяльності, а успіху досягають лише 15%.

Глобалізація створює так званий «великий ринок», що, здавалось би, значно урізноманітнює напрями діяльності малих та середніх підприємств, оскільки об'єктивно з'являється набагато більше споживачів певної, можливо, специфічної продукції чи

послуг. Таким чином, розширюється і ринок збуту. Проте разом з цим посилюється конкуренція, яку не тільки малі, але й великі підприємства країн, що розвиваються, до яких відноситься Україна, просто не в змозі витримати. В результаті цього виникає надлишок більш дешевої імпоротної продукції на вітчизняному ринку, що не дозволяє розвиватися малому і середньому бізнесу нашої країни і частково дестабілізує економіку.

Також не варто залишати без уваги той факт, що однією з основних характеристик глобалізації є інформаційна революція та прискорення технологічних змін. Пов'язані з цим ризики також часто мають серйозні наслідки для бізнес-показників як великого, так і малого бізнесу.

З соціально-економічної точки зору, за умови постійних змін у технології виробництва, теоретично може виникнути така ситуація, за якої у підприємств буде потреба в порівняно невеликій кількості робітників, що в результаті призведе до безробіття, серед наслідків якого можна назвати зменшення ВВП країни, погіршення загального рівня життя населення та посилення соціальної напруги. Все це вплине на сукупний попит, що, в першу чергу, негативно відіб'ється власне на малому та середньому підприємстві.

Незважаючи на те, що такий швидкий технологічний розвиток є дуже добрим стимулюючим фактором, велика кількість суб'єктів малого і середнього підприємництва об'єктивно не зможуть наздоганяти певні світові інноваційні процеси і, врешті-решт, не витримають конкуренції з боку більш «успішних» малих чи середніх підприємств. У такому випадку ці суб'єкти господарювання розвиватимуться не суцільно, а лише частково. Тому має вдосконалюватися система бізнес-підтримки, під якою розуміються заходи, зорієнтовані на сприяння глобальному розвитку.

Отже, можна зробити висновок, що глобалізація економіки корегує розвиток та діяльність абсолютно всіх суб'єктів господарювання. Це стосується і малого та середнього бізнесу. Перехід економіки України до глобального рівня потенційно може супроводжуватись виникненням певних проблем та перешкод для розвитку малих та середніх підприємств, тому всі дії, націлені на подолання несприятливих наслідків глобалізації зобов'язані відповідати принципу синтезу, коли з окремих компонентів створюється великий механізм, тому що нині, в контексті глобалізації, малий бізнес все ж таки розглядається як невід'ємний елемент міжнаціональної взаємодії [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Мексон М. Основы менеджмента / М. Мексон, М. Альберт, Ф. Хедуори. – М. : Дело, 1997. – 704 с.
2. Міжнародна економіка : навч. посіб. / [Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська та ін.] ; за заг. ред. С. М. Макухи. – Х. : Право, 2012. – 192 с.
3. Кириченко О. А. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О. А. Кириченко, К. Г. Ваганів // Актуальні проблеми економіки. – 2008.— №1. – С. 103 – 126.
4. Гринько Т.В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств. *Економіст*, 2010. – №2. – С. 56-58.

**Загинайло В. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **РИЗИКИ ПРИ ПЛАНУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Для функціонування будь-якого підприємства необхідним є ретельне та завчасне планування його діяльності, розробка та обґрунтування цілей, пошук найкращих способів їх досягнення тощо. В більшості випадків, уникнути ризику в діяльності підприємства майже неможливо. Також, керівники підприємств далеко не завжди мають змогу вдало вийти з ризикових ситуацій, і це, зазвичай, призводить до негативних наслідків. Тому дуже важливо знати ризики, з якими можна зіткнутися в процесі планування діяльності підприємства та вміти переорієнтовувати їх собі на користь.

Доцільно відмітити, що «ризик прийнято розглядати як ситуацію, вірогідність чи подію. Водночас ризик – це ймовірність відхилення наявного результату від очікуваного» [1]. Це пояснюється тим, що при прийнятті рішень керівник оперує двома альтернативними варіантами: один з них є ризикованим, другий – надійним. Останній, в свою чергу, є гарантом збереження вже досягнутих раніше результатів, в той час як ризикований варіант може принести як позитивні так і негативні наслідки. Саме через таку невизначеність у керівників підприємств все частіше з'являється необхідність детального вивчення ризиків, щоб мінімізувати помилки при плануванні діяльності підприємства.

Класифікація ризиків є дуже обширною та багатоланковою. «На сьогоднішній день в зовнішньоекономічній діяльності нараховується близько 150 видів ризиків» [2]. Вважаємо, що для розуміння важливості розгляду ризиків при плануванні діяльності підприємства, необхідно зупинитися на характеристиці деяких елементів класифікації ризиків.

Окремим видом ризику, що здійснює вагомий вплив на економічні результати діяльності підприємства є валютний ризик. Він базується на недоотриманні підприємством доходів через раптову зміну курсу обміну іноземної валюти. Цей ризик найчастіше виникає в ситуації, коли підприємство веде активну зовнішньоекономічну діяльність, наприклад, займається імпортом сировини, товарів та іншої продукції або виступає експортером готової продукції для іноземних споживачів.

Одним із найважливіших елементів класифікації ризиків є фінансовий ризик. «За сучасних умов невизначеності і високої динамічності зовнішнього середовища фінансове планування набуває особливої актуальності як інструмент забезпечення фінансової рівноваги підприємства. В якості такого інструменту останніми роками все більшого розповсюдження серед вітчизняних науковців набирає концепція ризикоорієнтованого фінансового планування» [3]. Тобто, дана концепція полягає, перш за все, в оцінці рівня ризику та визначенні ймовірності його настання і, звідси, у врахуванні даного ризику в процесі фінансового прогнозування та планування.



Також, одним з головних ризиків являється ціновий ризик. Він полягає у тому, що будь-яке підприємство, в процесі своєї діяльності може зіткнутися з можливими фінансовими втратами через зміну цінових індексів на активи.

Ще одним вагомим елементом класифікації ризиків є інноваційний ризик, що часто виникає в процесі прийняття рішень керівництвом того чи іншого підприємства щодо вкладення тимчасово вільних коштів у виробництво абсолютно нового виду продукції. У цьому випадку існує вірогідність того, що новий товар не знайде попиту на ринку, на який сподівається керівництво підприємства. В більшості випадків, даний вид ризику виникає в ситуації, коли у виробництво впроваджується більш дешевий, порівняно з попереднім, метод виготовлення продукції, або коли не відбувається реконструкція та модернізація старого обладнання при виробництві абсолютно нової продукції.

Звичайно, перелічений вище список видів ризику не являється повним. Адже при плануванні діяльності підприємства необхідно враховувати всі можливі ризики, зокрема: «ризики стихійних явищ, криміногенний ризик, ризик несвоєчасного здійснення розрахунково-касових операцій та ін.» [1]. Також не варто оминати ризики, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, такі як: ризики, що пов'язані з вибором іноземних партнерів, з митним регулюванням, з вибором країни для зовнішньоекономічної співпраці, комерційні, транспортні ризики тощо.

Отже, управління ризиками та врахування їх під час планування діяльності підприємства є необхідним процесом. «Основне завдання підприємця в цій сфері – знайти варіант дій, що забезпечує оптимальне для даного проекту поєднання ризику та прибутку з огляду на те, що чим прибутковіший проект, тим вищий ступінь ризику під час його реалізації» [2]. Тому, ефективна діяльність підприємства головним чином передбачає не уникнення ризиків, а пошук способів та методів управління ними задля адаптації до мінливого зовнішнього економічного середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Швець Ю. О. Ризики в діяльності промислових підприємств: види, методи оцінки та заходи подолання ризику. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 17. Ч. 2. С. 131–135. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/22385>.
2. Герасимова Н. Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. *Матеріал конференції Національного університету харчових технологій*. 2014. Ч. 3. С. 236–237. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/18805>.
3. Проценко Я. В. Ризикоорієнтованість у розвитку фінансового планування на підприємстві. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 2 (52). С. 108–113. URL: [http://www.evd-journal.org/download/2018/2\(52\)/EVD\\_2018-2-108-113.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2018/2(52)/EVD_2018-2-108-113.pdf).

**Загинайло В. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

На сьогоднішній день, розвиток малого та середнього підприємництва здійснює вагомий вплив на зростання обсягів виробництва у регіоні, в якому знаходяться ті підприємства, які впливають на наповнення місцевого бюджету та бюджету країни, на соціальну та політичну стабільність у суспільстві, на доходи населення тощо. Так, лише за I півріччя 2020 року надходження податків і зборів від суб'єктів підприємництва до бюджетів усіх рівнів становить 9,7 млрд. грн., що на 7,78% більше порівняно з аналогічним періодом 2019 року» [1]. Ці процеси відбуваються завдяки тому, що малий та середній бізнес є більш динамічним та набагато легше пристосовується до споживчого попиту і, звідси, досить легко трансформується до нових вимог суспільства, на відміну від великого бізнесу. Тому важливим елементом розвитку регіону є розвиток у ньому малого та середнього підприємництва.

На Дніпропетровщині цьому питанню присвячена цільова програма Департаменту економічного розвитку Дніпропетровської облдержадміністрації. Програма сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, вона була створена у 2018 році з метою сприяння розвитку малого і середнього підприємництва, створення сприятливих умов для відкриття, ведення і зростання малого і середнього підприємництва шляхом консолідації зусиль усіх зацікавлених сторін, а це в свою чергу забезпечить соціально-економічний розвиток області та підвищить рівень життя населення [1].

Для того, щоб більш детально побачити реальну ситуацію в області щодо малого та середнього підприємництва, нами проведено аналіз звітності про виконання паспорту вищезазначеної бюджетної програми в динаміці за три останніх роки. Далі наведена таблиця результативних показників бюджетної програми в динаміці за три останні звітні періоди. Для спрощення викладу матеріалу, в таблиці вказано показники за перший аналізований звітний період (2018 рік) та за останній (2020 рік).

Як можна побачити, у 2020 році було досить велике відхилення показників якості, воно обумовлено запровадженням карантинних обмежень пов'язаних з COVID-19, у зв'язку з чим значна кількість підприємств та фізичних осіб–підприємців були вимушені обмежено працювати, а в деяких випадках припинити свою діяльність. Отже, проаналізувавши звіти з виконання бюджетної програми розвитку малого та середнього бізнесу, я можу зробити висновок, що епідемія COVID-19 спричинила негативний вплив на результативні показники програми у 2020 році.

Але, все ж таки, є і позитивна статистика: так, на 01 липня 2020 року, за даними Головного управління державної податкової служби у Дніпропетровській області [3], зареєстровано 132,8 тис. фізичних осіб–підприємців, 37,8 тис. одиниць малих підприємств та 313 одиниць середніх підприємств. Тому саме малий та середній бізнес – це сфера забезпечення зайнятості населення та створення нових робочих місць.

## Том 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Таблиця 1. Результативні показники якості

| Показники                                                                                | Одиниця виміру | Джерело інформації             | Звітний період | Затверджено паспортом бюджетної програми на звітний період | Виконано за звітний період (касові видатки/ надані кредити) | Відхилення |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------|
| Питома вага малого підприємництва в обсязі реалізованої продукції                        | %              | Розрахунок                     | 2018 рік       | 17,0                                                       | 15,0                                                        | - 2,0      |
|                                                                                          |                |                                | 2020 рік       | 15,5                                                       | 15,6                                                        | 0,1        |
| % збільшення кількості малих підприємств в регіоні в порівнянні з попереднім роком       | %              | Розрахунок                     | 2018 рік       | 4,0                                                        | 4,1                                                         | 0,1        |
|                                                                                          |                |                                | 2020 рік       | 2,5                                                        | 0,2                                                         | - 2,3      |
| % збільшення кількості середніх підприємств в регіоні в порівнянні з попереднім роком    | %              | Розрахунок                     | 2018 рік       | 7,7                                                        | 1,5                                                         | - 6,2      |
|                                                                                          |                |                                | 2020 рік       | 2,5                                                        | 9                                                           | 6,5        |
| % збільшення кількості фізичних осіб – підприємців в порівнянні з попереднім роком       | %              | Розрахунок                     | 2018 рік       | 1,9                                                        | 0,6                                                         | - 1,3      |
|                                                                                          |                |                                | 2020 рік       | 3                                                          | - 0,6                                                       | - 3,6      |
| % збільшення працюючих на малих підприємствах в порівнянні з попереднім роком            | %              | Розрахунок                     | 2018 рік       | 1,5                                                        | 1,5                                                         | 0,0        |
|                                                                                          |                |                                | 2020 рік       | 3                                                          | - 0,05                                                      | - 3,05     |
| % збільшення працюючих на середніх підприємствах в порівнянні з попереднім роком         | %              | Розрахунок                     | 2018 рік       | 2,9                                                        | 2,9                                                         | 0,0        |
|                                                                                          |                |                                | 2020 рік       | 2                                                          | - 0,04                                                      | - 2,04     |
| Кількість підприємців які пройдуть підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації | од.            | Внутрішньо-господарський облік | 2020 рік       | 1000                                                       | 266                                                         | - 734      |

Джерело: розроблено автором за даними [2]

На сьогоднішній день створена нова Програма розвитку малого та середнього підприємництва в Дніпропетровській області на 2021–2022 роки [1]. У Програмі визначено пріоритетні напрями та основні завдання розвитку малого і середнього підприємництва області на 2021–2022 роки, шляхи та механізми їх реалізації. Програма ґрунтується на аналізі основних показників соціально-економічного розвитку області за попередні роки, зокрема сфери розвитку підприємництва, визначення основних зовнішніх та внутрішніх чинників, що стримують розвиток малого і середнього підприємництва, і визначає основні цілі та пріоритети щодо підтримки малого і середнього підприємництва в області, а також заходи щодо їх досягнення.

### Список використаних джерел:

1. Цільові програми Департаменту економічного розвитку. *GOV.UA Державні сайти України*: [сайт]. URL: <https://adm.dp.gov.ua/dniprooda/pro-oda/departamenti-ta-upravlinnya/departament-ekonomichnogo-rozvitku/cilovi-programi-econom-rozvit> (дата звернення: 21.01.2021).
2. Про паспорти бюджетних програм. *GOV.UA Державні сайти України*: [сайт]. URL: <https://adm.dp.gov.ua/gromadyanam/pamyatki-ta-poradi/byudzhets/pasporti-byudzhetnih-program> (дата звернення: 21.01.2021).
3. Головне управління державної податкової служби в Дніпропетровській області. *Офіційний портал*: [сайт]. URL: <https://dp.tax.gov.ua/dfs-u-regioni/golov-upr/> (дата звернення: 21.01.2021).

**Зайченко Р. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ  
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

В умовах розвитку сучасної економіки туристичним підприємствам дуже важливо створювати позитивний імідж та надавати конкурентний турпродукт туристам. Одним з способів підвищення привабливості туристичного продукту є скорочення його собівартості.

В першу чергу керівнику турпідприємства необхідно налагодити роботу всіх відділів, ефективно задіяти їх в роботі. Також необхідно стежити за розподілом та обліком витрат туристичного підприємства, так як це є однією з важливих проблем формування собівартості турпродукту. Як економічна категорія собівартість є основою для формування ціни турпродукту. Діяльність туристичних підприємств в основному пов'язана з експлуатаційною діяльністю, тому вона відрізняється від промислових підприємств. Як правило і структура їх витрат різна, але є і схожість. Наприклад, витрати на виробничу діяльність включають витрати на:

- основні матеріали, не рахуючи відходи;
- утримання, експлуатацію та ремонт господарського оснащення;
- електроенергію, опалення, водопостачання та інші комунальні послуги;
- амортизацію;
- зарплату, відрахування на соціальні потреби, відрядження [1].

У собівартість включаються витрати на формування, просування і реалізацію туристичного продукту або послуги. Витрати, які відносяться до виробничого процесу, це виробничі витрати – на створення туристичного продукту, комерційні витрати – на просування і реалізацію туристичного продукту. Для розрахунку собівартості підсумовують виробничі і комерційні витрати.

Витрати ще прийнято поділяти залежно від способу включення в собівартість турпродукту. Це можуть бути як прямі витрати, які пов'язані з виробництвом турпродукту, так і накладні витрати, пов'язані з діяльністю туристичного підприємства. Зокрема з організацією та управлінням виробництвом турпродукту їх розрахунок проводиться за допомогою спеціальних методів. Сукупність способів і методів розрахунку собівартості прийнято називати калькулюванням, і його відносять до числа особливостей діяльності в галузі туризму. Під час калькуляції відбувається розподіл витрат між об'єктами калькулювання.

На підставі прийнятих методів і способів розрахунку витрат на собівартість турпродукту складається калькуляційна картка. Як правило, в даних картках вказуються всі статті витрат. Фактичну собівартість туристичного маршруту або туру отримують помноживши отриману суму витрат з калькуляційної картки на кількість осіб в групі. А вже до фактичної собівартості турпродукту додають величину планованого прибутку, після чого вартість туру з урахуванням закладеного прибутку множиться на ставку ПДВ. При прийнятті рішення про встановлення остаточних цін на турпродукт враховуються

додаткові чинники, наприклад ціна повинна бути гнучкою, цінова політика формуватися з урахуванням сезонної диференціації цін і тарифів, ціна не повинна викликати у потенційних клієнтів негативних емоцій, вплив ціни на макро- і мікрооточення туристичного підприємства. В сучасних умовах більшість турфірм змушені знижувати норму прибутку на туристичний продукт для залучення туристів [2].

Основною метою оптимізації собівартості є збільшення прибутку компанії без збільшення обсягу продажів, зниження цін на турпродукт, зростання конкурентоспроможності, збільшення матеріальної мотивації персоналу, збільшення виплат дивідендів. Оптимізацію собівартості необхідно розглядати як складову і невід'ємну частину процесу управління витратами підприємства та процесу оптимізації управління компанією в цілому. Управління витратами слід розглядати як ключовий вид економічної діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. Гончаренко О.М. Облік витрат та аналіз собівартості туристичного продукту: дис. канд. економ. наук / Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2012. 237 с.
2. Височан О.С. Облік і калькулювання собівартості туристичного продукту: питання об'єкту та номенклатури витрат. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2014. №. 150. С. 110-119.

**Каліберда М. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ:**

**СПІЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА**

Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність українських та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка також включає діяльність державних замовників з оборонного замовлення, яка побудована на взаємовідносинах між ними. Об'єктами зовнішньої торгівлі є товари, до яких належить готова продукція, сировина, напівфабрикати. Також до них відносяться послуги: міжнародний туризм, транспортні, страхові, посередницькі, будівельні операції та ін.

Однією з головних макроекономічних пропорцій, які характеризують стан та розвиток економіки та їх зміни у зовнішньоекономічній діяльності – це співвідношення експорту та імпорту.

У січні-липні 2020 року експорт товарів склав 22 млрд. 912 млн. дол. США, або на 6,4 % менше в порівнянні з січнем-липнем 2019 року, імпорт – 24 млрд. 189 млн. дол. Зменшилося негативне сальдо, порівняно з аналогічним періодом минулого року, воно склало 1 млрд. 276 млн. дол. (в січні-липні 2019 року негативне – 3 млрд. 767 млн. дол.). Таким чином, все йде до того, що об'єми експорту та імпорту можуть зрівнятися.

В експорті товарів за вказаний період першими стали Китай та Польща. Найбільше було продано на зовнішніх ринках зернової продукції, чорних металів і масел рослинного та тваринного походження.



Найбільше товарів імпортовано за ці шість місяців з Китаю та Німеччини. Велику кількість імпортованого склали нафта, продукти її перегонки, машинне обладнання та механізми, палива мінеральні та продукція хімічної промисловості.

Розглянуті дані вказують на те, що суттєвою складовою вітчизняного експорту є сільськогосподарська продукція, а у структурі імпорту більшу частину складають енергоносії.

Основними проблемами розвитку зовнішньої торгівлі є: переважність сировинної структури експорту, переважно споживчими товарами представлений імпорт у нашій торгівельній структурі, в плані експорту присутнє скорочення машинобудування та продуктів металургійної галузі та наразі викликане зменшення орієнтованість України на ринки СНД.

Спільні підприємства використовуються часто у міжнародних економічних відносинах. Вони являють собою господарське і правове співробітництво з іноземними партнерами, що є передумовою створення спільної власності на фінансові та матеріальні ресурси, які використовуються для виконання виробничих, зовнішньоторговельних, науково-технічних та інших функцій.

Спільне підприємство – об'єднання двох корпорацій для реалізації одного проекту. Головною умовою його виникнення є те, що з обох компаній вкладена рівна кількість грошей і витрачена однакова кількість зусиль. Необхідність значних грошових вливань при запуску нового бізнесу – це основна причина, що спонукає їх утворювати цей союз. Такий вид підприємства дозволяє розділити ці обов'язки.

Переваги спільного підприємства: доступ до нових технологій, навичок і здібностей, особливо ринків, що розвиваються, отримати ефективність масштабу за допомогою комбінації активів і операцій, поділитися ризиком великих інвестицій або проектів. Така спільна підприємницька діяльність може здійснюватися на основі інвестиційного (інноваційного) договору та при умові створення юридичної особи, якою є підприємство з іноземними інвестиціями.

Недоліками такої концепції є: втрата грошей, втрата часу, відсутність отримання чогось в обмін на інвестиції, втрата довіри. Тобто, якщо немає взаємної довіри та прийняття термінів, навіть всі укладені договори втрачають своє значення.

Досліджувані та статистичні дані дають можливість з'ясувати, що дві з кожних п'яти угод, які укладаються спільними підприємствами розчиняються в розбраті і тривалість їх діяльності складає менше чотирьох років.

Прикладами спільних підприємств в Україні є компанії «СП Кобза (Україна-Канада)» та україно-американські компанії Чойс Юкрейн та CDMA UKRAINE (Компанія «International Telecommunication Company»).

Розглянувши питання зовнішньо-торгівельної діяльності в Україні можна зробити висновок, що сировинна спрямованість вітчизняного експорту зумовлює слабку позицію України у світовій торгівлі на міжнародних ринках, а вирішення проблеми того, що утворюється негативне зовнішньоторгівельне сальдо лежить частково саме у пошуку альтернативних джерел енергії та розробці власних копалин сланцевого газу. Ці способи

вирішення зможуть допомогти в збільшенні експорту, або як мінімум, того, що з імпортом може бути зрівняння в їх об'ємах.

Однією з умов розвитку підприємства може слугувати подальше створення спільних підприємств, яких використовують великі корпорації, щоб диверсифікувати свою власну діяльність. Їх створення зможе в подальшому спричинити зростання експорту та стабілізацію експортних ринків України.

**Список використаних джерел:**

1. Спільні підприємства: концентрація чи узгоджені дії: Павло Верболюк. Джерело: Юрист&Закон. [Електронний ресурс]: Режим доступу [https://www.asterslaw.com/ua/press\\_center/publications/joint\\_ventures\\_concentration\\_or\\_concerted\\_action/](https://www.asterslaw.com/ua/press_center/publications/joint_ventures_concentration_or_concerted_action/)
2. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. [Електронний ресурс]: Режим доступу <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1a6c6b93-e81a-4112-a65f-fd62d297e82&title=MinekonomroztvkuInitsiiuStvorenniaSpilnikhPidprimstvTaZaprovdzhuInstrumentiSpilnoiDiialnostiVOpk>

**Каліберда М. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Однакові смаки та потреби споживачів різних країн світу є однією з особливостей сучасного світового ринку, що спричиняє виникнення вимог до більш високої якості товарів за нижчою ціною. Взагалі, на теперішній час ми спостерігаємо яскраво виражену еволюцію технологій, яка призводить до поступового зникнення бар'єрів для діяльності підприємств і утворення агресивної конкуренції.

Глобалізація – це складний та багатогранний процес більш всесвітньої економічної інтеграції зумовлений лібералізацією торгівлі та руху капіталів, зростання темпів технологічного процесу та формування інформаційного суспільства.

Які фактори включає в себе розвиток підприємства? Розвиток підприємства – це конкретні результати систематичних перетворень у всіх системах та підсистемах у відповідності встановлених напрямів та різноманітні процеси, метою яких є забезпечення постійної динаміки позитивного характеру у рівні якості організаційного утворення.

На даний час існує велика проблема для розвитку економіки України, яка полягає в тому, що вона перебуває у складних умовах і це спричинює найважчий розвиток торгівельної діяльності. Оскільки саме торгівля є одним з ключових аспектів піднесення економічного положення, то при низькому розвитку торгівельної діяльності страждає уся економіка держави. На ці фактори також впливають чинники глобалізації.

Серед основних чинників глобалізації виділяються такі: лібералізація сфери руху товарів та капіталу, розвиток нових фінансових технологій; індивідуалізація, децентрація та диверсифікація виробництва, що базується на новітніх технологічних укладах; виникнення єдиного інформаційного простору.

Розглядаючи ці чинники, можемо зазначити, що інтеграція та зростаюча глобалізація проявляються у збільшенні та прискоренні торгових потоків між країнами, які мають великий вплив на економічний розвиток країн і підприємств.

Сучасний вплив цих двох явищ на розвиток підприємства може спричинити як позитивні так і негативні наслідки, тобто існують дві сторони прояву такого впливу.

Перевагами глобалізації є: принесення користі споживачам (продукти стають дешевше, і ви можете швидше отримати нові товари); дає вам більший ринок (можливість продати більше товарів, заробити більше грошей та створення більшої кількості робочих місць); дозволяє країнам робити те, що у них виходить робити найкраще.

До проблематики глобалізаційного процесу належать: глобальна або регіональна нестабільність; можливість переходу контролю над економікою окремих країн від суверенних урядів до транснаціональних корпорацій або міжнародних організацій.

Експортом, імпортом та зовнішньоторговельним оборотом країни визначає ступінь відкритості економіки. Це фактор, який прискорює розвиток підприємств у міжнародному масштабі.

На період 2020 року, основними зовнішньоторговельними країнами були країни ЄС, Митний Союз (Російська Федерація, Білорусь, Казахстан, Вірменія, Киргизстан), Китай та Туреччина. Експорт товарів і послуг за 2020 рік склав 59,0 млрд дол. (зменшився на 7,8% порівняно з 2019 р.), а імпорт склав 59,3 млрд дол. (зменшився на 12,5% порівняно з 2019 р.). Від'ємним виявилось сальдо зовнішньоторговельного балансу товарів у сумі 4,9 млрд дол. [1].

Падіння попиту на вітчизняну продукцію за кордоном через збільшення конкуренції є однією з головних причин зниження темпів зростання експорту. Але незважаючи на негативні моменти, завдяки впливу глобалізаційних процесів на розвиток підприємств, вони підвищують свою конкурентоспроможність, впроваджуючи інноваційні процеси.

Розв'язання проблем, пов'язаних з інноваційним розвитком національних підприємств, вимагає на державному рівні реалізації заходів, спрямованих на:

- впровадження дієвої програми, метою якої є стимулювання інноваційної активності підприємств;
- розробку і впровадження системи державних гарантій інновацій, що направлені на застосування сучасних технологій;
- залучення коштів іноземних інвесторів.

Отже, глобалізація економічних процесів – це таке явище, яке має вплив на всі напрямки підприємства. Основним критерієм або фактором успіху підприємств буде створення унікального продукту або послуги, розуміння її цінності для споживача. Тобто, важливим є те, наскільки задоволений споживач наданою послугою або товаром та їх якістю.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.kmu.gov.ua>
2. Бердар М. Вплив глобалізації на інноваційно-інвестиційний розвиток підприємства //Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка Економіка № 132. – 2012. С 28 – 32.
3. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник, 4-те вид., перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2018. 452 с.

**Колісник В. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

У процесі планування прибутку важливо визначити, за рахунок яких чинників він зростає або знижується. На величину прибутковості впливає сукупність багатьох факторів, що залежать і не залежать від підприємницької діяльності.

Зовнішні чинники – фактори, які залежать від діяльності самого підприємства (ступінь політичної стабільності, стан економіки держави, демографічна ситуація в країні, кон'юнктура ринку, темпи інфляції, ставка відсотка за кредит, платоспроможний попит споживачів та ін.) [1].

Економічні кризи мають дві сторони впливу на господарський розвиток економічної системи, в тому числі і на підприємства. Одна з них – рушійна, пов'язана з ломкою сформованих ненормальних пропорцій господарства. Інша сторона – оздоровча, що наближає до технічного оновлення виробництва і в підсумку, до більш високих кількісних і якісних досягнень.

Згідно найбільш поширеним визначенням, під економічними санкціями мається на увазі навмисне, ініційована урядом або міжнародними міжурядовими організаціями припинення (загроза припинення) зовнішньоекономічних відносин, які мали б місце при відсутності санкцій. Основною метою санкцій є зміна політики таргетованої країни, включаючи поведінку її окремих лідерів. Конкретними цілями можуть стати зміна режиму з подальшою зміною політики, припинення військових дій, і т. п.

У сфері обмеження зовнішньої торгівлі (не тільки товарів, але і послуг, наприклад транспортних, телекомунікаційних) метою санкцій може бути зростання цін на імпортозамінну продукцію в країні-одержувачі з відповідними наслідками для споживачів.

Фінансові санкції можуть призвести до скорочення торгових потоків без застосування торговельних санкцій, оскільки вони знижують можливість торгових кредитів і припиняють платежі.

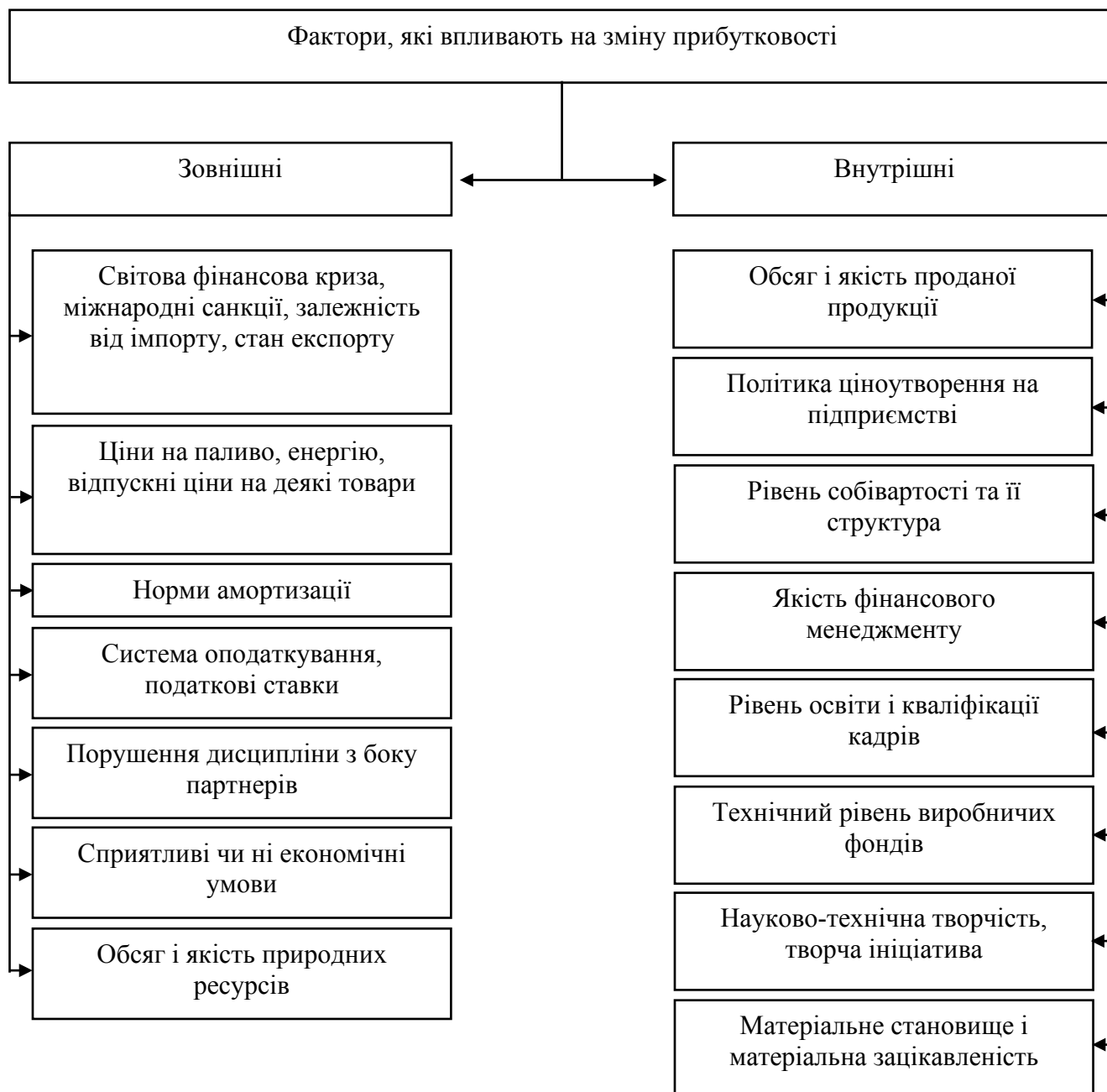
Розподіл факторів ризиків за рівнем їх впливу:

- фактори істотного впливу: неправомірні дії і злочинство, залежність від кредиторів (формування оборотних коштів за рахунок позикових, велика кредиторська заборгованість, великий обсяг кредитів і позик), помилки управління, витрати перевищують виручку, застаріла продукція, що не користується попитом, відстала неконкурентоспроможна технологія виробництва;

- фактори середнього впливу: відволікання ресурсів на утримання непрофільних активів і виробництв, високий ступінь зносу машин і устаткування, значна залежність від постачальників (унікальність матеріалів, що поставляються, банкрутство постачальника, порушення договірних відносин), неповноцінна завантаження виробничих потужностей;

- фактори несуттєвого впливу: недосконала кадрова політика (брак кадрів, низький рівень кваліфікації, відсутність фахівців необхідного профілю, непрестижність роботи,

низький рівень зарплатні), високий рівень комерційних і управлінських витрат, недосконалість збутової політики організації (затримка оплати, висока дебіторська заборгованість), встановлені тарифи і ціни не покривають витрат, непередбачене проведення реорганізаційних процедур (злиття, поглинання, виділень, поділів), проведення масштабних капітальних вкладень в розвиток, переозброєння, закупівлі обладнання.



**Рис. 1. Фактори, що впливають на формування  
фінансового результату діяльності товаровиробника**

Кризова ситуація характеризується високим рівнем ризику фінансової стійкості. У кризовій ситуації крім контрольної функції діагностика стану є своєрідною системою, що запобігає керівництву про небезпечні ситуації для бізнесу.



**Список використаних джерел:**

1. Мец В. О. Экономический анализ финансовых результатов и финансового состояния предприятия: учеб. пособ. Киев, 2003. 328 с.

**Комісарова Ю. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОБОРОТНІ АКТИВИ ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФІНАНСУВАННЯ**

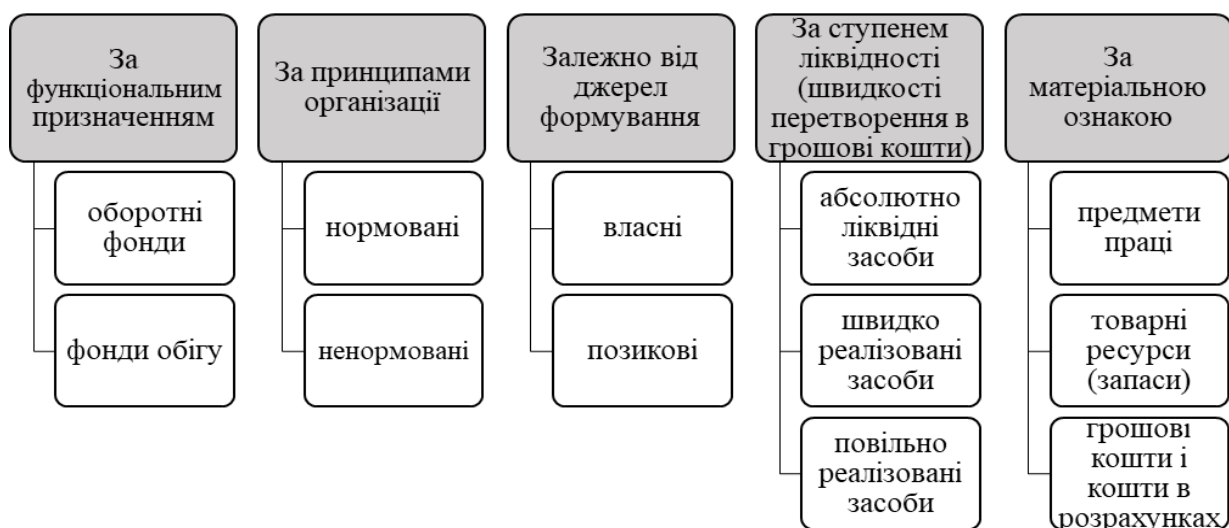
Важливу роль в діяльності підприємства відіграють оборотні активи. Це пояснюється тим, що:

- наявність оборотних активів є обов'язковою умовою початку і нормального функціонування виробництва та збуту продукції (робіт, послуг);
- структура, обсяг і швидкість обороту цих активів впливають на платоспроможність компанії;
- ефективність використання оборотних активів має суттєвий вплив на прибуток, рівень витрат, рентабельність і т. п.

Головною та вирішальною рисою оборотних коштів є їх динамічність, зміна матеріальної форми та трансформація в грошові кошти. Вони забезпечують безперервність і безперебійність господарської діяльності фірми.

Ключове значення має грамотна організація, контроль оборотних активів та їх ефективне управління. Оскільки оборотні активи містять у собі і грошові, і матеріальні ресурси, то від їх ефективної організації і використання залежить не тільки виробничий процес, а й фінансова стабільність підприємства.

Вагоме значення має класифікація оборотних активів, оскільки вона надає можливість підприємству визначити оптимальний склад і структуру, потребу і джерела формування оборотних активів. Існує велика кількість підходів до класифікації оборотних активів, де виокремлені різні ознаки поділу і відповідні їх види (рис. 1).



**Рис. 1. Класифікація оборотних активів**

Джерелами фінансування оборотних активів є існуючі та очікувані джерела фінансових ресурсів, які вкладаються в оборотні активи для забезпечення поточної операційної, фінансової та інвестиційної діяльності. Найпоширенішими джерелами оборотних активів є: власний капітал; комерційний кредит; довгострокові та короткострокові позики; внутрішня кредиторська заборгованість [2]. Поточні потреби компанії в оборотних коштах задовольняються насамперед власним капіталом, а вже потім кредиторською заборгованістю й короткостроковим кредитом.

Власні оборотні активи формуються під час утворення суб'єкта господарювання (укладання його статутного капіталу). Надалі сума оборотних активів компанії підтримується в першу чергу за рахунок реінвестованого прибутку. Основні переваги для підприємств власних джерел фінансування оборотних активів: простота залучення, більша віддача за критерієм рентабельності вкладеного капіталу та зниження ризику банкрутства [3].

Мінімальні потреби підприємства в оборотних коштах можуть покриватися за рахунок таких фінансових ресурсів, як додатковий капітал, цільове фінансування, надходження від випуску цінних паперів. Серед головних причин нестачі оборотних коштів може бути: зріст цін через інфляцію; сезонні та циклічні коливання; збільшення обсягів виробництва; нецільове застосування оборотних коштів; несвоєчасне фінансування збільшення нормативу оборотних коштів; дебіторська заборгованість тощо [4].

Отже, оборотні активи є значущою, найбільш ліквідною частиною власності торговельних підприємств. Їх управління спрямоване на забезпечення безперервності поточної діяльності підприємства, дозволяє максимізувати прибуток на вкладений капітал при забезпеченні стійкої і достатньої платоспроможності підприємства.

Основним джерелом фінансування оборотних активів виступає власний капітал, а потім кредиторська заборгованість та короткостроковий кредит.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ресурси торговельного підприємства. URL: <http://eokd.tolgaz.ru/euk/et/3.htm>
2. Бланк І. О. Основи фінансового менеджменту. Т.1. Київ : Ніка-Центр, 2001. 592 с.
3. Филипенко О. М., Мілаш І. В. Систематизація джерел фінансування оборотних активів підприємств торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 2. С. 105–113.
4. Городня Т. А. Діагностика управління обіговим капіталом підприємства. *Наук. вісн. НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.2. С. 109–113.

**Коротка А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **МОЖЛИВОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ УГОД В УКРАЇНІ**

Популяризація франчайзингу в Україні має велике значення для успішної реалізації процесів ринкової економіки, а також реалізації позитивних тенденцій становлення бізнесу і споживчого ринку, та залежить робота в Україні провідних фірм світу.

Якщо зсилатися на дані експертного дослідження українського ринку франчайзингу на сьогодні більше 200 фірм в Україні вважаються франчайзерами. Ще 300 фірм мають

підвищений потенціал переходу на франчайзингову базу. Але швидкому розвитку франчайзингу заважають дві основні проблеми: небажання фірм відкривати власні секрети ведення бізнесу та неготовність поділитися інформацією. При покупці франшизи, покупці хочуть бачити всі схеми роботи для будь-якого відділу, будь-якої структурної одиниці бізнес-процесу, але нажаль нерідко ця інформація є недоступною, закритою, і як підсумок – немає що запропонувати ринку. Як приклад, гігант-франчайзер – McDonalds – в Україні не готовий розкривати власні бізнес-стандарти, в наслідок цього є невелика кількість послуг по франчайзингу.

В Україні, система ринкових відносин франчайзингу ще формується. За оцінками Міністерства економіки України, діють не так багато франчайзингових договорів, третина яких стосується ринку нафтопродуктів, ще чверть – системи fast food. До них належать гігантські франчайзери – McDonalds, «Кодак», «Фуджі», «Білла», «Альянс», «Ростікс» і ін.

Серед основних проблем щодо франчайзингу в Україні, то вони є такі:

- нечітка нормативно-правова концепція, яка не регулює майже всі з тих питань які пов'язані з франчайзингом;

- проблеми фінансово-кредитного характеру;

- відсутність важливої інформації;

- недостатня поінформованість компаній з можливостями такого принципу ведення бізнесу, як франчайзинг, недоступність інформації, перш за все, правових, важливих для ведення бізнесу в ролі франчайзера. Внаслідок усіх цих перепон, франчайзинг в Україні розвивається повільніше, ніж в інших країнах. Але, не звертаючи уваги на все це, фірми хочуть вкладати кошти в бізнес та його розширення, і як варіант актуальним для них є франчайзинг. Наприклад, фірма Fast Food System Ltd розпочала свою роботу з франшизи у Львові і зараз у неї є мережа піцерії «Челентано», фаст-фудів «Potato Nause» та кафе «Пункт».

Розвивати франчайзингову мережу має намір фірма «Евросеть», в Україні планувалося створити 150 салонів під брендом «Техмаркет», 60% яких мали працювати за партнерськими програмами, тобто по франшизі. В даний момент працює більше як п'ятдесят салонів «Евросеть» на території України.

Франчайзинг все ширше застосовується при розробці технічних станцій сервісу автотранспорту, автозаправках, наприклад таких як «ТНК-Україна», «Лукойл-Україна», магазинів автопродуктів і аксесуарів – це мережа магазинів «АТЛ», також салонів краси, які часто діють не лише тільки під торговою маркою, яка створена для них, а й під торговими марками, які добре знайомі споживачам. Успішно розвивають свою франчайзингову мережу на території нашої країни також такі фірми «SPAR» та асоціація «Мак Смак» – перші в Україні франчайзингові фаст-фуди, і це ще раз доводить, що франчайзинг може існувати в різних сферах економічної діяльності.

Ми можемо констатувати, що в Україні франчайзингові відносини є найбільш популярними в громадському харчуванні, роздрібній торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, у сфері послуг. Отже, для українських підприємств слід детально

вивчати досвід інших фірм, в особливо іноземних, по застосуванню франчайзингових відносин та враховувати особливості економіки України.

**Список використаних джерел:**

1. Спекторов Ю. Актуальні питання франчайзингу в контексті сучасних стратегій у бізнесі в умовах становлення ринкових систем. *Стратегія розвитку України*. 2005. №2. С.133
2. Дзюбик С.Д. Основи економічної теорії: навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і доповн. Київ. Знання. 2014. 380 с.

**Косенко А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ  
ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління виробничим потенціалом підприємства є цілеспрямованим впливом на виробничу діяльність для приведення фінансового становища підприємства у бажане положення, є пошуком шляхів покращення виробничо-господарської діяльності, тому важливим є розробка правильного алгоритму управління. Необхідні заходи для усунення вузьких місць при управлінні показником залежать від того, яка його складова відхиляється від запланованого стану. Саме тому після виявлення відхилення складової, необхідно прямо через неї розроблювати комплекс дій по покращенню становища, адже правильно обраний напрямок допоможе зменшити втрати ресурсів, виробничі відходи, та допоможе вивільнити кошти на розвиток.

Механізм управління є поєднанням процесів, що визначають порядок функціонування, це сукупність форм використання ресурсів, напрямлених на забезпечення потреб підприємства. Він проявляє себе як цілеспрямований процес дії керівника на об'єкт управління [2].

Управління виробничим потенціалом вирішує найважливіші завдання та проблеми підприємства – сприяє оптимізації структури його активів та капіталу, обґрунтуванню витрат, пошуку напрямків зростання прибутку, раціонального шляху його подальшого розподілу і використання, підвищення платоспроможності та стабілізації фінансової стійкості.

Формування якісного механізму управління виробничим потенціалом підприємства допоможе раціонально використовувати наявні ресурси, оптимізувати свою діяльність та її економічні результати, та досягнути майбутнього стабільного положення на ринку.

Удосконалення механізму управління формуванням та використанням виробничого потенціалу підприємства означає наявність потреби у встановленні раціональної чисельності управлінського персоналу підприємства, чисельності працівників, залучених у виробництво, а також наповнення підрозділів згідно з реальними потребами підприємства.

Поліпшити механізм управління показниками ефективності виробничого потенціалу можна за допомогою впровадження на підприємстві оптимальної системи планування, контролінгу, мотивації, модернізованого всебічного впровадження техніки, розвитку комп'ютерних технологій, застосуванні сучасних інформаційних та управлінських технологій.

Організація та автоматизація системи обробки інформації про економічне становище підприємства є напрямком удосконалення управління, що сприяє формуванню якісної структури управлінського апарату і більш ефективному його використанню для досягнення виробничих цілей.

Цей процес обумовлюється наявністю ресурсів підприємства, їхнім розподілом, вчасним поповненням та використанням. Саме тому виробничий потенціал розглядають є об'єктом управління, метою якого виступають становлення, подальша раціоналізація і якісна робота потенціалу, що забезпечує виробництво.

Механізм управління виробничим потенціалом є поєднанням переліку функцій та елементів. Механізм управління виконує функції планування, що проявляється планування виробничої програми та прорахунку майбутніх витрат, організація, що допомагає організувати виробничий процес, поставки і використання ресурсів, аналіз стану ресурсів та ринкового положення, регулює виробничі процеси, а також облік продукції, її номенклатури та асортименту, а також часу, що витрачається на її виробництво. Тому управлінські рішення повинні бути напрямлені на розкриття цих функцій [1].

Стратегія вдосконалення механізму управління виробничим потенціалом має бути зосереджена на:

- покращенні загальної системи управління підприємством, забезпеченні винесення правильних управлінських рішень, що будуть напрямлені на створення позитивного ефекту від використання потенціалу;
- модернізації технічного рівня підприємства і якості вироблюваної продукції, за допомогою використання сучасного обладнання та вчасну заміну старого, що виходить з ладу;
- удосконаленні управлінських структур керування потенціалом та їх методів здійснення;
- поліпшення інформаційної та інноваційної системи керування;
- використання іноземного досвіду, що допоможе забезпечити становлення необхідного рівня управління виробничим потенціалом [3].

Можна зробити висновок, що механізм управління використанням виробничого потенціалу підприємства повинен враховувати досвід використання традиційних методів управління у поєднанні з сучасними новітніми управлінськими технології для успішного досягнення цілі і завдань функціонування підприємства по підвищенню рівня ефективності його виробництва.

Ефективність використання виробничого потенціалу виступає повноцінним показником результатів від використання ресурсів, що залучено у виробництво для забезпечення на підприємстві стійкого розвитку виробництва і покращення економічного становища в цілому.

**Список використаних джерел:**

1. Жук Є.О. Формування механізму управління виробничим потенціалом підприємства / Є.О. Жук // Національний університет «Львівська політехніка». – 2014. С. 133-136. – Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29349/1/020\\_133\\_136.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29349/1/020_133_136.pdf)



2. Кобрин Л.Й. Застосування інструментів управління виробничим потенціалом з метою підвищення результативності діяльності підприємства / Л.Й. Кобрин // Наукові записки. – 2019. – №1(58). – С. 132-138.
3. Терещук Н.С. Управління виробничим потенціалом підприємства / Н.С. Терещук, О.Г. Погасій // Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/217.pdf>

**Косенко А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*  
**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ  
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Постійні зміни в економіці вимагають від управлінського складу підприємств формування або вдосконалення існуючої політики розвитку. Оскільки кожне підприємство функціонує по-різному, то постає відповідна їм необхідність у побудові механізму зростання ефективності виробничого потенціалу.

Потенціал підприємства виступає складовою передумовою стратегії розвитку, він є елементом виробничих відносин, визначених використанням виробничих можливостей трудових ресурсів, матеріальних ресурсів, що своїм складом визначають шлях по досягненню поставленої цілі та максимально можливим обсягом товарів, що можна отримати за умови оптимального використання ресурсів.

Нестабільність середовища та його динамічність є головними ознаками функціонування сучасних підприємств, що змушує їх вести постійний пошук прихованих резервів, а також докладати значні зусилля задля збереження придатності та якості використання наявної ресурсної бази.

Виробничий потенціал підприємства – це сукупність ресурсів, пов'язаних функціонуванням і розвитком, це спроможність виготовляти продукцію за такими параметрами та якістю, що будуть повністю задовольняти наявний попит на ринку [1].

Успішність діяльності підприємства визначається ефективністю використання його виробничого потенціалу. Для їхнього якісного використання його складових забезпечують управління системою показників, що задовольняє значення ефективності, показує ступінь слідування обраній стратегії, а також визначає досягнення поставлених цілей.

Цілісність елементів, їх взаємозв'язок, складність та взаємозамінність є характеристиками виробничого потенціалу. Також важливим є сприйняття та впровадження у виробництво досягнень НТП, нових технологій та способів виготовлення продукції, оптимізація її складу [2].

До показника відносяться фінансова, техніко-технологічна, матеріально-сировинна та трудова складові [5].

Розуміння рівня та наявних резервів виробництва дає можливість робити вчасні, влучні й економічно доцільні рішення в управлінні виробничою частиною підприємства, що якістю своєї діяльності визначає поточний стан та майбутню діяльність.

Фінансове становище визначається складом та забезпеченістю обсягом фінансових ресурсів для подальшого напрямлення їх, що призведе до ефективного господарювання.

Відповідно обсяги таких ресурсів визначають перспективу існування підприємства, можливість його подальшого розвитку, показує рівень стабільності та підготовленості до можливої кризи.

Техніко-технологічна складова виробничого потенціалу відображає поточні та майбутні можливості використання основних засобів: обладнання, машини, будівлі, споруди. Ключовим параметром техніко-технологічної складової є основні засоби підприємства, їх наявність, стан і рух, рівень зносу. Також важливо звернути увагу, що використання основних засобів завжди підкріплюються оборотними коштами, тому важливо звертати увагу також і на показники їх стану та руху.

Кількість та склад працівників підприємства, якість кадрового складу та раціональність його використання також визначають рівень виробництва, забезпечують конкурентоспроможність та стабільність. Трудова складова характеризує ефективність роботи працівників, правильність і своєчасність у прийнятті управлінських рішень, що собою забезпечить відсутність похибок у виробництві. Дослідження трудових ресурсів дозволить визначати можливості економії робочої сили завдяки раціоналізації розміщення працюючих, оптимізації продуктивності, і використанню персоналу по кваліфікації.

Склад матеріально-сировинних ресурсів визначається характером виробництва, галузевою належністю та видами продукції, що випускається. Скорочення часу перебування матеріальних ресурсів у виробничих запасах є важливим резервом скорочення тривалості виробничого циклу [3].

Виробничий потенціал підприємства являє собою його потенційну спроможність виготовляти продукцію таких якості, асортименту та номенклатури, які собою будуть повністю вдовольняти ключові параметри попиту людей на ринку, це спроможність повністю раціонально використовувати ресурси, показує потенційну можливість правильно та швидко виготовляти свої товари [4].

В умовах конкурентного середовища, що постійно поповнюється новими гравцями та розширюється, питання управління та формування виробничого потенціалу підприємства мають значну актуальність. Ефективна робота та діяльність промислового підприємства складається з багатьох факторів, але ключовими з них є ресурси підприємства.

Розуміння рівня та наявних резервів виробничого потенціалу дасть керівникам підприємств змогу приймати вчасні, оптимальні й економічно доцільні рішення в управлінні виробничою частиною, що якістю своєї діяльності визначає поточний стан організації та її майбутню діяльність. Таким чином, для ефективного управління показником, доцільним буде створення власної системи по оптимізації стану та складу наявних ресурсів, та що допоможе їх у подальшому раціонально використовувати та збільшувати прибуток підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Піддубна О.О. Оптимізація використання виробничого потенціалу підприємства / О.О. Піддубна // Ефективна економіка. Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. 2013. № 11.
2. Пріб К.А. Стратегія розвитку підприємства харчової промисловості: економічна сутність / К.А. Пріб, Н.І. Патика // Діагностика в системі управління: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури. – 2016 рік. – 432 с.
3. Урманов Ф.Ш. Особливості підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів

- підприємства / Ф.Ш. Урманов // Тези IV Міжнародної науково-практичної конференції «Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки». – 216 с.
4. Гринько Т.В. Сучасні підходи до управління стратегічним потенціалом підприємства / Т.В. Гринько, Д.М. Чіменова // 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. 86-89.
  5. Чабанець М. В. Наукові підходи до класифікації потенціалу підприємства / М.В. Чабанець, Т.В. Гринько // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 6. Управління підприємствами: соціально-економічні аспекти -Дніпро: Біла К.О. – 2018. – С. 84–87.

**Кох Є. В., Лук'янченко Б. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ОРГАНІЗАЦІЇ  
НА ПРИКЛАДІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ КОРПОРАЦІЇ «БОГДАН»**

Життєвий цикл відіграє важливу роль у внутрішньому середовищі будь-якої організації. Також багато проблем компанії визначається тим, на якому рівні розвитку вона знаходиться саме зараз. Загалом виділяють п'ять фаз, а саме: становлення, ріст, зрілість, занепад та трансформацію.

Розглянемо ці фази на прикладі автомобілебудівної корпорації «Богдан».

Першим і одним з найголовніших періодів творення фірми є її зародження, тобто початок життя. Українська компанія була створена у 1992 році, визначивши для себе головну мету – автомобілебудування. У тому ж році почала продаж популярних Москвич, ІЖ, УАЗ та ГАЗ, а трохи пізніше автомобілів KIA в Україні.

До другої фази, дитинства та юності, відноситься період, коли бізнес почав стрімко розширюватись. У 1998 році відбулося придбання ВАТ «Черкаського автобус», що стало значним каталізатором у підкоренні ринку. Наступного року відбувся підпис угоди щодо дистрибуції авто Hyundai, а також виробництво «Богдан». Пізніше взято курс на експорт цих автобусів. Наступного року підписано генеральну угоду із Японською компанією Isuzu Motors Limited щодо використання їхнього бренду на автобусах українського виробництва.

Третя фаза має в собі два часових відрізка: з 2005 до 2011 року та з 2014 до 2019 рік. Під час першого періоду відбувається створення офіційної корпорації Богдан. Причиною розвитку автоскладального виробництва стало встановлення мита. Загалом для нових проектів було залучено понад 150 мільйонів гривень.

Наступного року був підписаний договір про продаж корпорацією «Богдан», японськими «Sojitz Corporation» і «Isuzu Motors Limited» та ЗАТ «Автомобільна компанія Ісузу Україна». З 2007 року було дозволено виробництво легких авто, таких як: Hyundai Elantra XD, Hyundai Accent та Hyundai Tucson, але після підписання ще одного договору.

Приєднання України до СОТ вплинуло на автомобільну промисловість. В експлуатацію було введено нові підприємства. У такий проект було вкладено понад 330 мільйонів доларів.

У 2009 році відбулося розірвання партнерських відносин між корпораціями «Богдан» та Kia Motors Co. Як наслідок, припинилася реалізація автомобілів Kia. Наступного року ВАТ «Черкаський автобус» було виведено з корпорації «Богдан».

Щодо другого часового відрізка, у 2014 році управління корпорації заявило про бажання переорієнтувати частину підприємства під виготовлення підтриманих авто. Одночасно, в 2014 році «Богдан» почала виконувати оборонні замовлення, а саме: випуски легкових вантажівок Hyundai, замовлення для Національної гвардії України, навчання водіїв, поставка вантажівок для Міністерства внутрішніх справ, виробництво нових позашляховиків та співпраця з КПП ім. Ігоря Сікорського.

У 2018 році «Богдан» відзначаючи двадцятиріччя, корпорація провела всеукраїнську акцію: жителі дев'яти міст України могли цілу добу безкоштовно користуватися тролейбусами та автобусами.

Протягом 2018 року відбулася низка значних подій: корпорація «Богдан» передала французькій компанії Bluebus п'ять дванадцяти метрових запчастин для електричних автобусів, стала імпортером GreatWall та HAVAL, представила оновлений варіант санітарного авто «Богдан 2251», надала ЗСУ ще одну партію вантажівок, повідомила про електровантажівку, що вперше була виготовлена для компанії Banke Electromotive та завчасно закінчила контракт з Міністерством оборони.

У 2019 році компанія отримала тендер для постачання п'ятдесяти семи одиниць дванадцяти метрових тролейбусів Харкову. Згодом ще один тендер на такі ж самі тролейбуси, але вже до міста Суми. Також «Богдан» зробила перший вісімнадцяти метровий кузов електробуса Bluebus.

Приділяючи увагу четвертій фазі, можна помітити певне чергування із третьою, що було зумовлено низкою подій у світі. Перша частина фази розпочинається з 2012 році. Зміни законодавства Росії призвели до зменшення конкурентоспроможності вітчизняних компаній та втрату значного попиту на продукцію у, зокрема, корпорації «Богдан», яка змушена була виробляти автомашини на 36,2% менше.

Наступний рік ознаменував ковток свіжого повітря для українських компаній, адже були запроваджені мита на імпорт. Тоді ж керівництво «Богдана» підписало угоди з компаніями «China Anhui Jianghuai Automobile Co. Ltd» та «Lifan Group» щодо виробництва JAC J5. У 2014 році «Богдан-Авто», Національна сервісно-збутова мережа корпорації, призупинила, а згодом зупинила, діяльність 9 з 26 своїх представництв.

2020 рік продовжив фазу. Через тиск слідчих органів, корпорація скоротила штат працівників. А вже у кінці поточного року був закритий Черкаський завод. Це спричинило винесення питання банкрутства, адже він виконував замовлення для Міноборони.

У якості висновку можна сказати, що забезпечення сприятливого клімату і стабільності приведе до стабільного росту будь-якої компанії. Тут ми розглянули фази життєвого циклу на прикладі вітчизняної організації. Слід зазначити, що ми також згадали про її труднощі та проблеми, які так чи інакше залежать від зовнішнього середовища.

**Список використаних джерел:**

1. Хортиця Т. Український оборонний журнал №3: «Богдан Моторс»: нові проекти для армії // Київ 2019
2. Загородний О. В. ТСН: "Богдан" розпочав випуск автомобілів JAC // 2013
3. Чернявський М. Що нового на Київському автосалоні? // «Авторев'ю», № 5, 2006

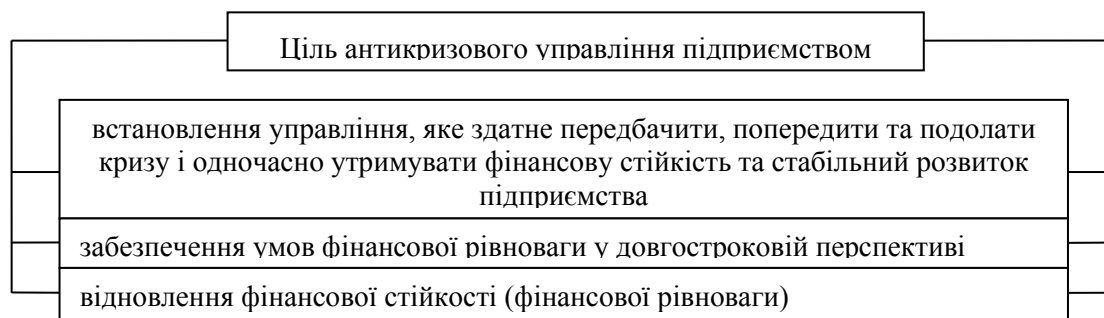
**Кравченко С. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Нинішня ситуація в країні схильна до тенденції збільшення кількості фінансово неспроможних підприємств національної економіки. Наслідком незадовільного фінансового стану більшості підприємств стало катастрофічне зростання їхньої кредиторської та дебіторської заборгованості. Зазвичай до банкрутства таких підприємств призводить погіршення всіх показників, які визначають його фінансову стійкість, тому саме на управлінні антикризовими заходами ґрунтується діагностика ймовірності виникнення такого стану.

Антикризове управління може бути ефективним або неефективним. Ефективність антикризового управління характеризується ступенем досягнення поставленої цілі, це заходи з попередження, подолання, пом'якшення або локалізація кризи та вироблення управлінських підходів її подолання (рис. 1).



**Рис. 1. Ціль антикризового управління підприємством**

Для оцінки реалізації антикризового управління доцільно застосувати універсальний підхід з урахуванням індивідуальних особливостей його діяльності. Даний підхід має ґрунтуватися на об'єктивних закономірностях функціонування й розвитку, враховувати вплив різноманітних факторів на діяльність товариства. В даному випадку методи реалізації повинні ґрунтуватися на діловій активності товариства, і в обов'язковому порядку повинні окреслити підхід до зважених заходів антикризового управління шляхом визначення активної, зорієнтованої на майбутнє стратегії, побудованої на зв'язку між намаганням забезпечити прибутковість і додержання стабільності фінансово-господарських процесів.



Таким чином, антикризове управління доцільно впроваджувати на будь-якому етапі господарського життя, однак для розробки найбільш ефективних засобів антикризового менеджменту необхідне вивчення стану товариства, оцінка платоспроможності та перспективи розвитку на основі формування антикризової програми, модель вибору та розробка антикризової стратегії відображає складний взаємопов'язаний комплекс стратегічних і оперативних заходів, кожен з яких підпорядковується єдиній меті, цілям і завданням, пов'язаних з реалізацією антикризової політики товариства, а її елементи можуть мати як захисний, так і наступальний характер.

**Список використаних джерел:**

1. Олійник Т.І. Антикризовий менеджмент в системі економічної безпеки підприємств Управління розвитком суб'єктів підприємництва: механізми, реалії, перспективи» колективна монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук проф. Т.В.Гринько. Дніпро: Біла К. О., 2018. 444 с.

**Кушніт А. Г.**

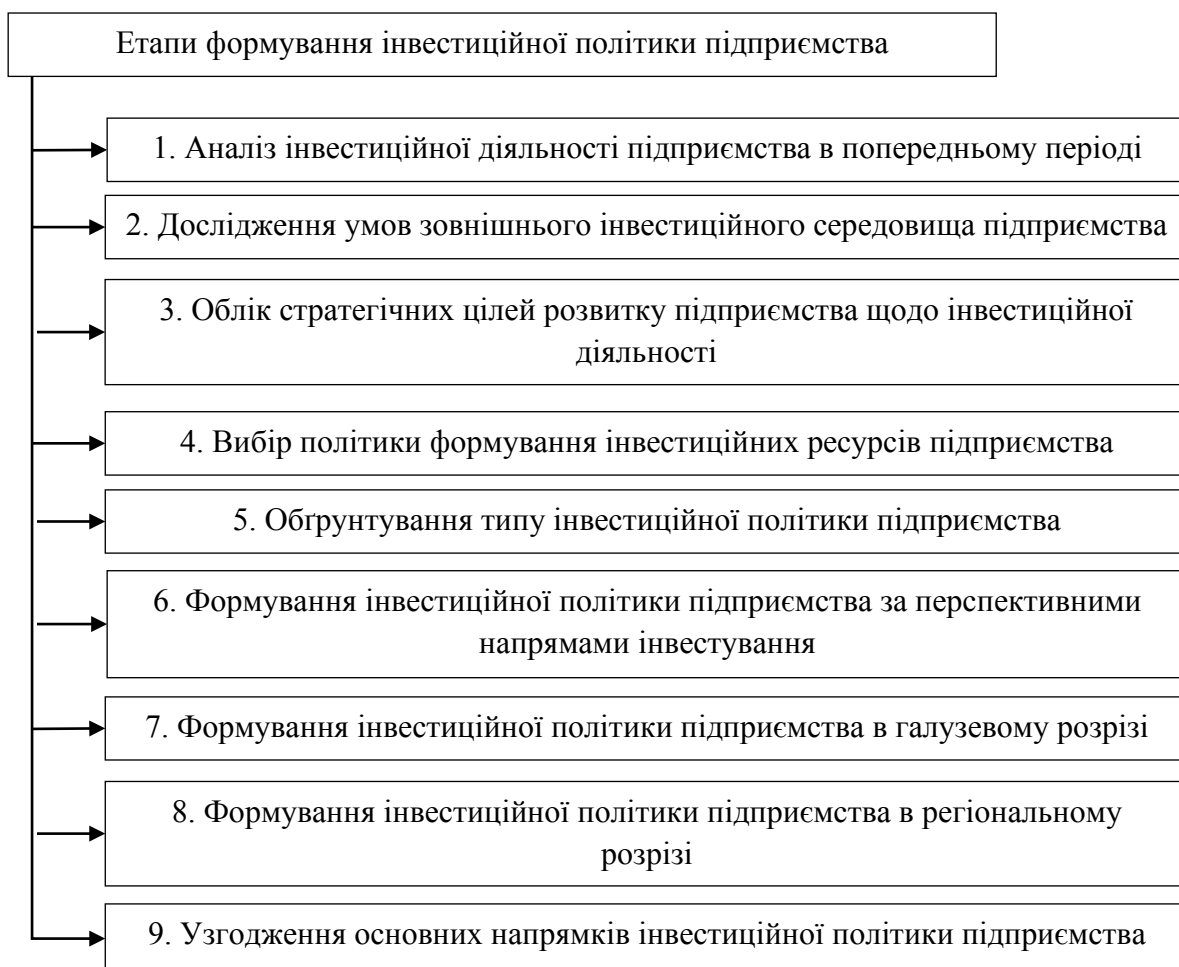
*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА  
ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ**

У сучасних умовах з урахуванням збільшеного рівня конкуренції і складності макроекономічної ситуації в Україні, особливу роль відіграє збалансована інвестиційна політика підприємства, що дозволяє забезпечити його ефективну діяльність. Проблема мобілізації інвестицій та їх ефективного використання стоїть дуже гостро в даний час. При цьому стимулювання інвестиційної активності і розробка грамотної інвестиційної політики підприємства, а саме, вироблення стратегії інвестування з урахуванням внутрішніх і зовнішніх чинників і вибір її пріоритетних напрямів, є найважливішими умовами сталого розвитку підприємства [1, с. 104].

Дійсно, в даний час ефективна діяльність підприємства неможлива без розробки системи управління його капіталом, тобто вкладенням в матеріальні та фінансові цінності, а також фінансові інструменти. Підприємство, що не інвестує капітал у свій розвиток, ризикує не зберегти свої позиції в конкурентній боротьбі. У зв'язку з цим, на думку ряду авторів, відмова від інвестицій або їх незбалансованість – це один з найнебезпечніших ризиків, з яким стикається підприємство [2]. У зв'язку з цим, вкладення капіталу в інвестиційні проекти з важко прогнозованим кінцевим результатом, передбачає цілеспрямований пошук як капіталу, так і перспективних об'єктів інвестування. На основі цих даних формується інвестиційні програми підприємства та вживаються заходи для їх реалізації, що, в остаточному підсумку, і знаходить своє відображення в інвестиційній політиці підприємства. Процес формування інвестиційної політики підприємства можна описати декількома етапами (рис. 1).

Перший етап – аналіз інвестиційної діяльності підприємства в попередньому періоді. Основна мета даного етапу полягає у всебічній оцінці елементів інвестиційного потенціалу підприємства та ефективності його інвестиційної діяльності до поточного моменту [3, с. 54].



**Рис. 1. Етапи формування інвестиційної політики підприємства [3]**

Оцінка розпочинається з вивчення загального обсягу інвестицій на підприємстві, а також динаміки даного показника в порівнянні з динамікою розвитку сукупної суми операційних активів, обсягу реалізації продукції та власного капіталу. Потім проводиться аналіз окремих напрямків інвестиційної діяльності підприємства, в тому числі його фінансового та реального інвестування. Обчислюється питома вага кожного інвестиційного спрямування та аналізується їх ефективність і роль у розвитку підприємства. Крім цього, на даному етапі також розглядається рівень диверсифікації інвестиційної діяльності підприємства в регіональному та галузевому розрізах. Другий етап формування інвестиційної політики на підприємстві передбачає дослідження й урахування специфічних умов зовнішнього середовища щодо здійснення інвестиційної діяльності та кон'юнктури інвестиційного ринку. На третьому етапі відбувається аналіз ступеня відповідності інвестиційної діяльності підприємства його стратегічним цілям розвитку. Четвертий етап полягає в обґрунтуванні типу політики за програмними цілями вкладення фінансових ресурсів з урахуванням ризикових переваг. П'ятий етап пов'язаний з формуванням інвестиційної політики підприємства за основними напрямками інвестування, тобто з визначенням співвідношення обсягів реального та фінансового інвестування. На шостому етапі відбувається формування інвестиційної політики в галузевому розрізі, тобто необхідно обґрунтувати галузеву

спрямованість інвестицій. Сьомий етап полягає у формуванні інвестиційної політики підприємства в регіональному розрізі. На останньому, завершальному етапі розробки відбувається взаємоузгодження основних напрямків інвестиційної політики підприємства.

При великих обсягах інвестиційної діяльності підприємства його інвестиційна політика диференціюється в розрізі реального та фінансового інвестування. Перспективами подальших наукових досліджень доцільним є аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на розробку інвестиційної політики підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Гринько Т.В., Пасека Д.В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. *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.
2. Гринько Т.В. Формирование механизма инновационного развития предприятия. *Инвестиції: практика та досвід*, 2011. №7. Квітень. С. 18-22.
3. Гриценко Л. Л. Принципи формування державної інвестиційної політики в сучасному економічному середовищі держави. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5 (50). С. 52-56.

**Лихачевська А. Ю.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ  
АВТОМОБІЛЬНИХ ШИН**

Глобальні кризові явища призвели світову індустрію до стану турбулентності, «потрясіння на різних ринках стають дедалі частішими, це являє собою так звану нову нормальність» [1]. В таких умовах пошук бізнесу, на який не надто впливають кризові явища, стає актуальним завданням. Одним з таких видів бізнесу є виробництво та реалізація автошин, оскільки попит на цей товар залежить від кількості автотранспорту, який в нашій країні постійно зростає. Але, на сьогодні не в повній мірі дослідженими залишаються проблеми виходу на ринок нових підприємств з виробництва та продажу автомобільних шин, що обумовлює актуальність наукових досліджень в цьому напрямку, зокрема, стану та перспектив розвитку даного ринкового сегменту.

На вітчизняному ринку шин споживачеві пропонується широкий асортимент продукції. В Україні активно представлені практично усі світові лідери з виробництва шин, які є відомими брендами, в тому числі: Nokian, Continental, Goodyear, Hankook, Michelin, Nexen та інші. Вітчизняні виробники представлені компаніями Rosava і «Дніпрошина», але їх частка на ринку автомобільних шин складає не більше 10–15% як у натуральному, так і в грошовому вимірі. Основні країни-імпортери шин на український ринок – це Білорусь, Польща, Китай та Корея. При цьому, в цілях заощадження коштів і зниження витрат на обслуговування автомобілів українські автомобілісти все частіше купують вживані шини, так як різниця в ціні іноді є колосальною, і може складати до 80% [2].

На вітчизняному ринку 10% складають шини преміального сегменту, приблизно 50% – бюджетного і 40% – середнього сегменту [3].

Особливістю українського ринку автомобільних шин є тенденції до більш високих темпів оновлення парку легкових автомобілів ніж вантажних, що впливає на динаміку ринку продажу шин.

Український ринок характеризується яскраво вираженою специфікою продажу по регіонам країни продукції за брендами. Найбільшу долю на ринку України займають національні бренди – Rosava и Premiorri, частка останні роки тримається на рівні 25%. Частка ринку за вісім місяців цього року у всіх інших представників у рази нижче. Наприклад, у Белшини – 8%, Hankook – 7,9%. Bridgestone – 3,6%, Michelin – 3,2%, Nokian – 3,1% та ін.

Зокрема, в західних регіонах надають споживачі перевагу шинам імпортованим із Польщі. В східних областях емоційні прихильності населення приводять до збільшення попиту на шини російського та білоруського походження. Ринок Києва характеризується схильністю споживачів до шин преміального сегменту (на які в місті найвищий попит в Україні) та шин виробництва відомих світових брендів. В інших містах, в тому числі в Харкові та Дніпрі, споживачі відрізняються більш прагматичною поведінкою навіть в сегменті преміум.

Останні роки на ринку шин намітилися тенденції до переходу торгівлі в онлайн режим, на сьогодні 20% інтернет-продавців починають контролювати 80% продажів. Онлайн продажу великі компанії давно виділили в окремий бізнес, а дрібні продавці почали це робити останні два-три роки.

В 2020 році ускладнився бізнес оптових продавців шин. Через пандемію Covid-19 закордонні шинні заводи внесли зміни в свою роботу, що призвело до тимчасової зупинки виробництва, зниження обсягів виробництва, відвантаження продукції із відчутними затримками. В наслідок – у сезон масових покупок шин у роздрібній торгівлі, у оптових продавців спостерігаються проблеми із наявністю необхідних асортиментних позицій. Поставлені шини із значним запізненням залишаються не реалізованими, їх зберігають до наступного сезону, що призводить до заморожування великих фінансових коштів та зростання витрат на зберігання.

Ще одна проблема українського ринку – це валютні ризики. В останній час гривня «просідає», тому ціни на імпортні шини в гривні відповідно зростають. У преміум сегменті це не відіграє великої ролі в позиціонуванні на ринку. Однак, інша ситуація складається в медіум- і бюджетному сегментах шин. В цьому сегменті укріплюється позиція шин українських торгових марок Rosava і Premiorri, так як на їх вартість курс валюти впливає значно слабше, ніж на імпортні

Іншим фактором популяризації шин національного виробництва є розширення асортименту легкових шин білоцерківського заводу, який вже охоплює велику кількість марок і моделей автомобілів, в тому числі відомих світових виробників. Технологічні інновації, впроваджені на білоцерківському заводі дозволили виробляти сучасні шини. За результатами шинних тестів, властивості останніх моделей шин марок Rosava і Premiorri роблять їх вагомими конкурентами у сегменті шин медіум-класу. Крім цього, китайські

шини цього сегменту відомих автомобільних ЗМІ за результатами тестування дискваліфікують через незадовільні гальмівні властивості на мокрому покритті.

Перспективним напрямком розвитку ринку шин спеціалісти вважають появу нових представництв виробників шин, зокрема турецьких, із формуванням регіональних складів і активним брендуванням точок продажу.

Отже, сучасний стан українського ринку автомобільних шин характеризується зростання частки продажу шин українського виробництва, ймовірно тенденція що склались будуть залишатися незмінними протягом найближчого часу.

**Список використаних джерел:**

1. A. Kotler, D. Caslion (2009) Chaotic: Management and Marketing in the Age of Turbulence, Kyiv
2. Итоги украинского рынка шин для легковых авто за 8 месяцев 2020 года. URL: <http://autoconsulting.ua/article.php?sid=47683>
4. Сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Лісовець А. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЛІЗИНГУ В УКРАЇНІ**

На сьогоднішній день економіка України потребує розвитку та трансформації. Актуальність розвитку лізингу в Україні обумовлена насамперед застарілою матеріально – технічною базою промислових підприємств, а також нестачею фінансових ресурсів з метою її модернізації. Для цього необхідно залучати кошти, які були б використані для оновлення основних ресурсів підприємств. Одним з сучасних методів оновлення основних засобів є лізинг.

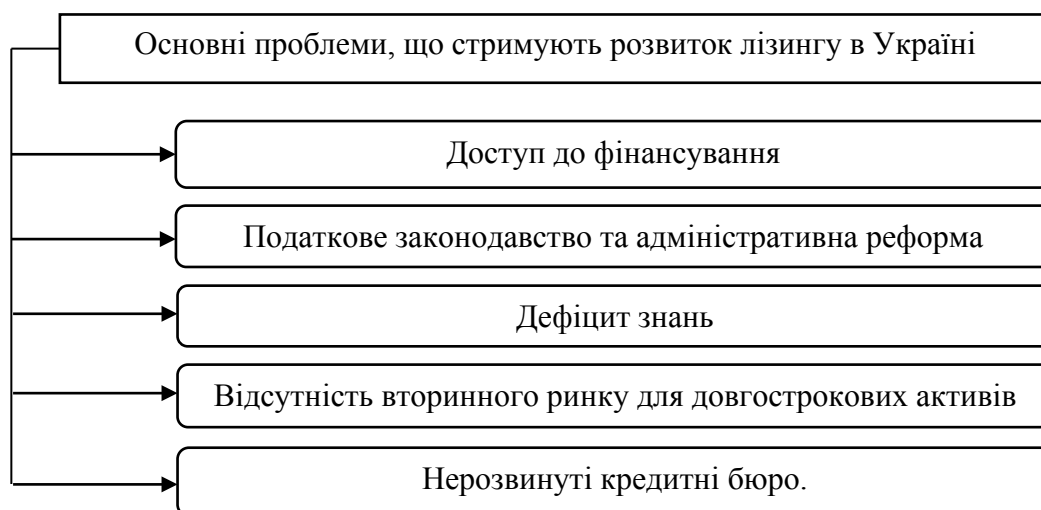
Держава не має довгострокової стратегії розвитку лізингу в країні, і тим самим робить його економічно не вигідним. Крім цього, глобальна фінансова криза загальмувала розвиток цього інструменту, яка загострилась в Україні через невирішені проблеми, які передували їй (рис. 1). Тому необхідно удосконалити законодавчу базу щодо лізингу, а також вживати інші заходи для удосконалення лізингових відносин.

Під час нестійкої економічної ситуації в Україні ринок лізингових послуг знаходиться на стадії становлення, при цьому активне використання лізингу помітно впливає на розвиток реального сектору економіки України.

Проаналізувавши проблеми розвитку ринку лізингу в Україні, необхідно визначити перспективи його розвитку. Для всебічного розвитку економічних процесів у країні, активізації підприємницької діяльності, а також розвитку бізнесу необхідно запроваджувати нові методи фінансування реального сектору економіки для того, щоб модернізувати техніко-технологічну базу виробництва. У статті Горбатенко О.А. «Проблеми та перспективи розвитку лізингових відносин в Україні» зазначено, що «для України саме розширення лізингових операцій є одним із таких методів фінансування» [1].



Спостерігається значний спад фінансування вкладень в ремонт матеріально-технічної бази через нестачу коштів підприємств у зв'язку зі послабленням діяльності виробництва. З одного боку цей метод вкладення коштів є для нашої країни порівняно рідким явищем, але з іншого – найбільш доцільним і здатним зберегти ліквідність у багатьох підприємств.



**Рис. 1. Основні проблеми, що стримують розвиток лізингу в Україні [1]**

Отже, лізинг – це одна з найперспективніших форм кредитування в Україні, яка спрямована на інвестування власних, залучених або позичкових коштів шляхом надання майнового кредиту, що в свою чергу «здатна забезпечити нові технологічні передумови для виходу нашої економіки з кризи» [2].

Кожне підприємство вирішує яким чином буде оновлювати техніко-технологічну базу та модернізувати основні засоби. Отже, саме лізинг є не тільки ефективним механізмом, спрямованим на фінансування коштів, але й інструментом, яке поєднує в собі операції купівлі-продажу, оренди, кредитування та інвестування фінансової та підприємницької діяльності. Він виконує певні економічні функції, які підвищують інвестиційну активність підприємств.

У лізинг можна здавати рухоме і нерухоме майно: автотранспорт, обладнання, об'єкти нерухомості, підприємства як господарські комплекси.

Найбільш перспективними напрямками для лізингу вважаються: сфера ІТ, придбання медичного обладнання, нерухомість, логістика, альтернативна енергетика, сфера переробки відходів тощо. Якщо брати до уваги український ринок лізингу, то на сьогоднішній день він зосереджений у двох галузях – сільському господарстві та транспортній промисловості [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. Горбатенко О.А. Проблеми та перспективи розвитку лізингових відносин в Україні. *Фінанси України*. 2012. №13. С.123-126.
2. Осовська Г.В., Юшкевич О.О, Завадський Й.С. Економічний словник. – К. : Кондор. 2007. – С. 164–165.

**Локоть А. Ю.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА**

Через високу конкуренцію та нестабільність зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства важливим фактором є те, що виготовлена продукція, має бути конкурентоспроможною і користуватися попитом серед споживачів сегменту ринку на якому діє суб'єкт господарювання. Втім, для того, щоб створити конкурентні переваги підприємства, керівництво змушене відшукувати внутрішні ресурси задля того, щоб виготовлені ними товари були більш конкурентоспроможні і тим самим забезпечували максимізацію отриманого прибутку. Очевидно, що кожен суб'єкт господарювання прагне покращити своє становище на відповідному сегменті ринку, отримати ефективні та заплановані результати, для досягнення яких найчастіше необхідне своєчасне прийняття ефективних маркетингових рішень. Одним із таких рішень є вдосконалення товарно-цінової політики підприємства.

Товарна політика – це основна ланка для прийняття маркетингових рішень, за допомогою якої формується низка рішень, які пов'язані з умовами придбання товарів, а також різними методами просування його від виробника до кінцевого споживача.

Товарна політика передбачає певні дії виробника товарів або наявність у нього заздалегідь обміркованих принципів поведінки. Вона забезпечує рішення та заходи щодо формування та управління асортименту; підтримку конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні; пошук оптимальних сегментів ринку для товарів; розробка та використання стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів. Таким чином, гарно сформована товарна політика дає змогу оптимізувати процес оновлення товарного асортименту, а й слугуватиме для керівництва підприємства свого роду показником загальної спрямованості дій, здатних скоригувати поточні ситуації [1].

Основними цілями товарної політики є:

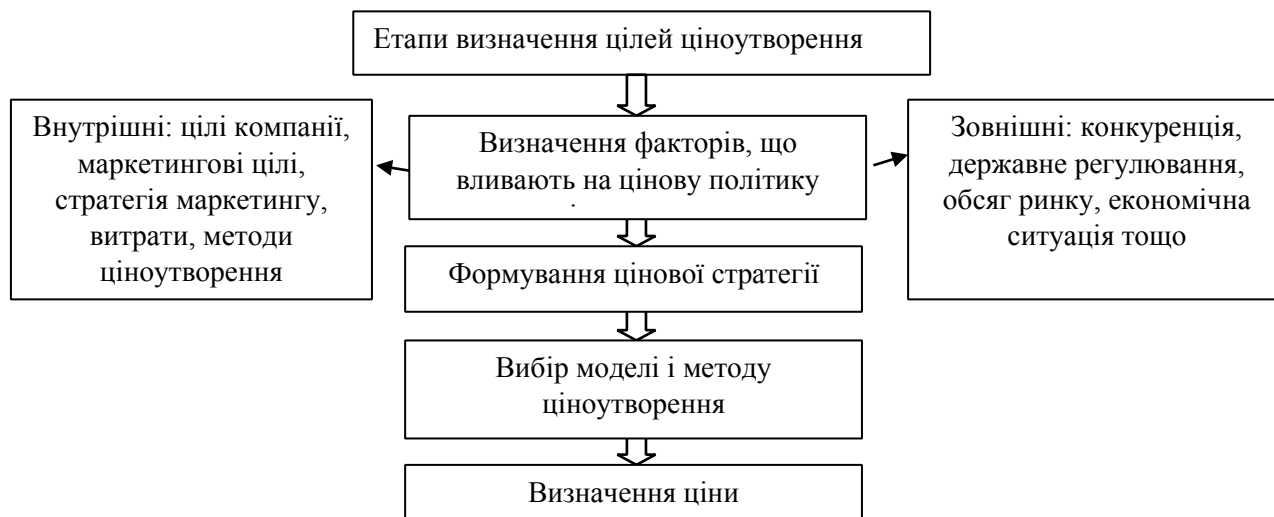
- забезпечення конкурентних переваг за рахунок запропонованого асортименту;
- завоювання більшої частки ринку і вихід на нові ринки;
- отримання прибутку за рахунок збільшення збуту після оптимізації структури асортименту товарів;
- формування іміджу підприємства за рахунок пропонованого асортименту, який постійно оновлюється;
- вдосконалення товарної політики підприємства з орієнтацією на споживчі переваги та ін. [2].

Наступним чином, слід зазначити, що ціна – це єдиний елемент з усіх елементів традиційного маркетингу, який забезпечує підприємству реальний дохід.

Структура цінової стратегії представлена стратегією ціноутворення і стратегією управління цінами (рис.1).

Таким чином, при формуванні цінової політики виникає необхідність застосування системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень щодо цін. Даний підхід реалізується в комплексній системі інформаційного забезпечення

процесу ціноутворення, який охоплює такі системи, як система інформації про ринок, система інформації про покупців, система інформації про політику уряду, система інформації про конкурентів, система інформації про витрати підприємства, система інформації про обсяги збуту і прибутку підприємства.



**Рис. 1. Етапи визначення цілей ціноутворення**

Отже, товарно-цінова політика є важливим елементом загальної стратегії усіх суб'єктів господарювання. Така політика впливає на такі результати діяльності, як фінансова стабільність, рентабельність, довгострокове успішне функціонування на ринку, життєздатність тощо. Так як маркетингова політика відзначається своєю багатогранністю і наявністю безліч аспектів, можна сказати, що саме від неї залежить успішна діяльність підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гринько Т.В., Андросова І.О. Підходи до впровадження стратегічного планування на торговельних підприємствах. *Проблеми економіки*. № 4 (46), 2020. С. 146-154.
2. Гринько Т.В., Мирошник Р.С. Теоретичні підходи до формування механізму управління стратегією розвитку торговельного підприємства. *Восточно-европейский научный журнал*, 2020. № 11 (63), Т. 1. С. 16-21.

**Магпо А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*  
**ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СУЧАСНИЙ СТАН МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ  
В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

Децентралізація в Україні існує 6 років. За час реформи відбулось чимало змін у законодавстві, що позитивно відзначилось на розвитку місцевого самоврядування. Завдяки прийнятим законам прискорилося об'єднання громад, відбулося запровадження інституту старост, розширення повноважень органів місцевого самоврядування, оптимізація надання

адміністративних послуг, громади отримали у комунальну власність земельні ресурси, був сформований план дій з вирішення проблем, що виникають на території двох чи більше об'єднаних територіальних громад (ОТГ), держава збільшила фінансову підтримку розвитку громад у 41,5 разів. Отже, сформована за роки проведення реформи децентралізації законодавча база значно посилила мотивацію до об'єднання громад та створила належні правові умови для вирішення проблем територій місцевим самоврядуванням. Головною фінансовою основою місцевого самоврядування почали виступати місцеві бюджети.

Враховуючи те, що Україна зараз знаходиться у постійному розвитку євроінтеграційних процесів, реформуванні, політичній та економічній нестабільності, особливої уваги, за для розвитку об'єднаних територіальних громад, набуває значимості дослідження впливу реформи децентралізації на місцеві бюджети.

Тому метою даних тез є вирішення наведеної проблеми за рахунок аналізу фінансових результатів впровадження реформи децентралізації в Україні. На основі оцінювання виділити основні фактори, що формують місцеві бюджети за для подальшого розвитку ОТГ.

За допомогою даних сайту Децентралізація [1-3] та статистичних даних сайту Ціна держави [4-6], було проаналізовано фінансові результати місцевих бюджетів на державному рівні, визначивши їх частку у Зведеному бюджеті України та у ВВП, і на місцевому, визначивши їх структуру доходів, видатків (рис. 1) та державну фінансову підтримку, в умовах реформи децентралізації.



**Рис. 1. Динаміка доходів і видатків місцевих бюджетів України за 2014-2020 роки, млрд.грн.**

На основі цього аналізу було сформовано основні фактори формування сучасного стану місцевих бюджетів, що виникли завдяки впровадженню реформи децентралізації в Україні. Такими факторами стали:

- дії Уряду спрямовані на розвиток реформи децентралізації;
- прискорене зростання ОТГ в Україні;

- розвиток та розширення повноважень органів місцевого самоврядування;
- ефективне адміністрування податків і зборів;
- підвищення зацікавленості місцевого самоврядування у поповненні власних бюджетів;
- стимулювання соціально-економічного розвитку територій.

Виходячи з вищезазначеного зроблено висновок, що найбільшим рушієм сталого та прискорено розвитку територій стала зацікавленість самого місцевого самоврядування. Запорукою зміцнення економічного потенціалу територіальних громад стануть відповідні управлінські рішення керівництва ОТГ щодо посилення факторів формування стану місцевих бюджетів за рахунок активізації громадської активності, розвиваючись у соціальному та економічному напрямках, поповнюючи місцеві бюджети та створюючи належну базу фінансових ресурсів за для сталого та прискорено розвитку територій.

**Список використаних джерел:**

1. Сайт «Децентралізація» / Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 10 грудня 2019 року. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/506/10.12.2019.pdf> (дата звернення: 13.11.2020).
2. Сайт «Децентралізація» / Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 10 вересня 2020 року. URL: [https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/593/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3\\_\\_10.09.2020.pdf](https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/593/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3__10.09.2020.pdf) (дата звернення: 16.11.2020).
3. Сайт «Децентралізація» / Місцеві бюджети: експерти проаналізували результати 9 місяців 2019 року. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/11861?page=4> (дата звернення: 16.11.2020).
4. Сайт «Ціна держави» / Бюджет України. URL: <http://old.cost.ua/budget/> (дата звернення: 16.11.2020).
5. Сайт «Ціна держави» / Видатки місцевих бюджетів України за функціональною ознакою. URL: <http://old.cost.ua/budget/expenditure/elements/> (дата звернення: 17.11.2020).
6. Сайт «Ціна держави» / Доходи місцевих бюджетів України. URL: <http://old.cost.ua/budget/revenue/> (дата звернення: 17.11.2020).
7. Магпо А.О. Оцінювання результатів впровадження реформи децентралізації в Україні: фінансовий аспект розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»* (подано до друку).

**Машир Г. Я.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ  
ТЕПЛИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ**

Розвиток тепличного бізнесу безпосередньо залежить від стану сільського господарства країни. На цьому етапі Україна має достатній потенціал росту та перспективи розвитку даного напрямку.

З 2015 року в Україні почалось поступове технологічне переоснащення виробництва тепличних господарств (підвищення його енергоефективності для зменшення собівартості вирощування культур та збільшення рентабельності) у більшій мірі за рахунок відновлення банківського кредитування даного сектору. Незважаючи на технологічне переоснащення,



більшість теплиць досі залишаються плівковими, що впливає на якість вирощуваної продукції.

Основними позитивними факторами, які впливають на розвиток тепличного господарства України, можна вважати наступні: можливість вирощування високорентабельної продукції – полуниці та інших видів овочів та ягід; можливість впровадження енергозберігаючих технологій; можливість селекції, а також закупки широкого асортименту посівного матеріалу; сприятливі кліматичні умови для розвитку тепличного господарства; наявність значного людського ресурсу.

Головним чинником, що стримує зростання тепличного господарства, є висока конкуренція на ринку. Імпортні виробники пропонують більший вибір овочів і ягід, вирощених в теплицях, які часто виграють і за ціною, і за якістю [1, с. 51]. Крім того, факторами стримування є наявність багаторівневих каналів збуту продукції, що впливає на її кінцеву вартість; значні початкові інвестиції для виходу на ринок – від 1,5 до 4 млн. доларів США на га теплиць; не структурована та не налагоджена система холодної логістики; низький рівень енергоефективності існуючих теплиць.

Найбільш популярними культурами для вирощування в українських теплицях є огірки, помідори і зелень. Проте в сучасних і високотехнологічних теплицях можна вирощувати ягоди, цитрусові й інші культури.

Багато в чому розвиток тепличного господарства обумовлений зміною структури споживання. Люди вважають за краще наповнювати свій раціон великою кількістю овочів і фруктів не лише в літній сезон, але і зимовий. З розвитком культури здорового харчування стало популярним споживання зелені, такої як: руккола, салат ромен та ін.

Найбільша кількість площ на території України призначена для вирощування овочів відкритого ґрунту. Валовий же збір урожаю з цих площ має досить нестабільний характер, який обумовлюється погодними умовами в країні.

Загальний збір урожаю, як овочів відкритого, так і овочів закритого ґрунту демонстрував поступове збільшення в період з 2016 по 2018 рр. В 2019 році сталося падіння валового збору урожаю на 1% за рахунок скорочення збору овочів відкритого ґрунту.

У структурі збору урожаю більше 95% доводиться на овочі відкритого ґрунту. І усього лише близько 5% на тепличні овочі. Проте динаміка зміни структури демонструє збільшення в 2019 р. овочів закритого ґрунту до 6% в загальному обсязі збору урожаю.

На сільськогосподарські підприємства припадає близько 20% усіх тепличних площ в країні. Частка теплиць, що залишилася, доводиться на господарства населення. Близько 60% від усіх тепличних комплексів в Україні є новими, а частина, що залишилася, – застарілими. Нові теплиці належать великим гравцям ринку, оскільки будівництво або реконструкція теплиці вимагає значних капіталовкладень, які можуть собі дозволити тільки великі підприємства.

Варто відмітити, що площі тепличних комплексів в Україні ростуть саме за рахунок великих гравців ринку, які зводять високотехнологічні нові автоматизовані теплиці.

Кліматичні умови України дозволяють на відкритому ґрунті вирощувати овочі, фрукти, квіти і гриби лише в теплий період року – з кінця травня до середини жовтня, хоча попит на цю продукцію спостерігається круглий рік.

Майже 90% тепличних комплексів призначені для вирощування овочів і квітів. Використовуються вони по більшій мірі для вирощування таких традиційних культур, як помідори, огірки і троянди. Небагато теплиць відведені під вирощування солодкого перцю, баклажанів, цибулі, редису, петрушки, шпинату, кропу і листового салату. На фруктах, грибах й інших культурах спеціалізується лише 10% промислових господарств.

Основні матеріали для виготовлення теплиць – це збірні металеві конструкції покриті склом, плівкою або пластиком. Залежно від призначення теплиці, використовуються різні матеріали і технології при її будівництві.

Головним вектором в розвитку тепличного господарства України повинні стати максимальна автоматизація і механізація процесів, а також збільшення енергоефективності теплиць, що дозволить скоротити собівартість вирощуваних культур і зробити їх конкурентоздатнішими на українському ринку.

**Список використаних джерел:**

3. Лещенко Л.О. Удосконалення ринку овочів захищеного ґрунту на основі підвищення ефективності їх виробництва. *Агросвіт* № 17, 2018. С. 48-53.
4. Сучасне тепличне господарство 2019. URL: <https://infoindustria.com.ua/suchasne-teplichne-gospodarstvo-2019/>
3. Українські перспективи тепличного господарства. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/13846-ukrainski-perspektyvy-teplychnoho-hospodarstva.html>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Канд. екон. наук Михайленко О. Г., Бовкунов В.В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АКТИВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
В УКРАЇНІ**

Підприємництво відіграє дуже вагомую роль у національному господарстві будь-якої країни, так як воно сприяє розширенню структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг, збільшує кількість робочих місць, створює ефективне конкурентне середовище, підвищує ефективність національної економіки тощо. Досвід промислово розвинених країн з ринковою економікою показує, що підприємництво є необхідною умовою економічного зростання [5, с.249].

Українськими науковцями та практиками було здійснено багато кроків у розвитку підприємництва. Даній темі присвятили свої праці Бутенко Д.С., Довгопола Ю.С., Зянько В. В., Кравченко М.С., Лесько О.Й., Глущенко Л.Д., Мещерякова Т.К., Смелянська Т.П., Мацюк І.Р. та ін. Проте активізація підприємництва залишається на досить низькому рівні, що є проблемою для країни, орієнтованої на інтеграцію до Європи. Економічна та політична ситуації в Україні на сучасному етапі розвитку свідчать про те, що розвиток

бізнесу наразі отримує недостатню підтримку. Тому є доцільним дослідити показники підприємницької діяльності у нашій країні, його стан, головні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення.

Розглядаючи розвиток підприємництва в Україні за останній час, проаналізуємо основні показники економічної діяльності, такі як кількість підприємств загалом й за регіонами, фінансові показники, обсяги реалізованої продукції, кількість зайнятих робітників на підприємствах.

Офіційні дані Державного комітету статистики України [4] свідчать про зменшення чисельності суб'єктів господарювання через фінансово-економічну кризу, що почалася у 2015 р. Протягом 2016 р. кількість суб'єктів господарювання зменшилась на 5,5 %, а у 2017 р. – на 3,2 %. Проте у зв'язку зі збільшенням ВВП кількість підприємств почала зростати. У 2018 р. кількість підприємств становила 1,8 млн, що на 1,91 % більше порівняно із 2017 р. У 2019 р. кількість підприємств зросла до 1,9 млн (5,54 %), а економіка України зросла на 3,3%. При цьому серед фізичних осіб-підприємців 10,9 % діяльності становило комп'ютерне програмування. Підприємці стали частіше цікавитися технологіями, розвитком бренду, клієнтським сервісом.

За загальною кількістю великих підприємств у 2019 р. в порівнянні з 2018 р. п'ятірку лідерів становили: м. Київ – 165 (+18), Дніпропетровська – 63 (+9), Київська – 37 (+7), Донецька – 30 (+3) та Львівська (29) області. В інших областях даний показник становить менше, ніж 20 одиниць, крім Запорізької (26), Одеської (23) і Харківської (20) областей. Щодо середніх підприємств, то пальма першості належала також м. Києву – 3 989 (+379), Дніпропетровській – 1 447 (+154), Харківській – 1 282 (+70), Львівській – 1 068 (+94) і Київській (886) областям. Найбільшу кількість малих підприємств мали м. Київ – 97710 (+9958), Дніпропетровська – 29681 (+1909), Одеська – 24889 (+1086), Харківська – 23749 (+1182) та Київська – 20000 (+955) області. В інших регіонах даний показник був меншим за 20 тис. одиниць. Таким чином, лідирували за кількістю суб'єктів господарювання найбільші області України та м. Київ [4].

Якщо розглядати фінансові результати діяльності підприємств за 2019 р., то більша частина з них були прибутковими. Найбільший фінансовий результат (прибуток) показали середні підприємства – 356, 6 млрд. грн. (у 2018 р.- 251, млрд. грн.). Найбільший сумарний збиток припав на великі підприємства – 104,4 млрд. грн. (у 2018 р. – 102, 4 млрд. грн.).

Щодо обсягу реалізованої продукції, яку виробляють суб'єкти підприємництва, то протягом 2019 р. найбільша частка (91,75 %) належала юридичним особам – підприємствам – 9841060,7 млн. грн. Це на 452968,6 млн грн. більше за 2018 р. Крім того, у 2015-2018 рр. найбільший обсяг реалізованої продукції припав на середні підприємства, а у 2018 р. частка продукції, реалізованої на середніх підприємствах становила 42,6 % від загальної кількості. Протягом даного періоду обсяг реалізації продукції мав стійку тенденцію до зростання, що свідчить про досить ефективну роботу підприємств.

Підприємницький сектор забезпечує велику кількість робочих місць для громадян України, більшу частину (88,9%) з яких забезпечують юридичні особи (компанії). Згідно з офіційними статичними даними, що містять результати господарювання 2019 року,

найбільша частка найманих працівників припадала на малі суб'єкти господарювання – 47,9 %, друге місце посідають суб'єкти середнього підприємництва – 34,3 %. На останньому місті суб'єкти великого підприємництва – 17,8 %. Це свідчить про те, що великі підприємства потребують підтримки, зважаючи також на їхні великі збитки [4].

На сучасний стан підприємництва в Україні негативний вплив чинять економічне та політичне середовища. Наприклад, основними дестабілізуючими факторами на макrorівні є: короткий життєвий цикл підприємств через відсутність державної підтримки; низька конкурентоспроможність українських компаній; відплив інвестицій та інших капіталів за кордон; низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств; збільшення рівня тінізації економіки через недосконалу регуляторну політику [3, с.204-205].

Певні проблемні питання є також і на мікрорівні: ухилення від сплати податків; недостатня мотивованість працівників і робоча продуктивність; зниження конкурентоспроможності компаній через неефективну модель менеджменту; високі відсоткові ставки за користування банківськими кредитами [3, с.204-205].

Сучасні реалії в Україні говорять про недостатню розвиненість ринкових відносин і відсутність на внутрішньому ринку рівноваги між попитом і пропозицією. Якщо в умовах сформованого ринку ефективна політика маркетингу передбачає швидку реакцію виробника на зміну зовнішнього середовища і вміння передбачати появу нових ситуацій і явищ, то в Україні поки виробництво мало орієнтоване на попит і його вивчення.

Про це говорить також присутність на ринку в основному товарів низької якості, причому не тільки вітчизняних, а й імпортних. Тобто, економічні інтереси підприємця спрямовані переважно на виробництво, нерідко згідно давно існуючих виробничих програм. І лише проблеми збуту змушують виробника задуматися про такий чинник, як споживчий попит.

Однак застаріла матеріально-технічна база, відсутність інноваційної діяльності, часто через недостатній інтерес до неї або нестачу коштів для впровадження нових розробок, призводять до того, що виробництво не завжди може гнучко відреагувати на потреби споживачів, що виявлені маркетинговими дослідженнями. Всі ці умови ускладнюють розвиток підприємництва [2, с. 70].

Отже, Україна на сучасному політичному та економічному етапах розвитку потребує більш досконалого розвитку бізнесу. Для виправлення такого стану і розширення підприємницького сектору необхідно посилити державну підтримку підприємництва, створювати конкурентоспроможне середовище, стимулювати інноваційний розвиток, активізувати підприємницьку ініціативу громадян, розширювати структуру пропозиції на внутрішньому ринку товарів та послуг, підвищити кваліфікацію працівників. Дані заходи покращать бізнес-клімат в Україні й дадуть змогу підвищити рівень вітчизняного підприємництва на європейській арені.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бутенко Д.С., Довгопола Ю.С. Шляхи розвитку підприємницької діяльності в Україні // *Молодий вчений*. 2016. №12. С.682-685.

2. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В. В. Зянько. Вінниця: УНІВЕРСУМ. Вінниця, 2008. 397 с.
3. Кравченко М. С. Сучасні проблеми розвитку підприємництва в Україні // *Проблеми та перспективи розвитку економіки Донбасу і Приазов'я* : Міжнар. наук.-практ. конф. (Маріуполь, 25-26 травня 2017 р.) : матеріали доп. / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь. 2017. С. 204–205.
4. Сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
5. Сучасні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов інтеграційних процесів / Т.П. Смелянська, І.Р. Мацюк // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3(3). С. 249–252. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2015\\_3%283%29\\_\\_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_3%283%29__51)

**Молочкова В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ  
ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасному світі фактор якості стає визначальним для економічного зростання, підвищення рівня життя людей, збереження навколишнього середовища, в цілому для сталого розвитку суспільства. Методи ефективності системи управління якістю, сьогодні потребують переосмислення. Існуючі на сьогодні проблеми управління якістю визначають необхідність розвитку теорії та економіки якості для забезпечення сталого розвитку підприємства з позиції системного підходу, розробки механізму економічного управління якістю і моделей системного аналізу. Зараз є невирішені питання, пов'язані з економічним управлінням якістю з позиції системного підходу і системного аналізу, наприклад, такі як: недостатня розробка в теоретичному і методичному плані задач побудови системи економіки якості і економічного управління якістю для забезпечення сталого розвитку підприємства; слабка економічна мотивація впровадження інтегрованих систем управління якістю; недостатність досліджень ефективності системи економічного управління якістю та відсутність в повному обсязі формалізованих підходів до побудови моделей системного аналізу ефективності управління якістю.

Система управління якістю – це спеціалізована організація у виробничій системі. Головне в цій організації – це документування всіх процесів, пов'язаних з виробництвом, від закупівлі матеріалів до доставки готової продукції споживачеві. У багатьох випадках це призводить до кардинальних змін у технології та організації виробництва на підприємстві. Забезпечення якості на підприємстві можливе лише тоді, коли всі процеси – технічні, технологічні, організаційні – взаємопов'язані за допомогою управління якістю [1, с. 65]. Якість – це система, і цією системою потрібно керувати.

Контроль якості збігся з переходом людства від врожаю до виробництва (за тисячі років до нашої ери). На той час якість контролювалась виробником. Промислова революція призвела до необхідності розділення функцій виробництва та контролю якості. Таким чином, функція контролю якості, яка була передана від виробника керівнику виробничого процесу, збереглася донині [2, с. 604].



Ключовим словом було «запобігання» дефектам, а не «виявлення» їх. Клієнти поступово, починаючи з найважливіших галузей – авіаційної, оборонної, автомобільної та інших перейшли до вимог щодо впровадження стандартів систем забезпечення якості, вимагаючи при цьому відповідності чинним стандартам на продукцію.

Гарантія якості це офіційно задокументована система управління якістю; первинна профілактика, ще до виникнення конфліктів; неплановий, відповідальний менеджмент; забезпечення максимальної довіри користувачів; ефективна організація та функціонування [3, с. 8].

Основні вимоги до якості зумовлені наданням споживачам та їх працівникам необхідних послуг; постановці чітких і досяжних цілей; впровадженням задокументованої системи управління якістю та задокументованим розробленим процедурам, а також наявністю систематичного ефективного аналізу. Ефективність управління якістю значною мірою залежить від культурних взаємовідносин на робочому місці. Дуже важливо, щоб усі працівники сприймали першочергову потребу в якості.

Загальні методи забезпечення якості, як правило, включають маркетинг, порівняльний аналіз, аналіз проекту, оцінка постачальника, методи контролю, аудит продукції, аудит процесів, аудит системи [4, с. 179]. Таким чином, показник ефективності управління якістю характеризується багатьма показниками, такими як задоволеність покупців, продуктивність праці, ефективність керівництва, результативність діяльності, мотивація та навчання персоналу, прибутковість, рентабельність і інше, що визначається багатовимірним поданням управлінських процесів, ресурсної бази, різних видів результатів в області якості.

Складність оцінки ефективності управління якістю полягає в багатоплановості даної категорії, що включає великий ряд показників різних областей діяльності: економічної, технічної, соціальної, іміджевої та інших. Економічне управління якістю засноване на базових принципах загального управління, але має функції, пов'язані з характером менеджменту якості і його систем, заснованих на принципах управління щодо досягнення цілей стратегічного розвитку, найважливішою з яких є рівень задоволеності замовника та інших зацікавлених сторін при раціональному використанні ресурсів.

Таким чином, в сучасних умовах нестабільності економіки, соціального неблагополуччя і екологічних проблем зростає актуальність розвитку суспільства, побудованого на основі ефективної системи управління якістю як базової основи економічного розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гвініашвілі Т.З., Буцак Ю.О. Науково-методичний підхід до оцінювання ефективності системи стратегічного планування на підприємствах металургійної галузі. *Управління розвитком*. ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Харків: 2017. № 3-4. С. 62-67.
2. Гринько Т.В. Адаптивный подход к инновационному развитию системы управления качеством продукции предприятия. *Стратегия качества в промышленности и образовании: Материалы VI Международной конференции: в 4-х т. (г. Варна, Болгария, 4-11 июня 2010 г.)*. Дніпропетровськ, Варна, 2010. С. 603-606.
3. Grynko T. (2018) Methodological approaches to improve the quality of enterprise management. *Competitiveness of entrepreneurial structures: features and prospects: Collective monograph*. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. P. 4-12.

4. Hviniasvili, 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.

**Молошна О. Л.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Малий бізнес є надзвичайно важливим гвинтиком для економічного апарату будь-якої країни. Проте, на відміну від великого бізнесу, за умов кризи суб'єкти малого підприємництва погано адаптуються і, переважно через відсутність достатнього фінансового резерву, швидко банкрутують.

Так, економічний спад, спричинений пандемією COVID-19, завдав болісних збитків для малого бізнесу в Україні та усьому світі. За даними Співки українських підприємців лише за березень 2020 року збанкрутіли і були вимушені закрити свій бізнес близько 6% суб'єктів малого підприємництва. Для середнього бізнесу зазначено падіння доходів на 25-50%, а для великого – 10-25%.

Криза, викликана пандемією COVID-19, зробила особливою гостротою потребу в добре розробленому, обґрунтованому фактичними даними та добре забезпеченому регулюванні. Уряди усього світу були змушені розробляти надзвичайні відповідні заходи у контексті, коли клінічна картина вірусу не була до кінця зрозуміла, та з відсутністю надійної доказової бази щодо ефективності заходів стримування. Особливо чутливою до наслідків пандемії виявилась сфера гостинності і, зокрема, ресторанного бізнесу. Так, за оцінкою McKinsey Global Institute [1], в Європі на ринку праці під загрозою скорочення близько 13,4 мільйона місць в ресторанному бізнесі, близько 11 мільйонів в сфері продажів і роботи з клієнтами в торгових центрах і не продуктивних магазинах.

Адміністрації у всьому світі реагували на кризу за допомогою цілого ряду регуляторних інструментів, включаючи первинне та вторинне законодавство, а також незаконодавчі зміни (наприклад, вони включали послаблення режимів інспекцій, відмову від сплати ліцензійних платежів або терміни) для здійснення термінових реформ, що впливають на цілий ряд напрямки політики, наприклад охорона здоров'я, системи реагування на надзвичайні ситуації, законодавство про конкуренцію. Наприклад, в Італії для готельного і ресторанного бізнесу, сфери туризму, культури та розваг, а також організації заходів передбачено звільнення від ПДВ та соціальних платежів. Державний регулятор у сфері енергетики, мереж і навколишнього середовища ARERA оголосив про зниження роздрібних цін на газ у другому кварталі на 18,3%, на електрику – на 13,5%. В Німеччині передбачені субсидії в розмірі близько трьох мінімальних заробітних плат для мікропідприємців – власників кафе, ресторанів, готелів.

Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на надання додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з розповсюдженням

коронавірусної хвороби (COVID-19)» No. 540-IX [2], передбачає наступні напрямки сприяння бізнесу:

- внесення змін у Податковий кодекс України, згідно з якими суб'єктам господарювання надавалися пільги на період локдауну;
- спрощення процедури державних закупівель товарів, що мають першочергове значення;
- поправки до Кодексу законів про працю, згідно з якими підприємцям надавалася можливість організації дистанційної роботи для працівників, регулювання питання відпусток, тощо.

У світі спостерігалися схожі тенденції державного регулювання економічної кризи, спричиненої пандемією.

Наприклад, у Великобританії уряд запровадив надзвичайне первинне законодавство у березні 2020 року, 70 підзаконних актів, а також низку незаконодавчих змін. Законодавчі зміни надали тимчасові послаблення законодавства про конкуренцію у визначених сферах (наприклад, забезпечення кращої координації поставок продуктів харчування) та послаблення правил тестування транспортних засобів.

У Франції парламент прийняв надзвичайний закон про боротьбу з епідемією COVID-19 у березні 2020 року, який оголосив надзвичайну ситуацію в галузі охорони здоров'я для протидії розповсюдженню коронавірусу, що надає уряду більші повноваження щодо боротьби з поширенням хвороби. Текст законодавства дозволив уряду Франції обмежити свободу пересування та управління людьми своїм указом про реквізицію певних товарів та послуг протягом двох місяців. Законопроект також надає повноваження уряду вживати спеціальних економічних заходів на підтримку французьких компаній, які найбільше постраждали від спалаху вірусу.

Економічна криза, спричинена поширенням коронавірусу COVID-19 ще й досі триває і, за експертними прогнозами, її наслідки ми будемо спостерігати ще декілька років. Державне регулювання у сфері малого та середнього бізнесу, особливо в сфері ресторанної справи, відбувалося за умов надзвичайної ситуації і не завжди діяло бездоганно. Для ефективного подолання кризи необхідні будуть все нові та нові заходи стимулювання та підтримки бізнесу. Зараз засновані спеціальні фонди, робота яких направлена на усунення наслідків економічної кризи, підтримку суб'єктів підприємницької діяльності та заохочення малого та середнього бізнесу. Завдяки пандемії світова модель ведення бізнесу змінюється, змістившись у бік віддаленої роботи та більшого навантаження та сферу доставки. Зрештою, кожна криза обов'язково має як негативні, так і позитивні наслідки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Smit S., Tacke T., Lund S. et al. The future of work in Europe. *McKinsey Global Institute*. 2020. 38 p. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-in-europe>
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України... у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540-20#Text>
3. Мироненко-Шульган О. Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19: правове регулювання фінансової підтримки державою. URL: <https://unba.org.ua/publications/print/5792-malij-biznes-v-umovah-pandemii-covid-19-pravove-regulyuvannya-finansovo-pidtrimki-derzhavoyu.html>

**Настиченко Ю. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПЕРСПЕКТИВИ ОНОВЛЕННЯ ПАРКУ ТЕПЛОВОЗІВ  
В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ**

Однією з основних проблем Укрзалізниці та промислового залізничного транспорту вважають недостатню кількість тягового рухомого складу, його зношеність та потребу в оновленні. Наявний парк тепловозів Укрзалізниці та промислових підприємств є морально і фізично застарілим, рівень його зношеності складає 98% [1]. Завдання оновлення парку тепловозів можна розв'язати двома шляхами: шляхом купівлі нових або шляхом здійснення капітального ремонту існуючого парку, тим самим подовжуючи термін експлуатації наявних тепловозів. Повна зміна парку через купівлю нових сучасних тепловозів потребує значних обсягів фінансових інвестицій, зокрема «оновлення парку тепловозів Укрзалізниці у наступні роки коштує більше 13 млрд грн., в тому числі придбання 40 тепловозів ТЕЗЗАС – 5,2 млрд грн.» [2], яких у достатній кількості немає ні у промислових підприємств ні у ДП «Укрзалізниця». Отже, промислові підприємства, які експлуатують залізничні тепловози та ДП «Укрзалізниця» й надалі балансуватимуть між купівлею нової техніки та капітальним ремонтом, модернізацією і переоснащенням наявного парку. За таких умов постає питання про перспективи розвитку національних підприємств, які спеціалізуються на здійсненні капітальних та поточних ремонтів тепловозів різних моделей та типів.

Західні постсоціалістичні країни, в тому числі ті, що входять до Європейського союзу, експлуатують достатньо велику кількість тепловозів віком більше 40 років, які є популярними через власну простоту. Жана техніка має такі тривалі терміни експлуатації так як підтримується в гарному робочому стані шляхом бережливої експлуатації, своєчасної модернізації, поточного та капітального ремонтів, що може слугувати позитивним досвідом для українських підприємств.

Українські промислові підприємства виготовляють майже усі ключові компоненти тепловозів, національні тепловозоремонтні підприємства мають власну розвинену техніко-економічну базу, виробничі потужності та інфраструктуру, необхідні для виконання усіх видів поточного та капітального ремонтів. Роботи з проведення капітальних, поточних ремонтів та модернізації можливо організовувати одночасно на кількох тепловозоремонтних підприємствах, в тому числі на основі єдиного проекту або типових проектів.

На думку фахівців шляхом модернізації та капітальних ремонтів, здійснених на виробничих потужностях національних підприємств, зменшити гостроту проблеми оновлення парку тепловозів можливо за два-три роки [3]. Це створить часовий лаг тривалістю десять-п'ятнадцять років для відновлення платоспроможності та акумуляції інвестиційних ресурсів підприємствам, які експлуатують залізничні тепловози, для оновлення їх парку. Крім того, за цей час вітчизняні виробники тепловозів матимуть змогу налагодити виробництво нових сучасних локомотивів

Організацію проведення капітальних ремонтів та модернізації тепловозів необхідно здійснювати з урахуванням не стільки віку, а здебільшого технічних характеристик та технічного стану рухомого складу, звертаючи особливу увагу на основні несучі елементи конструкцій тепловозів, а саме на їх залишковий ресурс. Це потребує не тільки науково-експериментальних досліджень та обстеження технічного стану тепловозів, а й економічного обґрунтування доцільності ремонтних робіт. Так, наприклад, економічно недоцільно здійснювати капітальний ремонт тепловозів певної серії та визначених термінів експлуатації, залишковий ресурс яких не перевищує три – п'ять років. «При більшому залишковому ресурсі доцільність та глибина модернізації мають бути підтверджені економічними розрахунками» [4]. Отже прийняття рішення про економічну доцільність та глибину капітального ремонту певної серії тепловоза першочергово необхідно звертати увагу на «фактичний залишковий ресурс металлоконструкцій його основних несучих елементів рами кузова та рам його візків, який оцінюється за результатами спеціальних науково-експериментальних досліджень» [2].

Таким чином, в сучасних умовах, зважаючи на потреби промислових підприємств та ДП «Укрзалізниця» в оновленні рухомого складу, зокрема тепловозів, та брак інвестиційних ресурсів для фінансування визначених потреб, в найближчі декілька років єдиними шляхом зняття гостроти проблеми є капітальний ремонт та модернізація наявного парку. В Україні є достатня кількість ремонтних підприємств, здатних здійснювати якісний капітальний, поточний ремонт, модернізацію та переоснащення тепловозів різних видів та серій. Національним тепловозоремонтним підприємствам необхідно переймати досвід міжнародних компаній для впровадження сучасних технологій модернізації тепловозів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Криклій В. Прагнемо максимального залучення українських підприємств для оновлення рухомого складу Укрзалізниці. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/pragnemo-maksimalnogo-zaluchennya-ukrayinskih-pidpriyemstv-dlya-onovlennya-ruhomogo-skladu-uz-vladislav-krikli>
2. Саболевський А. Для розвитку перевезень у найближчі роки необхідні мільярдні інвестиції в оновлення локомотивів та вагонів. URL: [https://www.uz.gov.ua/press\\_center/up\\_to\\_date\\_topic/497658/](https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/497658/)
4. Чи може Україна випускати сучасні URL: <https://railexpoua.com/novyny/chy-mozhe-ukraina-vypuskaty-suchasni-lokomotyvy/>
5. Потреба у фінансуванні оновлення локомотивного парку Укрзалізниці становить понад 51 млрд грн на 6 років. URL: [https://www.uz.gov.ua/press\\_center/up\\_to\\_date\\_topic/511012/](https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/511012/)
5. Гринько Т.В. Інформаційне забезпечення адаптивного управління інноваційним розвитком машинобудівного підприємства / Т.В. Гринько // Управління розвитком: Збірник наукових робіт, 2010. – №18 (94). – С. 57-61.



**Обора Р. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*  
**АНАЛІЗ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ВИДІВ  
ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ДАНОН КРЕМЕЗ»**

ПрАТ «Данон Кремез» – сучасне підприємство із замкнутим виробничим циклом, високотехнологічним обладнанням та максимальною потужністю виробництва молочної та кисломолочної продукції [1] і це є основний вид діяльності підприємства.

Потужність даного підприємства дозволяє випускати близько 700 тон готового продукту на місяць, а це складає майже 5 млн. упакувань якісної молочної продукції для наших найменших споживачів, тобто дітей раннього віку. Підприємство «Данон Кремез» ставить перед собою головне завдання – використання найкращої української сировини, сучасного обладнання та досвіду міжнародної команди технологів і нутріціоністів, що в підсумку дозволяє виробляти продукт, який відповідає всім найвищим міжнародним стандартам «Данон» для дитячого харчування. Завоювавши довіру у покупців, завдяки високій якості та екологічно чистоті і корисності для здоров'я дітей продукції, близько 70 відсотків її щодня відправляється споживачам далеко за межі рідного міста та області. ПрАТ «Данон Кремез» випускає продукцію яка внесена до видання «Реєстр кращих товарів України – 2000». Неодноразово підприємство відзначалося грамотами і дипломами, та отримало відзнаку «Кращий підприємець Полтавщини – 2018» [1].

ПрАТ «Данон Кремез» окрім традиційних і знайомих нам молокопродуктів таких як – молоко, сметана, кефір, ряжанка, вершки, сир, за новою удосконаленою технологією випускає біокефіри, широкий асортимент питних та перемішаних біойогуртів, різної жирності та в різноманітних упаковках, які досить зручні для покупців і в водночас – екологічні. На підприємстві виробляється продукція таких брендів: «Данон», «Простоквашино», «Простоквашино» для дітей, «Смішарики», «Веселий пастушок» тощо. Наразі, максимальна потужність перероблення молока, виготовлення сиру та кисломолочної продукції складає 112000,0 тон на рік (табл. 1)

**Таблиця 1. Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції**

| № з/п | Основні види продукції                | Обсяг виробництва |             | Обсяг реалізації |             |
|-------|---------------------------------------|-------------------|-------------|------------------|-------------|
|       |                                       | (тони)            | (тис. грн.) | (тони)           | (тис. грн.) |
| 1     | Молоко пастеризоване в асортименті    | 24781             | 255402      | 24747            | 316188      |
| 2     | Сметана в асортименті                 | 9373              | 264348      | 9360             | 307449      |
| 3     | Йогурти в асортименті                 | 1578              | 22150       | 1579             | 25127       |
| 4     | Сир в асортименті                     | 3918              | 220578      | 3900             | 236145      |
| 5     | Кефір кисломолочний в асортименті     | 10288             | 119843      | 10273            | 121498      |
| 6     | Ряжанка «Простоквашино» в асортименті | 1123              | 12863       | 1125             | 14016       |
| 7     | Інші                                  | 2691              | 72217       | 2665             | 76625       |

В таблиці проаналізовано обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції, одним із основних видів продукції є молоко пастеризоване в асортименті, якого було

вироблено 24781 т. на 255 402 тис. грн., що складає 46,1% до всієї виробленої продукції та реалізовано 24747 т. на 316188 тис. грн., що складають 46,13% до всієї реалізованої продукції. Найменший відсоток обсягу виробництва та реалізації продукції складає Рязанка «Простоквашино» в асортименті, яку було вироблено 1123 т. на 12863 тис. грн., що має 2,09% [1].

Окрім цього «Данон Кремез» почав випуск нових різноманітних десертів, кремів, плавлених сирів. Завдяки залученим інвестиціям в сумі 200 млн. грн., відкрито нове спеціалізоване виробництво дитячої молочної продукції «Тьома» на ПрАТ «Кременчуцький міськмолкозавод».

Таким чином, для того, щоб підвищити обсяг виробництва та реалізації продукції, можна виділити наступні основні напрями покращення роботи ПрАТ «Данон Кремез»:

- покращення якості продукції та збільшення об'єму її реалізації;
- зниження собівартості продукції;
- зниження матеріаломісткості та трудомісткості продукції;
- початок виробництва нових видів продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Офіційний веб-сайт Приватного акціонерного товариства «Кременчуцький міськмолкозавод» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://kremez.emitents.net.ua/ua/docs/?fg\\_id=33](http://kremez.emitents.net.ua/ua/docs/?fg_id=33)
2. Річна інформація емітента цінних паперів [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://kremez.emitents.net.ua/files/00446782\\_f4e7f874e1bd1dc694264ef349dfe448.pdf](http://kremez.emitents.net.ua/files/00446782_f4e7f874e1bd1dc694264ef349dfe448.pdf)

**Овсяннікова Д. О., Кривонос С. Р.**

*Дніпровський національний університет ім. Олесь Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Малі та середні підприємства (МСП) повинні конкурувати у глобалізованому світі, де їх навички і знання є зброєю диференціації, яка допомагає їм у досягненні поставлених цілей. Більшість МСП закриваються в перші роки свого існування, бо не розуміють як реагувати на виклики глобальної конкуренції, але їм на заміну з'являються нові, які не повторюють помилок своїх попередників. МСП постійно вдосконалюють свої процеси, стратегії і методи, вивчають нові моделі та застосовують успішний досвід конкурентів для покращення своїх позицій на ринку.

Основою проблем глобалізації є фінансова нестабільність, інноваційність, регулювання ліцензій та податків, права працівників, конкурентоспроможність.

В епоху глобалізації МСП стикаються з такими явищами та проблемами:

- велика ринкова конкуренція;
- глобальна фінансово-економічна криза;
- інформаційні комунікації, технології;
- зміна споживчого профілю і переваг;

- міжнародний демпінг;
- торгові війни;
- міжнародний тероризм;
- вплив ТНК.

МСП вносять значний вклад в економіку країни, тож важливо звертати увагу, як на них впливає глобальна конкуренція. Чисто вітчизняні МСП, продукція яких дуже локалізована і сегментована, найбільше страждають за таких умов. Лібералізація торгівлі дозволяє добре зарекомендувати себе іноземним фірмам, проникати на слаборозвинені внутрішні ринки, але потім місцеві МСП стикаються з безліччю труднощів, щоб продовжити свою комерційну діяльність, створення нових продуктів стає важким процесом для МСП саме через зростання глобальної конкуренції. Подолання фінансових обмежень є передумовою для конкурентоспроможності фірм на глобальному рівні. Поліпшення процесів фінансування, інновацій, інтернаціоналізації, управління, маркетингу, спільної роботи з освітніми установами для навчання людського капіталу розширить можливості МСП для глобальної конкуренції. Глобальна конкуренція змусила фірми приділяти більше уваги своїм бізнес-стратегіям. Компанії спираються на інноваційні продукти і послуги з високою доданою вартістю, бо вони підвищують конкурентоспроможність на глобальному рівні. Для зміцнення бізнесу перенаправляють з галузей з низькою доданою вартістю на нішеві ринки, що визначаються на основі конкретних конкурентних переваг та інноваційних продуктів з високою доданою вартістю. В деяких випадках, зняття державних обмежень допоможе підвищити конкурентоспроможність МСП на світовому ринку.

Світова фінансова криза призвела до зниження міжнародної ліквідності, значного падіння міжнародної торгівлі, зростання безробіття та зниження частки МСП. У зв'язку з цим банки посилюють управління ризиками, отже, кількість відхилень овердрафтів і кредитних заявок від МСП збільшилася. Після економічної кризи частка МСП перевищила обсяги виробництва великих підприємств. МСП можуть вижити в цей період, бо вони мають активний ринок в країні, обсяг якого залежить від сектора фінансових послуг. Уряди практикують нові стратегії захисту МСП від негативних наслідків світової фінансової кризи. Гарантії по кредитах, податкові субсидії, альтернативні джерела фінансування, кредити на дослідження і розробки для заохочення інновацій і нові стартапи – це підтримуюча політика, яка може здійснюватися урядами. Цільові податкові пільги можуть використовуватися для стимулювання зростання МСП, коли відновлення після кризи йде повільно.

Глобалізація була прискорена розвитком інформаційних і комунікаційних технологій (ІКТ). За допомогою Інтернету організації можуть налагоджувати нові міжнародні відносини з новими постачальниками для зниження витрат, з новими клієнтами для збільшення продажів і отримання переваг від зниження витрат на зв'язок, що призводить до підвищення ефективності і прискоренню обробки транзакцій. Крім того, Інтернет – більш корисний маркетинговий інструмент для фірм, які конкурують за ціною. Електронне

середовище надає ряд можливостей МСП, які працюють з дуже обмеженими ресурсами. Отже, більш ефективна адаптація до ІКТ більш необхідна не тільки для оптимізації внутрішнього процесу фірми, а й для входу в електронний бізнес.

В умовах глобалізації ТНК мали значний вплив на економіку приймаючих країн за рахунок місцевих стратегій постачання і використання територіально орієнтованих промислових мереж. Багато місцевих МСП є постачальниками іноземних ТНК. Щоб виробляти якісний продукт за нижчою ціною, дуже важливі технічні знання і ноу-хау. Найбільш визнаний напрямок трансформації технологічних знань – від ТНК до МСП. ТНК не прагнуть передавати свої технологічні знання, аби запобігти їх трансформації з боку МСП.

Сьогодні світ рухається до більш глобалізованої економіки і підприємствам будь-якого типу не може ігнорувати глобалізацію і уникати викликів, породжених глобалізацією. Вплив глобалізації на МСП – це найбільш часто згадувана тема в економічній літературі, оскільки МСП відіграють важливу роль в сферах виробництва, створення робочих місць, боротьби з бідністю, інновацій та економічного розвитку в усіх країнах.

**Овсяннікова Д. О., Попова О. М.**

*Дніпровський національний університет імені. Олеса Гончара (Україна)*

### **ВПЛИВ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ**

Автоматизація – це складова науково-технічного прогресу, що характеризується введенням засобів, технологій, систем керування, які саморегулюються і потребують нижчої трудомісткості процесу.

Автоматизація на підприємстві буває:

- Повна – абсолютно автоматична система виробництва з нульовою кількістю збоїв у процесі, не потребує людського втручання у виробництво.

- Часткова – точкова автоматизація складних для людини процесів, але основна робота виконується робітником.

- Комплексна – людина керує автоматичною системою виробництва.

Кожен вид автоматизації має певний обсяг впливу як на окремі підприємства, так і на економіку України.

Плюси автоматизації:

- пришвидшення роботи виробництва;
- звільнення людини від монотонної або фізично важкої праці;
- зменшення трудомісткості підприємства;
- прийняття беземоційних рішень у разі екстрених ситуацій;
- скорочення часу виконання робочих процесів;
- зменшення кількості нещасних випадків на виробництві.

Мінуси автоматизації:

- зростання рівня безробіття;
- витрати на нове автоматизоване обладнання;
- падіння попиту на певні професії;
- залежність від стану техніки.

Розвиток автоматизації залежить від розвитку технологій, регулювання ринку праці, політики щодо мінімальної зарплати. Автоматизація має значний вплив на рівень безробіття. Багато людей втрачають робочі місця саме через заміну їх новим обладнанням, найбільше ризикують рецепціоністи, продавці, охоронці тощо. У числі безробітних найбільшу частку складає молодь, велика кількість молодих людей, що працюють, знаходяться у межі бідності. Дуже важливо забезпечувати високу якість навчальних програм в університетах та піклуватись про достатній рівень попиту на навички студентів-випускників. В результаті держава утримує непрацюючих, або витрачає кошти на їх перекваліфікацію.

В Україні повна автоматизація майже не відбувається, якщо витрати на робочу силу невисокі, то для підприємця немає сенсу інвестувати в дорогу техніку. Повна автоматизація може стати заміником низькокваліфікованої найманої праці у приватному секторі, а у перспективі стосується і державного сектору економіки, це переважно транспортна сфера і сфера державних послуг. Для держави в пріоритеті зменшення бюрократизму, тож з погляду логіки прибутку велика вартість таких інновацій може відходити на задній план. Популярним є впровадження нових технологій, у промисловості України, саме в контроль за робочою силою.

Часткова автоматизація більш розповсюджене явище, також іноді негативне, але техно-оптимісти стверджують, що нові технології не лише зменшують попит на певні професії, а і створюють попит на професії пов'язані з обслуговуванням і контролем над технікою.

Розвиток автоматизації – це необоротний процес, який має як і позитивний, так і негативний напрями впливу. Впровадження автоматизації допомагає звільнити людей від важкої роботи, підвищити показники ефективності та продуктивності праці, зменшує витрати на оплату праці та рівень бюрократизму. Загалом автоматизація дуже вигідна для підприємств, але цей процес завжди супроводжується великими обсягами витрат і для самих підприємців, і для держави. Обладнання має високу вартість; зростання рівня безробіття веде до збільшення видатків непрацюючим; падіння попиту на одні професії і виникнення інших, нових професій, потребує створення і оновлення програм для закладів вищої освіти, перекваліфікацію викладачів, що також потребує великих грошових вкладень.

#### Список використаних джерел:

1. Автоматизація промисловості та її види [Електронний ресурс]/ Інформаційне агентство Волинь – 2020. – URL: <http://www.volynpost.com/news/171384-avtomatyzaciia-promyslovosti-ta-ii-vydy>
2. В.Л. Тодосійчук. Регіональна економіка: Підручник. – Вінниця, 2008. 434 с.
3. Хвесик М. А., Горбач Л. М., Кулаковський Ю. П. Економіко-правове регулювання природо-користування: Монографія. – К.: Кондор, 2004. – 524 с.



4. Регіональна економіка (регіональна економіка, екологія): методичні вказівки до практичних занять. С.О. Кириченко, С.О. Тульчинська. Київ, 2017. 156с.
5. Гринько Т.В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств. *Економіст*, 2010. – №2. – С. 56-58.

**Охотник А. В.**

*Дніпровський Національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ДИНАМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В УКРАЇНІ**

Динамічний розвиток бізнес-середовища відбувається в конкретних економічних умовах, а також завдяки впливу системи багатьох чинників, які, сприяють процесу розвитку, а з іншого боку, – уповільнюють їх. Велике значення для процесів розвитку підприємницького середовища в країні мають, на нашу думку, зовнішні чинники. Боротьба конкурентів на ринках, поява нових її проявів та методів, посилені вимоги клієнтів потребують в значній мірі рішень, які призведуть до конкурентних переваг підприємствами в сенсі посилення глобалізаційно-інтеграційних перетворень та кризових перетворень в економіці країни.

Незважаючи на певні позитивні зрушення, що вказують на ознаки стабілізаційних процесів у вітчизняній економіці, національна економічна система перебуває в стані кризи і соціально-економічна ситуація в країні все ще залишається складною та неоднозначною.

Значного впливу на хід економічних перетворень, особливо за умов динамічних змін, ключову роль для передумов соціально-економічної трансформації української економіки має розвиток підприємництва, особливо в сферах сучасного бізнесу.

В європейських країнах, особливо, країнах – членах ЄС, малі, а також середнього розміру підприємства становлять майже 100% усіх підприємств та створюють робочі місця для майже 65 млн. громадян, або 70% зайнятого населення європейського простору.

Зростання частини малого бізнесу в підприємницькому секторі країни протягом останнього часу має велике значення для розвитку господарства країни, так як мале підприємництво є чималою ланкою економіки України, що при вдалому використанні відіграти важливу роль для зростання економіки в цілому. Але зайняття в структурі малого бізнесу країни підприємців-фізичних осіб не перекликається з умовами малого бізнесу країн ЄС, так як українські підприємці – це зазвичай самозайнятість в кризових умовах, що не дає можливість отримувати великий прибуток. За стандартами Європейських комісій до SME відносять ті підприємства, в яких чисельність працюючих до 300 осіб і оборотними коштами до 50 млн. євро. Зарубіжний рівень SME за обертанням коштів на одну людину в декілька разів перевищує середній рівень бізнесу в Україні.

Сприяння розвитку малого бізнесу для держави має стати діючим інструментом розвитку середнього бізнесу в країні, який показує негативні тенденції чисельності підприємницьких структур з 2012 року. Важливим для державної політики має стати

напрямок підтримки розвитку бізнес-середовища в країні, а саме: перегляд процедур відкриття та покращення умов ведення підприємницької діяльності, створення комфортних умов та відносно прогнозованих для успішного зростання якості національного підприємництва в подальшому.

Наша країна втрачає позиції у світовому рейтингу країн за показником конкурентоспроможності економіки.

Несприятливими чинниками для бізнес-середовища згідно із дослідженнями світової конкурентоспроможності в Україні визначено (в порядку зниження):

- корупційну складову;
- політично нестабільність;
- інфляційні процеси;
- масштабну бюрократію в державі;
- ускладнення щодо доступу до дешевих кредитів;
- часто зміну уряду;
- неефективну податкову систему;
- непрозорість законодавства;
- неефективне регулювання ринку валюти;
- недостатню якість інфраструктури;
- неефективне управління ринку праці;
- недостатню динамічність інновацій;
- крадіжки та значна злочинність;
- низьку мотивацію персоналу;
- низький рівень системи охорони здоров'я;
- низький рівень освіченість працюючих.

Основними стримуючими факторами розвитку підприємництва, на нашу думку, є нестабільне політичне середовище в Україні та неефективна цінова політика на енергоносії. Посилення кризи у економіці нашої країни може зумовити погіршення розвитку бізнесу в країні на перспективу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Причепя І. В., Мещерякова Т. К. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов. Розвиток підприємництва в Україні :теорія, методологія та практика: колективна монографія. Умань, 2017. 244 с.
2. Панченко В. 50 відтінків малого бізнесу. URL: <http://dda.dp.ua/2017/02/15/50-vidtinkiv-malogo-biznesu/>.

**Патлаха В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ Й ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА  
МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ  
ЗА УМОВ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Суб'єкти малого та середнього підприємництва є важливою складовою частиною та рушійною силою економіки держави, адже забезпечують зайнятість для багатьох громадян і займають значуще місце у формуванні доходів. До того ж вони здатні швидко адаптуватися до нових умов, оскільки їхня діяльність напряму пов'язана з потребами та попитом споживачів, проте це може впливати на соціально-економічні зміни в країні як позитивно, так і негативно.

Нестабільність в період кризи значно позначається на діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. В Україні цей сегмент економіки функціонував доволі проблематично ще до запровадження карантинних обмежень, обумовлених пандемією COVID-19. Це пов'язано з тим, що не всі, закладені державою на рівні законодавчих актів, норми на підтримку суб'єктів малого та середнього підприємництва діють на практиці.

На початку 2020 року світова економіка, включаючи Україну, ввійшла у стан рецесії у зв'язку з поширенням вірусу COVID-19. Для запобігання поширенню пандемії в березні 2020 року були введені жорсткі карантинні обмеження, в тому числі й на функціонування діяльності підприємств. [5, с.51.] Особливо вразливими до економічних наслідків пандемії виявилися саме представники малого та середнього бізнесу [3]. Багато підприємств, зазнавши численних збитків, вимушені були припинити роботу. Інші знайшли вихід зі скрутного становища шляхом впровадження та чіткого дотримання протиепідемічних заходів, затверджених Міністерством охорони здоров'я України, або ж переведенням своєї діяльності в режим «онлайн». Останнє не тільки врятувало суб'єкти господарювання від значних втрат, а й відкрило нові інноваційні можливості. Але, для тих, хто зумів зберегти свій бізнес постала низка проблем. З огляду на те, що малі та середні підприємства відіграють ключову роль в економіці, але не можуть дозволити собі працювати певний період у збиток, адже не мають достатніх запасів, вони потребують реальної підтримки з боку держави. Верховна Рада та Кабмін ухвалили пакети законодавчих змін спрямовані підтримати українців та їхній бізнес під час протидії розповсюдженню коронавірусної хвороби, які передбачають низку тимчасових заходів. Вони стосуються податкових послаблень, звітності бізнесу, скасування деяких платежів та кредитування. [4] Але практика показала, що скористатися державними нововведеннями може бути не тільки проблематично, а й навіть не завжди можливо. Це пов'язано з рядом обмежень до таких урядових програм. Законом України №3275 впроваджене поняття «часткове безробіття», пов'язане з дією карантинних заходів. Роботодавці малих та середніх підприємств, які потрапляють під цю категорію мають змогу отримати допомогу по частковому безробіттю. [2] Також Постановою Кабінету

Міністрів України від 27 травня 2020 р. № 534 було затверджено Державну програму на 2020–2022 роки. [1] Нею передбачена підтримка малого та середнього бізнесу, а саме:

- 1) вирішення проблеми з ліквідністю за допомогою збереження робочих місць, полегшення доступу до фінансів та скорочення витрат;
- 2) розширення доступу до ринків за допомогою спонукання малого та середнього бізнесу до реалізації заходів із соціально-економічного розвитку окремих територій;
- 3) здійснення оптимізації регулювання та полегшення адміністративних процедур для малого та середнього бізнесу, створення ефективної інфраструктури підтримки підприємництва [1].

Отже, за сучасних надскладних умов, що склалися не тільки в Україні, а й загалом у світі, і до того проблемне питання щодо діяльності малого та середнього бізнесу стало дуже актуальними. Суб'єкти малого та середнього підприємництва беззаперечно являють собою підґрунтя для відновлення та нормального функціонування економіки країни. Тому на державному рівні надважливим є забезпечення сприятливого середовища для здійснення ефективної та прибуткової діяльності для даного сектору. Але разом з тим необхідне чітке здійснення інноваційної політики конкретно на підприємстві, що дозволить швидше адаптовуватись до змін та нововведень, які диктує сьогодення. У комплексі такі дії зможуть стати опорою для відновлення та розвитку малого й середнього підприємництва в Україні, і разом з тим для стабілізації вітчизняної економіки в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про затвердження Державної програми стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020-2022 роки: постанова Кабінету Міністрів України від 27 травня 2020 р. № 534. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-derzhavnoyi-programi-stimulyuvannya-ekonomiki-534-270520>
2. Держава допоможе виплачувати зарплату найманим працівникам малого бізнесу під час карантину/Прес-служба Мінекономіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=7b41e360-edcd-4de9-a82c-f354b22600b1&title=DerzhavaDopomozheViplachuvatiZarplatuNaimanimPratsivnikamMalogoBiznesuPidChasKarantinu>
3. Еро О. Як врятувати малий бізнес в умовах карантину? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/opinions/jak-vrjativati-malij-biznes-v-umovah-karantinu-367890/>
4. Квицинская М. В неравных условиях: как государство (не) спасает малый бизнес на карантине. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/05/8/660263/>
5. Пустовіт А. І. Аналіз функціонування підприємств малого бізнесу у період кризи 2020 року / А. І. Пустовіт // Збірник наукових праць ДонНАБА. – 2020. – № 2. – с.51. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://donnaba.edu.ua/journal/images/2-2020-20/48-53.pdf>

**Примак О. П.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Для забезпечення тривалої конкурентоспроможності на сучасному ринку підприємствам необхідно формувати дієву стратегію. Така стратегія має охоплювати основні джерела формування конкурентних переваг відповідно до ланцюжка його цінностей.

Виходячи з такої позиції, стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти за трьома відповідними напрямками: взаємодія з постачальниками, формування ефективного внутрішнього середовища та стосунки зі споживачами.

Найбільш успішні конкурентні стратегії містять зазвичай елементи як наступальної, так і оборонної стратегії.

Суть оборонної стратегії полягає в тому, щоб вплинути на процес прийняття рішень конкурентами і зробити так, щоб вони визнали атаку на позиції підприємства вкрай небажаною. Цього можна домогтися, позбавивши конкурента стимулів для атаки або зміцнюючи бар'єри входження в галузь, а також бар'єри для переходу в інші сектори. А оскільки характер атаки з боку нападників з часом змінюється, необхідні оборонні заходи також будуть різні на різних стадіях процесу.

Вирішальним для оборонної стратегії є визначення сполучної ланки, передбачивши та виявивши дорогі або ризиковані інвестиції, необхідні нападнику. Таким чином, важливий принцип оборонної стратегії полягає в тому, щоб вживати оборонні дії до того, як підвищаться бар'єри для виходу з ринку.

Атакуюче підприємство більше знає про галузь, ніж нападник конкурента, це дозволяє йому правильно передбачати результати застосування нападаючим його стратегії.

Це, в свою чергу, дозволяє підприємству направляти стратегію нападника, щоб мінімізувати її негативний вплив на конкуренцію в галузі.

Розвиток діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства можна забезпечити за рахунок проведення бенчмаркінгу [1].

За даними експертів, у даний час бенчмаркінг входить у трійку найпоширеніших методів управління бізнесом у великих корпораціях. Причина подібної популярності цілком зрозуміла.

Бенчмаркінг – це постійний вимір і порівняння окремо узятим бізнесу-процесу з еталонним процесом ведучої організації з метою збору інформації, що допоможе розглянутому підприємству визначити мета свого удосконалювання і провести заходу щодо поліпшенню роботи.

В даний час не існує єдиної методики виконання бенчмаркінга, але базові принципи бенчмаркінга скрізь однакові. Найбільш відомою вважається модель, що складається з ряду етапів: планування, пошуку, спостереження, аналізу, адаптації.



Результати, яких може очікувати компанія, що прийняла рішення про використання бенчмаркінгового підходу [1]:

- компанія буде точно знати, що вона робить і наскільки добре вона це робить;
- буде досягнуте фокусування організації на кращому зовнішньому досвіді.

Застосування бенчмаркінга складається з чотирьох послідовних дій [2]:

1. Розуміння деталей власних бізнесів-процесів.
2. Аналіз бізнесів-процесів інших компаній.
3. Порівняння результатів своїх процесів з результатами аналізованих компаній.
4. Упровадження необхідних змін для скорочення відриву.

Отже, упровадження запропонованих напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням індивідуального підходу дозволить підприємству посилити конкурентну позицію на споживчому ринку його функціонування.

**Список використаних джерел:**

1. Грюнинг Р. Методы и средства стратегического планирования на фирме. *Проблемы теории и практики управления*. 2018. № 3. С. 52-57.
2. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Київ, 2006. 384 с.
3. Іванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія. Харків : ВД «Інжек», 2006. 384 с.
4. Ярошенко С. П. Принципы конкурентоспособности сферы материального производства. *Регіональні перспективи*. 2016. №1 (2). С. 37-39.

**Різак Д.В.**

*Дніпровський національний університет ім. О. Гончара (Україна)*

**ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ**

На сьогоднішній день у світі з'являється все більше новітніх технологій. Сільське господарство не є винятком. Впровадження таких технологій має свої певні переваги: підвищення продуктивності праці, збільшення обсягу продукції, зменшення ресурсів і т.д.

Ця тема є актуальною, тому що у ХХ столітті більш дорогоцінним стає час та здоров'я людей. Від неякісної продукції, вирощеної на хімічних добривах заради "товарного" виду, зіпсованої продукції, яка втратила свій термін дію під час занадто довгого транспортування, у людей виникають важкі хвороби, такі як захворювання серця, проблеми людей з ЖКТ та онкологічні захворювання. На жаль, з кожним роком їх стає все більше. Для уникнення більш прогресивного розвитку хвороб важливо піклуватися про якість продуктів харчування.

Новітні відкриття у сільському господарстві:

- 1) Нещодавно в Україні 15 лютого у 2020 році, у місті Енергодар відбулася конференція "Прибуткове виноградарство – 2020", на якій зібралися вітчизняні

виноградарі. На цьому заході обговорювали самі актуальні питання галузі та визначали пріоритети на новий сезон. Одним із доповідачів був Віктор Георгійович Хейфец. Це – фізик, дійсний член академії “Євромех”, який розповів про новітню технологію. Вона являє собою ланцюжок гідроударів та ультразвукового резонансного поля. Цей ланцюжок переробляє водну суміш з мінералоїду, що легко розчиняється у лужних сумішах, в регулятор сорту найвищого сорту для рослин. До цього її переробляли з торфу. Цей новітній регулятор росту дуже сильно впливає на рослину, зменшує можливість будь-якого захворювання та покращує обсяг врожаю. Крім того, залишки, що витісняються з рослин під час обробки обприскувачем по рослині, примножують кількість гумусу у ґрунті [1].

2) Також українські науковці минулого літа переробили курячий послід та створили екологічно чисте, високоякісне прикореневе рідке біоактивне добриво.

3) У сучасному світі досить швидко розвиваються ІТ-технології, наприклад – система управління підприємством АгроКонтролер. Тому використання цих технологій не є чимось дивним, таких як використання картографії. Цей спосіб дозволяє в одне натискання кнопки дізнатися площу ділянки, культуру, яка на ній вирощується, середні показники родючості, історію попередніх посівів, останню дату внесення добрив, рельєфність ділянки.

4) Після вирощування врожаю потрібно його транспортувати та зберігати. В цьому питанні допомагають логістичні компанії. Вони підбирають оптимальні шляхи доставки продукції. Одною з великих проблем у сільському господарстві є виснажуванням землі. ІТ-компанії дозволяють, за допомоги аналізування та планування, максимально зменшити негативний вплив культури, кліматичних умов на ґрунт. Також збільшити ефективність внесення добрив, використання пестицидів.

5) Нещодавно з’явилась технологія eFarmer. eFarmer – це обладнання, яке виконує функцію "Паралельне керування". Воно дозволяє слідкувати за переміщенням техніки, керувати нею за допомогою смартфона, складати звіти про виконану роботу. Тобто, цей модуль дозволяє одній людині керувати декількома транспортними засобами одночасно[2].

6) Також з’явилась технологія “точкове внесення добрив”. Компанія “Bueling” запропонувала світові систему точкового внесення рідких добрив. Головне завдання цієї системи – це оприскування не всієї рослини, а саме кореневу систему. За допомогою датчиків, система контролює висоту 5-7 см від землі, що дозволяє економити кількість внесеного добрива.

7) Проблема транспортування продуктів є досить гострою, тому деякі компанії починають вирощувати досить екзотичні продукти харчування. Наприклад, компанія “Трін Тім” вирощує у південній частині України такі культури як: цибулю-шалот, селеру, батат, рис та інше [3].

Отже, у цій статті наведено достатня кількість різноманітних інноваційних технологій. Я вважаю, що Україна має досить гарні перспективи та ресурси на рахунок

розвитку сільського господарства. Також є можливість розробляти все нові й нові технології, які забезпечать людство користю вирощених продуктів харчування. Завдяки цим технологіям врожай буде більш якісним, а процес збирання – швидшим.

**Список використаних джерел:**

1. UHBDP [Електронний ресурс] <https://uhbdp.org/ua/news/innovatsiji-v-apk/1165-oglyad-ukrajinskikh-sistem-avtomatizatsiji-agrobiznesu>.
2. Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва [Електронний ресурс] <https://uhbdp.org/ua/news/innovatsiji-v-apk/1306-it-innovatsii-v-ahro-biznesi-8-kliuchovykh-napriamkiv-pro-iaki-vam-varto-diznatys>.
3. Головна платформа агробізнесу [Електронний ресурс] <https://propozitsiya.com/ua/strategichni-manevry-grin-tim>
4. Технології в сільському господарстві [Електронний ресурс] <https://aggeek.net/ru-blog/tochnoe-vnesenie-innovatsionnye-tehnologii-dostupnye-v-ukraine>

**Різник А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах високої конкуренції на світовому ринку все актуальнішими для вітчизняних виробників стають питання підвищення конкурентоспроможності їх на внутрішньому та зовнішньому ринках. Порівняно малі виробництва є досить слабо розвинені, ринки їхнього збуту обмежені, а як таких власних торгових марок вони не мають, проте їхня реалізація продукції є більш вигідною в Україні, а ніж експортувати її за кордон. Стосовно великих підприємств, то вони є експортноорієнтовані. Приблизно 30% усього випуску продукції йде на світовий ринок.

Ключовим чинником конкурентоспроможності підприємства в наш час є ведення бізнесу, заснованого на ефективній логістиці. У науковій та практичній діяльності саме логістика вважається важливим елементом, хоча як напрям економічної науки, вона почала розвиватися нещодавно. Проте, коли постійно підвищується конкуренція поміж підприємствами, успішні організації акцентують увагу на тому, щоб економічні процеси управлялися логістичною концепцією.

При цьому обізнаність у логістиці завжди піддається змінам та оновленню, а бізнес постійно застосовує та розширює її область. В економіці більшості країн формування різних логістичних мереж та ланцюгів відбувається на основі інновацій.

Господарське середовище ґрунтує науку о логістиці на базі праць, що розроблялися у військових та математичних колах, та на надбаннях, що дали споріднені бізнес-дисципліни по управлінню запасами, імітаційному моделюванню, дослідженню операцій тощо.

Зараз у підприємницькій логістиці відбувається формування власних предметів та об'єктів, що досліджуються, які ще неповністю опрацьовані та дискусійні.

Ціллю логістичного підходу в управлінні підприємствами є забезпечити раціональні поточкові процеси в межах системи, що керується, беручи до уваги єдиний матеріало-провідний ланцюг, окремі частини якого інтегруються на таких рівнях як технічний, технологічний, економічний та методологічний, а витрати часу і ресурсів мінімізуються завдяки оптимальному наскрізному управлінню такими потоками як матеріальний, інформаційний та фінансовий. Отже, управляти виробництвом та реалізацією шляхом логістики – це цілеспрямовано впливати на її потоки для того, щоб синхронізувати їх взаємодію та досягти синергійний ефект [2].

У загальній системі управління підприємством логістичному управлінню відводиться роль головної підсистеми, спрямованість якої – досягти стратегічні та тактичні цілі для того, щоб підприємство розвивалось. Стратегічні цілі реалізуються завдяки логістичному управлінню в таких сферах діяльності як інвестиційна, інноваційна, виробнича, фінансова, кадрова та інформаційна.

Якщо логістично управляються всі поточкові процеси в ланцюзі «закупівля ресурсів – транспортування – виробництво – складування – реалізація – сервісне обслуговування кінцевих споживачів», то це сприяє тактичним цілям підприємства [3].

Кожне підприємство загальну мету господарювання конкретизує підцілями, які окреслюються необхідністю оптимізувати та раціоналізувати підприємницьку діяльність, розвивати інфраструктуру системи логістики, враховуючи чинне законодавство про те, як у виробництві та товарному обміні створюється сучасна матеріально-технічна база, активно використовувати прогресивні інформаційні технології [1].

Господарювання усіх підприємств можна описати постійно повторюваним процесом, тому логістичному управлінню виробництвом та реалізацією дозволено надати виду замкненого управлінського циклу, що має постійно повторюватися. До логістичного управління як циклічного процесу треба підійти, використовуючи структурний, процесний та функціональний підходи, які мають тісний зв'язок.

Отже, логістичне управління ставить за мету реалізовувати та узгоджувати економічні інтереси тих, хто безпосередньо та опосередковано приймає участь у підприємницьких процесах, використовуючи ресурси найбільш ефективно в обставинах господарської діяльності, які існують в сучасному бізнес-середовищі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гусейнова Н. Ю. Способы анализа логистической стратегии сбытовой деятельности предприятий. *Економіка та держава*. 2016. № 12. С. 59-64.
2. Забуранна Л.В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2010. № 7. С. 120-123.
3. Velychko O., Velychko L. Logistical modelling of managerial decisions in social and marketing business systems. *Journal of International Studies*. 2017. № 10. P. 206-219.

**Русан О. О.**

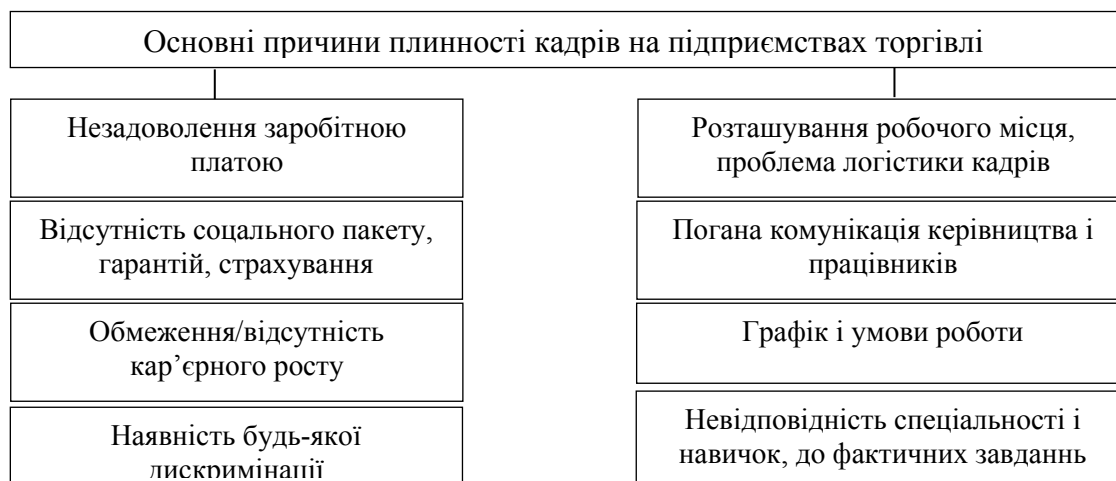
*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ПЛИННІСТЬ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ**

Вектор економічного розвитку, спрямований у бік ринкового господарювання, спровокував новий погляд на ключову складову бізнесу – людські ресурси. Зазвичай висока плинність кадрів є серйозною проблемою для підприємства і може призвести до тяжких наслідків, як результат, підприємство ризикує знизити власну ефективність в діяльності торгівлі і навіть отримати поганий рівень прибутків. Виділяють кілька основних причин плинності кадрів, їх наведено на рис. 1.

Основними складовими негативних наслідків плинності кадрів є:

- недостатня ефективність в період адаптації на робочому місці;
- збільшення кількості псування товарів, нещасних випадків через некомпетентність нових кадрів;
- моральна несумісність працівників, що може провокувати конфлікти між ними або між керівництвом;
- незацікавленість нових працівників у підприємстві і використання його для отримання тимчасового місця роботи (підробіток);
- зниження ефективності працівників перед звільненням;
- втрата часу на пошук нового працівника, і загальне зниження ефективності торгівлі через вільне місце.



**Рис. 1. Основні причини плинності кадрів на підприємствах торгівлі**

Експерти в сфері управління персоналом говорять про те, що в жодній компанії не може бути рівень плинності рівним 0, так як хоч одна людина за рік має обов'язково піти в армію, чи на пенсію. При цьому нормальним показник вважається на рівні від 5 до 30%, залежно від посади співробітників, стажу, спеціальності, рівня освіти, галузі підприємства



і т.д. [1]. Наприклад, виділяють загальний рівень плинності працівників за кваліфікацією (табл. 1).

**Таблиця 1. Загальний рівень плинності працівників за кваліфікацією**

| <i>Рівень кваліфікації</i>            | <i>Показник плинності кадрів, %</i> |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Співробітники без кваліфікації        | 30 – 50                             |
| Співробітники з низькою кваліфікацією | 20 – 30                             |
| Рядові співробітники                  | 5 – 20                              |
| Менеджери середньої ланки             | 8 – 10                              |
| Керівники вищого ступеню              | 0 – 2                               |

В сфері торгівлі плинність є одною з найвищих, за міжнародною статистикою, і в середньому досягає 45%. Це пов'язано з тим, що в світі є багато фірм, які пропонують звичайні товари, які можна продавати без додаткових маркетингових зусиль чи певних систем продажу. Процес продажу товарів зазвичай проводять низькокваліфіковані працівники і співробітники без кваліфікації. Вони виконують не надто складну фізично чи розумову працю. Плинність продавців зазвичай пов'язана через основний фактор зміни місця роботи – заробітня плата. А що якщо немає можливості постійно підвищувати оклади? Виділяють декілька альтернатив фінансовому зростанню:

1. Кар'єрне зростання – просування по «кар'єрних сходах» на фірмі.
2. Професійне зростання – отримання професійних навичок і стажу.
3. Особисте зростання – створення підґрунтя для саморозвитку і самовираження на підприємстві.

Нами пропонуються додаткові методи інтеграції співробітників, що, як наслідок, знизить плинність кадрів:

1. Забезпечити стабільну систему взаємодії кадрів між собою і заохочувати співробітників на кооперування; застосування зрозумілих систем організації робочого процесу торгівлі, щоб працівник зміг ефективно реалізовувати товари на продаж.
2. Оплачувати заробітню плату на належному рівні і створити систему оплати додаткової зарплати і премій за перевиконання планів продажів.
3. Виховування у працівників дисципліни до праці, трудової активності і творчої ініціативи шляхом різних заохочувань і встановленням правил.
4. Введення унікальних режимів роботи для забезпечення мінливості в кадрах. Додатково, по можливості, можна встановити гнучкі часи роботи.
5. Використання різноманітних способів оцінки праці. Це може бути суб'єктивна оцінка як підприємства, так і клієнтів.
6. Організація робочих місць, тобто оснащення їх необхідними і сучасними засобами, що допоможуть покращити результати торгівлі [2; 3].

Вказане вище направлення на зниження плинності кадрів на підприємстві. Найголовніше – не обмежувати працівників, намагаючись утримати їх на одному місці,

а навпаки розвивати їх, як розвиваєте власний бізнес, бо співробітники підприємства – частина підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посіб. Київ : Кондор, 2003. 296 с.
2. Фрідман А. Плинність кадрів: можливості і втрати. *Менеджмент і менеджер*. 2005. № 4. С. 48.
3. Борисова Е. Плинність кадрів. Буває, вона небажана, але неминуча. *Служба кадрів*. 2003. № 11. С. 19– 21.

**Савельєв В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЗВИТОК ТЕОРІЙ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ**

Проблема збільшення результатів праці цікавила людей з давніх часів на стадії появи суспільного виробництва. Науковці і практики досліджували, яким чином можна спонукати людей до ефективнішої праці.

Одним із перших проблему мотивації досліджував Адам Сміт. Він у своїй праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» сформулював концепцію «економічної людини», яка керується у своїй діяльності особистими економічними інтересами і потребами та прагне до покращення свого економічного становища. Крім того, А. Сміт звернув увагу на наявність залежності розміру заробітної плати і результатів праці. Він писав, що щедра винагорода за працю підвищує працелюбність. За умов високої заробітної плати працівники продуктивніше працюватимуть, будуть більш слухняними і кмітливими [1].

Розвинув думку А. Сміта про вплив заробітної плати на продуктивність праці Ф. Тейлор (засновник «школи наукового управління») в праці «Принципи наукового управління». На його думку, однією із причин того, що працівники виконують завдання повільно, без ентузіазму, є рівна оплата праці для всього персоналу.

Таким чином, працівники не зацікавлені збільшувати продуктивність праці, оскільки їх заробіток не враховує кількість виготовленої ними продукції. Відповідно до цього, Ф. Тейлор запропонував «систему уроків», за яких працівник отримує детальні інструкції з описом уроку, який він повинен виконати, часу на окремі роботи, і ресурсів, потрібних для роботи. У випадку успішного і вчасного виконання працівником уроку, йому виплачується надбавка в розмірі 30-100% від заробітної плати. На думку Ф. Тейлора, гроші є найважливішим мотивом трудової діяльності [2].

Однак з розвитком економічної думки, економіки і збільшенням суспільного добробуту дослідники дійшли думки, що не лише матеріальна складова мотивує працівників.

Першим таку ідею висловив Е. Мейо, засновник «школи людських ресурсів», у праці «Людські проблеми індустріальної цивілізації». Провівши Хоторнські експерименти, він дослідив, що основним чинником підвищення продуктивності праці є не матеріальна

винагорода чи умови праці, а морально-психологічні чинники, наприклад, соціальний статус працівника в колективі, соціально-психологічний клімат в колективі, можливість спілкуватись зі співробітниками.

Наступним етапом у вивченні сутності та механізму мотивації було дослідження її психологічних аспектів (Дж. Роттер, К. Роджерс та ін.).

Зміни поведінки під час взаємодії з іншими людьми досліджено у теорії соціального навчання Дж. Роттера. Обираючи модель поведінки, людина сподівається на підкріплення, цінність якого визначається бажанням одержати це підкріплення. Очікування та цінність підкріплення пов'язані із задоволенням потреб визнання, статусу; захищеності; домінування; самостійності; любові і прив'язаності інших людей; фізичного комфорту.

На думку К. Роджерса, найважливішим мотивом у виборі типу поведінки є потреба розвитку й удосконалення (актуалізації). Людина обирає поведінку, що сприяє її актуалізації, і уникає ситуацій, які не дають можливості розвивати її якості та вроджені здібності [3].

Найбільш детально проблема мотивації досліджувалась авторами сучасних теорій мотивації.

Ф. Герцберг у праці «Мотивація до роботи» розробив двохфакторну теорію мотивації. В результаті дослідження серед працівників, він визначив фактори, які викликають задоволення та невдоволення працівників роботою. До факторів, що приводили до задоволення працею, респонденти віднесли ті, що пов'язані із змістом роботи, з можливостями професійного росту. Такі чинники названо мотиваційними. Факторами, що призводять до невдоволення, респонденти віднесли характеристики лінійного керівництва, міжособистісні відносини, фізичні умови праці, заробітну плату, політику компанії та стиль управління, пільги для працівників, надійність та стабільність роботи.

Отже, проаналізувавши різні тлумачення поняття «мотивація», можна зробити висновки, що усі вони зводяться до чотирьох значень: процес впливу на працівників суб'єктом управління за допомогою комплексу засобів з метою формування необхідного типу поведінки для досягнення цілей підприємства; процес усвідомленого вибору працівником певного типу поведінки під впливом зовнішніх і внутрішніх сил; сукупність зовнішніх і внутрішніх сил, що впливають на працівника і визначають його поведінку, активізують до діяльності; внутрішній стан працівника, що визначається його потребами та інтересами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бала В.В. Процес мотивації персоналу підприємства та його складові. *Технологический аудит и резервы производства*. 2016. № 3(3). С. 46-50.
2. Мотивація персоналу: підручник / за заг. ред. А.М. Колот. Київ, 2017. 337 с.
3. Маринич І.А. Мотивація як фактор підвищення ефективності праці працівників. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. № 15. С. 376-380.

**Д-р екон. наук Семенча І. Є.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПІДХОДИ БІЗНЕС-ДІАГНОСТИКИ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ  
АНАЛІТИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ  
В ДОСЛІДЖЕННІ СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ**

Кожне підприємство, що ставить за мету своє ефективне функціонування на ринку, прагне отримання прибутку, в певний момент своєї діяльності повинно замислюватись над оцінюванням свого наявного стану та ставити таке завдання перед собою, адже досягнення стратегічних планів неможливо в умовах невизначеності свого положення та нерозуміння власного стану. Для цього існують методи бізнес-діагностики як управлінський інструмент поточного контролю.

Питаннями бізнес-діагностики займалось не так багато вчених, особливо узагальненням підходів в її межах. Відомі в цьому напрямку дослідження вітчизняних вчених Біловол Р.І., Кулікова П.М., Лук'янової В.В., Москаленко В.П., Пластун О.Л., Скриньковського Р.М., Слободян Н.Г., Швиданенко Г.О., Дмитренко А.І. [1-7].

Метою даного дослідження є систематизувати підходи у бізнес-діагностиці та розглянути її як аналітичний інструментарій в діяльності менеджменту підприємств з врахуванням закону розвитку систем.

Як відомо, за законом розвитку систем підприємство за своє життя може проходити низку етапів: виникнення, становлення, формування, сталості та прогресивного/регресивного розвитку. Зрозуміло, що на кожному з етапів підприємство буде мати свої певні завдання, буде характеризуватися певною, притаманною для цього стану економічною поведінкою, потребуватиме окремих, специфічних саме для цього етапу управлінських заходів та рішень. На наше переконання, особливими повинні бути і методи бізнес-діагностики, адекватно підібрані під особливості етапу та систематизовані під конкретні запити менеджменту та ринку.

Отже, за результатами нашого дослідження для організації ефективного управління підприємствами пропонуємо такі групи методів бізнес-діагностики у відповідності до етапів розвитку підприємств:

1. Система методів бізнес-діагностики на етапі становлення підприємства: SWOT-аналіз; метод порівняльного аналізу – різновиди; методи діагностики цінової політики та стратегії підприємства – різновиди; методи діагностики комунікаційної політики та стратегії підприємства – різновиди; методи діагностики збутової політики та стратегії підприємства – різновиди.

2. Система методів бізнес-діагностики на етапі формування підприємства: методи діагностики стану трудового колективу підприємства; ознаки для проведення діагностики стану формування іміджу; методи формування правил та процедур основних процесів на підприємстві.

3. Система методів бізнес-діагностики на етапі стійкості підприємства: набір суттєвих чинників в діяльності підприємства для здійснення порівняльного аналізу

з конкурентами, визначення свого стану конкурентоспроможності; методи аналізу стану ділової репутації підприємства; методи діагностики стану мотивації персоналу підприємства; діагностика стану продажу – якісні та кількісні методи; методика аналізу якості на підприємства – методологія ISO.

4. Система методів бізнес-діагностики на етапі інноваційного розвитку підприємства: набір ознак-маркерів, що говоримуть про необхідність впровадження інновацій на підприємстві; методи діагностики інжинірингу бізнес-процесів; методи діагностики реінжинірингу бізнес-процесів; методи діагностики реорганізації на підприємстві

5. Система методів бізнес-діагностики на кризовому етапі розвитку підприємства: метод ретроспективного аналізу; методи економіко-математичного аналізу стану підприємства; метод горизонтального та вертикального аналізу; методи діагностики кризового стану – маркери, норми та відхилення за ними; методи діагностики стану банкрутства підприємства.

Таким чином, запропонований підхід здійснення бізнес-діагностики у відповідності до стану його розвитку надає менеджменту підприємства більш ефективно та оперативно підбирати аналітичний інструментарій. Крім того, проведена систематизація методів дозволить в кожній практичній ситуації управління легко орієнтуватися у підборі аналітичного інструментарію, не витрачаючи часу на самостійний їх відбір.

#### **Список використаних джерел:**

1. Біловол Р.І. Систематизація сутності та видів діагностики соціально-економічних систем. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2013. Т. 18. Вип. 1. С. 25–34.
2. Куліков П.М. Діагностика стану підприємства : навч. посібн. Х. : ХНЕУ, 2011. 227 с.
3. Лук'янова В.В. Сучасний стан теоретичних основ діагностики діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. Т. 1. № 3. С. 52–58.
4. Москаленко В.П., Пластун О.Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа для діагностики його банкрутства. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 6. С. 180–192.
5. Скриньковський Р.М. Комплексна діагностика розвитку підприємства: концепція, параметри, методи. *Економіка. Управління. Інновації*. 2015. № 1 (13). URL : [http://nbuv.gov.ua/jpdf/eui\\_2015\\_1\\_33.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/eui_2015_1_33.pdf) (дата звернення 19.10.2020 р.)
6. Слободян Н.Г. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах: методологія і практика. *Економічний аналіз : зб. наук. пр. ТНЕУ*. 2014. Т. 18. № 2. С. 239–245.
7. Швиданенко Г.О., Дмитренко А.І. Бізнес-діагностика підприємства : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2013. 448 с.

**Сотула В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*  
**РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ МІНІМІЗАЦІЯ  
В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

На сьогоднішній день одним з найголовніших аспектів підприємницької діяльності є ризик. Зазвичай, під час здійснення підприємницької діяльності, а особливо таких етапів, як планування та розвиток, уникнути ризиків не можливо. Нажаль більшість з керівників приватних підприємств, не можуть вдало вийти з ризикової ситуації, через це з'являються



негативні наслідки. В Україні ці ризики зумовлюються через такі умови: політична, економічна та фінансова. Зазначимо, що існування ризиків постійне, вони являються вагомим багажем, навіть, якщо підприємство функціонує за найсприятливіших умов. Підприємства, щоб забезпечувати ефективну економічну діяльність аналізують всі ризики, а саме оцінюють ризики та їх вплив на діяльність підприємства та обчислюють всі наслідки.

Слід зауважити, що трапляються дві категорії ризиків для підприємств, такі як: загальні, вони спільні для всіх підприємств, а також індивідуальні. Ці ризики виникають для кожного напрямку діяльності окремо. У літературі зустрічається безліч роз'яснень, що таке «ризик», саме через це ускладнюється вивчення цієї категорії. Зазвичай ризик трактується як ймовірність виникнення ситуації, яку розглядають, подію або вірогідність. Водночас ризик – це ймовірність відхилення наявного результату від очікуваного [2, с. 153-155]. Одними з перших передумов ризику є те, що підприємства не можуть визначитися та прийняти конкретне рішення.

Окрім того, що ризик поділяють на спільний та індивідуальний, його також поділяють на такі основні види як: фінансовий, комерційний, виробничий, ринковий та інвестиційний ризики.

Фінансовий ризик виникає під час здійснення фінансування підприємництва. На вид цього ризику впливають такі фактори як обмеження на валютно-грошові операції, неплатоспроможність однієї з сторін фінансової угоди та багато подібного.

Комерційний ризик – пов'язаний з наданням послуг та під час процесу реалізації закуплених товарів підприємцем. Вплив таких факторів як: «невигідна зміна ціни за купованих засобів виробництва, втрата товару в процесі обігу, збільшення витрат обсягу та зниження ціни, за якою реалізується продукція» має значну вагу для розвитку цього виду ризику.

Цей вид ризику пов'язаний з реалізацією та виробництвом продукції, здійсненням яких-небудь видів виробничої діяльності. Виробничий ризик формується під час скорочення зазначеного обсягу реалізації та виробництва, дефекти виробів, зниження цін, перевищення планових, трудових та матеріальних затрат.

Причиною ринкового ризику являються коливання котрі можуть відбутися у ринкових відсоткових ставках національної грошової одиниці або закордонних курсів валют.

Інвестиційний ризик пов'язаний із знецінюванням інвестиційно-фінансового портфеля, котрий складається з вчасних придбань цінних паперів.

Будь-який ризик має залежність від партнерів по операції, для того щоб хоч якось забезпечити себе від ризиків та прийняти рішення про доцільність участі потенційних партнерів у здійсненні проекту відбувається аналіз ризиків.

Для того, щоб мінімізувати ризики підприємницької діяльності в ринковій економіці потрібно: перерозподілити всі інвестовані кошти, встановити ліміт граничних витрат, застосувати диференціацію коштів, а саме відшкодування збитків, самострахування, тобто створення грошових та натуральних страхових фондів, а також укласти угоди, пошук інформації, передача ризику.

Не лише у теперішній, нелегкий для економіки України час, підприємницька діяльність – ризик, а завжди. Для ефективної діяльності підприємств, потрібно не тільки

уникати ризиків, але й управляти ними, тобто, оцінювати ризики, знаходити шляхи подолання та приймати сміливі та нетрадиційні рішення. Щоб зберегти на ринку позиції та бути конкурентноспроможним підприємство повинно уміти мінімізувати ризики та ефективно використовувати методи їх оцінки. Однією з головних проблем управління ризиками являється відсутність системного апарату, а також комплексного підходів, тому підприємствам доцільно розробляти засоби та заходи, котрі будуть запобігати виникненню ризиків у своїй діяльності.

Вітчизняним підприємствам потрібно впроваджувати таку систему, як: управління ризиками. Вона дасть змогу збільшити ефективність діяльності підприємств, а також визначить причини ризиків, та обере заходи, щоб мінімізувати вплив, або нейтралізувати їх взагалі.

**Список використаних джерел:**

1. Письменна Т.В. Фінансові ризики в господарській діяльності підприємства. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2015. № 3(27). С. 151–158.
2. Свідерська А. Поняття та класифікація ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Галицький економічний вісник. 2014. Т. 46. № 3. С. 113–121.
3. Нескородев С.М., Грачова О.О. Дослідження сутності управління фінансовими ризиками підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. № 47. С. 132–136.

**Сотула В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Перехід України до ринкової системи економічного розвитку сприяв розквіту малого бізнесу. Його початковим завданням стало формування та наповнення ринку послугами та товарами, а також підтримання здорової конкуренції та зменшення монополізму. За рахунок малого бізнесу в країні розширилась кількість робочих місць. Протягом усіх років існування незалежної України і до теперішнього часу, стан розвитку малого бізнесу в державі має певні труднощі, не зважаючи навіть на всі реформи, які проводилися для підтримки малого бізнесу, оскільки проблемою є відсутність чіткого механізму які могли б допомагати роботі малим підприємствам. Через такі умови як: посилення конкуренції та глобалізація національної економічної системи, підприємства малого бізнесу зазнають великих проблем. Становище яке є невідгідним для малого бізнесу це зростання виробничих обсягів, тобто саме ця проблема є їхньою слабкою стороною у порівнянні з великими підприємствами. Також негативним показником є й обмежений доступ малих підприємств до можливості залучення фінансових ресурсів та стартового капіталу, для того, щоб залучити нові технології, інформації та кадрові ресурси. Через вище наведені умови лише одна з усіх сфер, котрі є у малому бізнесі, а саме народне господарство найбільше зросла серед інших.

Перевагами малого бізнесу є більш легке застосування всіх змін в економіці країни, знаходження ніші, що є у виробництві товарів та наданні послуг, виконання робіт, а також

вони ретельно та оперативно освоюють нові види випуску продукції, підприємства малого бізнесу швидко та якісно реагують на всі вимоги ринку. Саме ці підприємства забезпечують одну з більших ефективності капіталовкладень у виробництво, котрі стосуються обсягу коштів, та терміном їх віддачі, також саме ці суб'єкти господарювання потребують найменшого рівня інвестицій.

Відтоді, коли відбулося забезпечення нормативно – правових умов, котрі сприяють функціонуванню для малого бізнесу, він почав займати своє місце в ринковій економіці України. В наш час більша кількість приватних підприємців не мають сумніву, стосовно переваг які має спрощена система оподаткування, звітності та обліку. З прикрістю, але дієвість з боку держави не є настільки ефективною, як у інших провідних країн світу, тобто малий бізнес не займає належного місця у структурі національної економіки України, виходи з цього малі приватні підприємства мають ряд проблем різного роду. Тому стратегічно важливим напрямком дій всіх шарів влади, залишається вирішення цих питань сьогодні.

Проблема розвитку малого бізнесу на території України базується на структурі постачання, а саме практичній відсутності у співпраці з великими підприємствами, роздробленості та посередництва на посередницьких операціях.

Враховуючи те, що велике значення для країни займає розвиток малого бізнесу, то для того, щоб закріпити його позиції в економіці України потрібно впорядкувати механізм оподаткування обліку та звітності, а також необхідним є забезпечення стабільних нормативно-правових умов для створення та функціонування підприємств малого бізнесу.

Виходячи з цього, малий бізнес вкрай необхідний для будь-якої ринкової економіки, оскільки без цього компонента суспільство та економіка не можуть не тільки розвиватися, але навіть й існувати. Мале підприємство являється найбільш масовою, а також гнучкою та динамічною формою ділового життя, оскільки великий капітал й визначає рівень виробничого та науково – технічного потенціалу, але головним розвитком країн котрі мають ринкову систему господарювання являється малий бізнес. Саме сектор малого підприємництва забезпечує функціонуванню великій кількості національних ресурсів, які є для великих та середніх підприємств живильним середовищем.

Підсумовуючи попереднє, можна сміливо сказати, що відродження та розвиток малого бізнесу в Україні є вкрай необхідним. Оскільки становлення великої кількості суб'єктів малого бізнесу має позитивне бачення для національної економіки, а це в значній мірі впливає на створення сучасної ринкової економіки із соціальною спрямованістю.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фліссак Н. Малий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Вісник податкової служби України. – 2004. – № 44. – С. 30-35. <http://referat-ok.com.ua/ekonomichna-teoriya/malii-biznes-v-ukrajini-stan-ta-problemi-rozvitku>
2. А. О. Крисак, О. С. Мусятовська. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. Економічна наука. Економіка та держава №12/2018. [http://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2018/16.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/12_2018/16.pdf)
3. Фліссак Н. Малий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Вісник податкової служби України. – 2004. – № 40. – С. 31-36. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0117697-04#Text>

4. Гнатцов О. Г. Малий бізнес в Україні: від стратегії зростання до стратегії розвитку // Збірник матеріалів конференції „Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні”, УПСК, 2006 с.61-65. <https://works.doklad.ru/view/IkJStpOzhEA.html>
5. Яворівський Г.Й. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні // Збірник матеріалів конференції „Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні”, УПСК, 2006 с. 52-54. <http://agroua.net/economics/documents/category-92/doc-82/>

**Старун А. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЗРОБКА ПРОГРАМИ  
РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Об'єктом реструктуризації на окремому підприємстві може виступати практично будь-яка діяльність. Спектр застосування реструктуризації досить широкий – від кадрової політики до стратегії розвитку і навіть місії. Об'єктом здійснення реструктуризації може бути і сфера, що виходить за рамки окремого підприємства – об'єкта реструктуризації, а також частина зовнішнього середовища, що не відноситься до даного підприємства, але грає вагомую роль в його розвитку [1].

Таким чином, під реструктуризацією в широкому сенсі можна розуміти будь-які зміни в різних структурах підприємства – організаційної, функціональної, структурі власності. Реструктуризація в більш глибокому розумінні – це комплексна зміна, оновлення всіх сфер діяльності підприємства, включаючи трансформацію структури бізнесу в більш ефективну і конкурентоспроможну.

Реструктуризація підприємства проводиться з метою:

- вирішення певних економічних і соціальних завдань;
- зміни розподілу власності і контролю над діяльністю підприємства;
- залучення інвестицій у виробництво;
- збільшення вартості підприємства;
- вирішення конфліктів між окремими підрозділами підприємства, а також між філіями і центральним апаратом [3].

Залежно від ситуації на підприємстві здійснюються заходи оперативного та довгострокового характеру. Оперативна реструктуризація спрямована на вирішення найбільш гострих економічних і фінансових проблем в короткостроковому періоді, а стратегічна орієнтована на досягнення цілей, що стоять перед підприємством в довгостроковій перспективі [2].

Стратегічна реструктуризація включає:

- аналіз сфер діяльності підприємства;
- розробку стратегії маркетингу, варіантної стратегії розвитку підприємства (що включає в себе розробку постачальницько-збутової політики підприємства), цінової політики та стратегії, фінансової та інвестиційної політики;
- бізнес-планування на основі обраного варіанта стратегії розвитку;
- організацію виконання бізнес-плану.

Результатом успішного проведення стратегічної реструктуризації є зростання чистої поточної вартості майбутніх доходів, ефективності та конкурентоспроможності та ринкової вартості власного капіталу в довгостроковій перспективі, а оперативної реструктуризації – створення умов ефективного функціонування і розвитку підприємства, при яких воно починає отримувати стабільні доходи і тому стає інвестиційно привабливим.

При розробці програми реструктуризації необхідно враховувати специфіку галузі, яка визначається багато в чому еластичністю попиту на її товари і послуги, а також наявність кваліфікованої робочої сили і її вартість, значення і перспективи розвитку галузі в зв'язку з неминучістю структурної перебудови. Особливе значення має можливість реалізації конкретних процедур реструктуризації без затримок, обмежень, додатково тільки погоджень. В іншому випадку знижується ефективність реалізації програми. Отже, при розробці програми реструктуризації необхідно чітко визначити джерела, механізми фінансування та терміни реструктуризації [1].

Таким чином, програма реструктуризації підприємства має включати:

- чітко сформульовані цілі та напрямки реструктуризації;
- порядок і критерії прийняття рішень про реструктуризацію;
- способи реструктуризації;
- кошти, необхідні для проведення реструктуризації, і механізм фінансування;
- терміни реструктуризації;
- заходи щодо стимулювання реструктуризації компанії;
- заходи, що забезпечують соціальний захист працівників компанії;
- порядок взаємодії з місцевими органами влади в ході реструктуризації;
- порядок взаємодії з компаніями, такими, що підлягають реструктуризації;
- перелік нормативно-правових документів, що забезпечують спосіб реструктуризації.

Для багатьох вітчизняних підприємств поточною метою реструктуризації є недопущення банкрутства, а в подальшому – досягнення ними і створеними на їх базі новими структурами фінансової стійкості. Це дозволить забезпечити їх стабільне й ефективне функціонування, збільшити обсяг надходжень до бюджетів, а також оздоровити соціальну обстановку за рахунок збільшення кількості робочих місць та формування відповідної стратегії розвитку.

#### Список використаних джерел:

1. Кругляк А.М. Управління процесами реструктуризації як форма фінансового оздоровлення підприємства // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – №20. – С. 45-49.
2. Лепьохіна І.О. Сутність та зміст фінансової реструктуризації підприємства / І.О. Лепьохіна // Економіка та підприємництво. – 2017. – № 3. – С. 171–175.
3. Міхов Л.І. Фінансова реструктуризація / Л.І. Міхов, Л.М. Каліна // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – №2. – С. 57–60.
4. Гринько Т. В. Наукові підходи до оцінки ефективності діяльності суб'єктів підприємництва / Т. В. Гринько, Д.Д. Головка // Modern economics, 2018. – № 11. – С. 51-57. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V11\(2018\)-08](https://doi.org/10.31521/modecon.V11(2018)-08).



**Стрюков В. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
НЕЗАЛЕЖНОЇ ПРИВАТНОЇ ПРАКТИКИ МЕДИЧНИХ СЕСТЕР**

Спрямованість України до Європейського союзу, глобалізація економіки, не стабільність економічних та політичних процесів, які відбуваються в Україні, кадрова криза в медицині, низька заробітна плата надважкі умови праці, змушують медичних працівників, як лікарів так і медичних сестер, «шукати себе» в інших професіях або мігрувати до держав з кращими можливостями для реалізації особистості.

Зміна ролі медичної сестри від технічного виконавця до повноправного партнера – ця ідея не нова, але в нашій країні панує переконання, як серед пацієнтів так і самих медиків, відносно домінуючого місця лікаря в команді яка працює з пацієнтом. У багатьох розвинених державах медична сестра є самостійною, в межах медсестринського процесу, та служить основою первинної ланки охорони здоров'я. В світі все більш формується поняття «медсестринська практика» як окремий вид медичних послуг [1]. Законодавство України регламентує медичну практику [2], але тільки для лікарів, отже середній медичний персонал не може надавати медсестринських послуг. Тим самим практична діяльність та кар'єрний зріст медичної сестри обмежені рамками лікувально – профілактичного закладу. Як наслідок обмеження можливостей кар'єрного зростання це відсутність перспектив та спроможності поліпшити якість особистого життя [3].

Медична наукова спільнота приділяє особливу увагу – медичним технологіям, інноваційним методам лікування тощо, також проблематика ринку праці медичних працівників, особливо середнього медичного персоналу, залишається поза увагою вітчизняних науковців з державного управління, менеджменту, економіки та фінансів. Питання «медсестринської практики» не є дослідженим.

Для з'ясування попиту на послуги приватної «медсестринської практики» була створена анкета в google формі, було проанкетовано 78 респондентів. Головними питаннями формалізованого опитування були:

1. Де виконувались призначення сімейного лікаря:

- 35 респондентів – поліклініка /амбулаторія знаходиться далеко або не зручно добиратися;
- 15 респондентів – хворий дуже стара людина;
- 38 респондентів – для тяжко хворого.

2. Чи оплачувалась робота медичної сестри на дому після виконання призначень сімейного лікаря:

- 24 респондента – так, але це була символічна оплата;
- 38 респондентів – так, після попереднього узгодження з виконавцем;
- 16 респондентів – ні, це була моя знайома.

3. Чи були труднощі при пошуку медичної сестри для виконання призначень сімейного лікаря на дому:

- 10 респондентів – труднощів не було, звернувся до приватної клініки;
- 12 респондентів – труднощів не було, порадили знайомі;
- 9 респондентів – труднощі були, дуже завелика ціна на послуги;
- 6 респондентів – труднощі були спочатку потім побачили об'яву медсестри яка пропонувала свої послуги;
- 41 респондент – досвіду не було.

4. Ціна на послуги медичної сестри на дому завелика чи прийнятна:

- 27 респондентів – завелика тому, що ця діяльність не законна;
- 22 респондента – завелика тому, що заробітна плата медичної сестри замала;
- 26 респондентів – завелика тому, що пропозицій послуг медичної сестри на дому замало;
- 3 респондента – ціна на послуги медичної сестри прийнятна.

Для з'ясування готовності медичних сестер до приватної медичної практики була створена анкета в google формі, було проанкетовано 94 респондента, 32 респондента мають більше 20 років професійного стажу роботи, 30 респондентів від 10 до 20 років стажу роботи, 17 респондентів від 5 до 10 років стажу роботи, 15 респондентів до 5 років стажу роботи. Кваліфікаційна категорія респондентів наступна: 47 респондентів мають вищу кваліфікаційну категорію, 21 респондент – перша кваліфікаційна категорія, 19 респондентів – друга кваліфікаційна категорія, 7 респондентів це молоді спеціалісти. Головне питання формалізованого опитування – Чи готові Ви стати підприємцем та здійснювати незалежну медичну практику як медсестра? Відповіді на це питання розподілились наступним чином:

- 63 респондента – так, моїх знань та професійного стажу досить для здійснення цієї практики, але потрібні чітко розроблені правила/протоколи;
- 16 респондентів – так, не дивлячись на малий професійний стаж моїх знань та навичок достатньо для здійснення цієї практики;
- 11 респондентів – ні, потрібно ще удосконалити знання та навички виконуючи професійні обов'язки в лікувально – профілактичному закладі;
- 4 респондента – ні, мене влаштовує робота в лікувально – профілактичному закладі.

Виходячи із опитування можна зробити висновок, що не дивлячись на відсутність законодавчої бази ринок праці приватної медичної практики медсестер існує, при цьому сторони усвідомлюють незаконність цих дій та відповідальність. Для остаточного висновку о готовності до приватної практики в межах функцій медсестер потрібно провести більш детальніше наукове дослідження. Однак вже можна стверджувати, що ці питання мають перспективи подальшого розвитку при вирішенні яких матимуть економічний та соціальний ефект.

#### **Список використаних джерел:**

1. Абашник Н. М. Роль медичної сестри в Україні та у світі. *Медсестринство*, 2020 №4. С. 7–10. <https://doi.org/10.11603/2411-1597.2019.4.10828>
2. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України, Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 23. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>
3. Вороніна А. В., Ніколаєва К. М. Проблеми та перспективи розвитку ринку праці в Україні. *Молодий вчений*, 2015. № 2(1). С. 167-170.

**Ступак О. В.**

*Дніпровський Національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ДИСПРОПОРЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК  
В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ**

Глобалізація, суттєві технологічні зрушення, зміна характеру праці, просторові нерівномірності, диспропорції економічного, соціального та екологічного характеру, і нові виклики, які постали у 2020 році, негативно впливають рівень та якість населення усіх регіонів України.

При цьому на розвиток регіональних економік найбільший вплив має доступ або його відсутність до природних, людських, фінансових та енергетичних ресурсів. На думку науковців, глибокі диспропорції розвитку регіональних економік стримують впровадження заходів державної регіональної політики щодо економічного розвитку регіонів, обмежують можливості співробітництва окремих регіонів, негативно впливають на функціонування внутрішніх ринків, як наслідок, регіональні економіки є слабкими та чутливими до різного роду змін, що врешті-решт призводить соціальної нерівності в суспільстві.

Більше того, проблеми, що їх спричинює диспропорційність (а саме невикористання потенціалу розвитку територій, розшарування населення за рівнями доходів, знелюднення територій, економічна анклавізація, відсутність стимулів до розвитку) спричинюють і низку інших проблем, що гостро постають на заваді економічному зростанню та покращенню рівнів життя населення.

Враховуючи те, що застосування напрацьованого традиційного інструментарію регулювання диспропорцій, зокрема усунення депресивності територій, стимулювання окремих точок зростання в регіонах, проведення структурних трансформацій дає тимчасовий позитивний ефект, найбільш оптимальними засобами вирішення таких питань як диспропорційність розвитку регіонів, є розробка та впровадження стратегій регіонального розвитку, здатних мобілізувати децентралізовані ресурси регіонального розвитку для вирішення таких чотирьох груп проблем: 1) національні (або державні) проблеми, тому що регіони входять до складу однієї держави і державні програми суттєво впливають на розвиток регіональних економік; 2) відмінності розвитку регіонів, які залежать від ретроспективних тенденцій, природних ресурсів, культурних факторів та демографічної ситуації; 3) сучасні тенденції розвитку регіональних економік, що обумовлені галузевою структурою регіональних економік, наявністю суб'єктів господарювання, доступом до фінансових, людських та інтелектуальних ресурсів; 4) проблеми забезпечення фінансової спроможності.

В Україні, задля забезпечення економічного зростання на регіональному рівні, конкурентоспроможності регіональних економік за рахунок раціонального використання місцевого потенціалу, ефективної зайнятості населення регіонів розроблено Державну стратегію регіонального розвитку на 2021-2027 роки, якою визначено три стратегічні цілі: «формування згуртованої держави в соціальному, гуманітарному, економічному, екологічному, безпековому та просторовому вимірах; підвищення рівня конкурентоспроможності

регіонів; розбудова ефективного багаторівневого врядування), оперативні цілі та основні завдання».

Подальший регіональний розвиток в Україні має відбуватися, зважаючи на певні державні пріоритети, відповідно до яких на регіональному рівні необхідно:

по-перше, розвивати економічні, інфраструктурні та соціально-культурні зв'язки як на місцевому, так і на регіональному, так і на національному рівнях;

по-друге, сприяти економічному зростанню регіонів з низьким рівнем соціального та економічного розвитку в контексті досягнення національних цілей сталого розвитку;

по-третє, забезпечити доступ усіх громадян, незалежно від місця проживання, до якісних послуг, відповідальність за надання яких несуть органи державної влади та органи місцевого самоврядування.

Ці та інші цілі, завдання та пріоритети абсолютно корелюють з іншими стратегічними документами. Зокрема, у Стратегії національної безпеки України основними напрями діяльності держави на регіональному рівні є розвиток ринкової конкуренції, забезпечення демонополізації економіки та детінізації господарських відносин; забезпечення дерегуляції та не допущення тиску на бізнес; створення конкурентних умов для залучення інвестицій; реформування земельних відносин; модернізація транспортної інфраструктури та інші.

Також слід погодитися з думками науковців, що розвиток регіональних економік може бути досягнутий за рахунок зростання обсягів виробництва та збуту продукції, товарів та послуг (у тому числі не фінансових послуг); розширення зовнішніх зв'язків та здійснення зовнішньої торгівлі; залучення іноземних інвестицій та здійснення капітальних інвестицій. Усі згадані чинники розвитку регіональних економік різноманітні, коротко- і довгострокового, сильного і слабого впливу, вимірювані і такі, що важко піддаються оцінці; в сукупності усі вони тривалий час формують структуру регіональних економік та міжрегіональні зв'язки, позначаються на інтенсивності економічного зростання, ринкових флуктуаціях, добробуті громадян, тому і рішення державних та місцевих органів влади мають бути обґрунтованими.

Підсумовуючи зазначимо, що усунення регіональних економічних диспропорцій та створення достойних умов проживання громадян є однією з функцій держави. І зважаючи на таку роль, держави розробляють стратегії регіонального розвитку з урахуванням конкурентних переваг регіонів, проблем та нових викликів. В Україні, як і в зарубіжних країнах, використовується такий підхід до регулювання розвитку економіки на регіональному рівні і, відповідно до нової стратегії, регіональна політика в Україні передбачає концентрацію усіх доступних ресурсів задля досягнення економічних (зростання ВРП, усунення диспропорцій), соціальних (скорочення бідності, зростання доходів місцевого населення) та екологічних (раціональне використання обмежених природних ресурсів) цілей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Перепелюкова О. В. (2019). Диспропорції регіонального розвитку в умовах системних трансформацій. *Проблеми економіки*. № 4 (42). С. 88-95.
2. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова № 695 КМУ від 5 серпня 2020 р., Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України від 14 вересня 2020 року № 392/2020. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>
4. Шевченко О. В. Диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів України: сутність, оцінка, стратегічне регулювання : монографія. Київ : НУОУ, 2020. 300 с.
5. Шевченко О. В. Сценарії стратегічного регулювання диспропорцій розвитку регіонів на основі когнітивно-імітаційного моделювання. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 121–132.

**Тімар В. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ  
СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Соціально-відповідальний маркетинг, який в сучасних умовах досить активно впроваджується в усьому світі, набуває актуальності й для українських компаній, виступаючи важливим фактором підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

З метою запровадження соціально-відповідального маркетингу, підприємствам слід «досягнути балансу між такими, нерідко конфліктуючими, критеріями, як прибуток компанії, задоволення потреб споживачів та інтереси суспільства» [1].

Соціально-відповідальним маркетингом є концепція управління маркетингом, заснована на принципах, що відповідають наявним соціальним цілям та стандартам, основними з них є: відповідальність перед споживачами, орієнтація на споживачів; відповідальність перед персоналом.

Соціальну відповідальність необхідно розглядати на основі узгодження із загальною стратегією компанії, так як, націленість підприємства на довготермінові перспективи призводить до намагання задовольнити очікування споживачів відносно власної продукції чи послуг та разом з цим одночасно формувати високі соціальні стандарти, через власний внесок у забезпечення якісного рівня життя суспільства.

Маркетингова діяльність на основі принципів соціальної відповідальності, здійснюється у наступних напрямках: повага до своїх клієнтів (споживачів продукції, товарів, робіт, послуг); управління споживчою поведінкою; запобігання зловживаннями продуктом; управління відповідальністю в ланцюгах поставок; трактування постачальників партнерами; взаємодія зі стейкхолдерами; запровадження послідовних стандартів.

У процесі переорієнтації на засади соціально-відповідального маркетингу підприємство повинне визначити основні аспекти свого маркетингового впливу, пов'язані із усіма його операціями, продуктами, послугами, відносинами і всередині підприємства, і ззовні [1]. З цією метою доцільно застосовувати поняття «істотності», що являє собою фільтр, який виділяє релевантну інформацію із великого кола проблем, на які впливає бізнес, а отже, й маркетинг підприємства. Важливі аспекти маркетингу можуть торкатись вузьких,



сегментарних або загальних питань маркетингової діяльності підприємств, які формують сприйняття підприємства як такого, що позитивно або негативно впливає на стейкхолдерів.

Для впровадження соціально-орієнтованого маркетингу необхідно дотримуватись наступних вимог:

- основною метою підприємства повинно стати задоволення об'єктивних, здорових очікувань споживачів у відповідності до гуманних інтересів суспільства;
- підприємству необхідно постійно займатись пошуком можливостей для виробництва нових товарів та продукції, які можуть більш повно задовольнити потреби споживачів;
- підприємству слід відмовитися від виробництва і реалізації товарів, які мають суперечність інтересам покупців якщо вони шкідливі для споживача і суспільства в цілому;
- підприємства повинні створювати й впроваджувати в діяльність програми соціально-економічного розвитку, що задовольняють інтереси самого підприємства і його трудового колективу, крім того є корисними для регіонального соціального розвитку.

Зазначимо, що дотримання зазначених вимог можливе тоді, коли підприємство «цілком самостійно, діє в умовах конкурентного ринку, а його управління базується на гуманних, морально-етичних принципах, що дозволяють долати колективний егоїзм» [2].

Таким чином, сучасна концепція соціального маркетингу виступає принципово новим, креативним підходом до регулювання соціальних змін і соціальних процесів у демократичному, ринковому суспільстві. Для підприємства, що сповідує принципи соціального маркетингу – це формування позитивного іміджу, покращення якості управління діяльністю (зростання продуктивності праці працівників, зменшення операційних витрат, зростання продажів і формування лояльності клієнтів), покращення інвестиційної привабливості та, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародних ринках, а для країни і суспільства в цілому – ефективний шлях розв'язання соціальних проблем.

З метою розповсюдження та активного розвитку соціально-орієнтованого маркетингу в нашій країні необхідно більш активно і широко пропагувати досвід ведення бізнесу на засадах концепції соціального маркетингу із використанням різних комунікаційних каналів; створити інформаційну базу даних про соціальні проекти в сфері маркетингу.

#### Список використаних джерел:

1. Kotler P. (2011) Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative URL: [http://www.marketingpower.com/SUM\\_2011.4/reinventing\\_marketing\\_manage.aspx](http://www.marketingpower.com/SUM_2011.4/reinventing_marketing_manage.aspx).
2. Єжов-Маряєв С. О. Соціально-орієнтований маркетинг в діяльності підприємств торгівлі: URL: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/KNP/2\\_13/knp213\\_7-11.pd](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/KNP/2_13/knp213_7-11.pd)
4. Тімар І. В. Мирошник Р. А. Маркетингова комунікаційна діяльність в мережі Інтернет. *Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни* -Дніпро: Біла К.О. 2018. С. 95–97.

**Тупікова К. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ІНЖИНІРИНГУ**

В умовах сьогодення, для оптимального вирішення поточних проблем, фірмам необхідно покращувати свій бізнес шляхом введення інноваційних методів і засобів його ведення, при цьому має значення моніторинг наявної ситуації у внутрішньому середовищі фірми та адаптація процесу виробництва. Розв'язок наявних проблем стає раціональнішим з використанням методологічних засад інжинірингу. Мають місце наступні методологічні положення [1]:

1. Запровадження методів створення та ведення бізнесу залежно від принципів бізнес-інжинірингу (проектування, конструкція, адаптація та моніторинг моделей систем бізнесу, впровадження оптимальних моделей, аналіз результатів взаємодії і змін відповідно до зовнішнього середовища фірми).

2. Детальне розкриття моделей, систем та інструментів керування бізнесом, принципів його підсистем та ключових структур бізнес-системи, а також, відповідне виконання функцій на різних рівнях бізнес-ієрархії.

3. Показ результатів узагальнення ведення бізнесу у стандартні інформаційні блоки.

Інжиніринг є системою принципів та методів ведення бізнесу для задоволення потреб і мети, які є основоположенням для існування підприємства. Зазвичай, інжинірингові послуги надають спеціалізовані інжинірингові фірми. Основою бізнес-інжинірингу є оптимальна стратегія для конкретної фірми. Іншими словами, інжиніринг бізнесу це комплекс заходів по удосконаленню певного бізнесу. Також на даному етапі розвитку економіки та організації виробництва, реінжиніринг бізнес-процесів (РПБ) як комплекс заходів управління бізнесом, що забезпечує переоцінку певних аспектів бізнесу. Поняття реінжиніринг має на увазі комплекс заходів, які мають на меті розробку нової концепції компанії шляхом перепроєктування вже існуючих процесів. М. Хаммерон, Т. Давенпорт і Дж. Чампі вважали інжиніринг – «...фундаментальним переосмисленням і радикальним перепроєктуванням бізнес-процесів для досягнення суттєвих покращень у групі показників ефективності підприємства...» [1].

Метою будь-якого бізнес-процесу є пошук такого товару або послуги, які будуть задовольняти потреби споживача за різними критеріями (ціна, якість і т. д.). Важливим етапом для досягнення цієї мети є описання бізнес-процесів, тобто детальне вивчення суб'єктів цього процесу, а також часу і способів, які наблизять підприємство до заданих цілей.

Способом виконання власних функцій та безпосереднього досягання цілей є адаптація до зовнішніх чинників, відповідно до яких і оновлюється бізнес процеси. До таких зовнішніх чинників можна віднести: створення нової пропозиції товару чи послугу, знаходження оптимальних умов договору із замовниками та постачальниками та інші. Завданням модифікації бізнес- процесів є уникнення затримок і нераціональних витрат.

Дійсно, зовнішнє середовище має величезний вплив на ведення та організацію бізнесу, саме тому використовуються бізнес моделі. Модель бізнесу – це метод показу зразку бізнесу (його систем, підсистем та компонентів) шляхом наглядної демонстрації деталізованої моделі бізнес процесів, яке робиться з метою знаходження та вирішення ряду проблем та питань. Це допомагає знайти так звані «вузькі місця» та знайти способи їх оптимізації відповідно до наявних ресурсів та цілей підприємства.

Вченими економістами на протязі розвитку організації виробництва та економіки в цілому, були розроблені певні засоби інструментальної демонстрації створених моделей бізнесу. До них можна віднести [1]:

1. DFD (Data Flow Diagrams) – діаграми потоків даних;
2. SADT (Structured Analysis and Design Techniques) – метод структурного аналізу і проектування моделі і відповідні функціональні діаграми;
3. ERD (Entity-Relationship Diagrams) – діаграми «сутність – зв'язок».

Є певна послідовність моделювання БП: Постановка цілей – Моделювання та апробація – Адаптація.

Нині, підприємства можуть демонструвати поточну ситуацію виробництва задля вирішення якихось питань за допомогою математичних, фізичних, аналогових та комп'ютерних моделей. Використовуючи одну з цих видів моделей (або групи моделей) фірма може створювати зовнішню модель (взаємодія бізнесу з навколишніми умовам), внутрішню модель (взаємодія робочих компонентів організації виробництва, їх функціонування та ефективність задіяних ресурсів), організаційну модель (демонстрація ситуації у бізнесі після впровадження певних змін) та інформаційну модель (інформаційне забезпечення та комунікація фірми).

Підсумовуючи дану інформацію, можна зробити висновки про те, що інжиніринг – це комплекс методів проектування та демонстрації певної бізнес моделі на підприємстві. Процес інжинірингу може бути представлений у вигляді інжинірингових послуг, які мають місце і на ринку України.

Інжиніринг як багатоцільовий інструментарій співробітництва, створює можливості для взаємодії на різних стадії спорудження, підготовки та функціонування об'єктів виробництва [2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства. URL: [https://pidru4niki.com/1914021847719/informatika/zovnishnye\\_vnutrishnye\\_seredovischa\\_pidpriyemstva](https://pidru4niki.com/1914021847719/informatika/zovnishnye_vnutrishnye_seredovischa_pidpriyemstva).
2. Вікіпедія: Інжиніринг. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

**Хлистун Я. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ  
РАКЕТНО-КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Ракетно-космічна галузь є одним з визначальних чинників становлення економіки інноваційного типу. Адже, ракетно-космічна індустрія розглядається як важлива складова сталого соціально-економічного розвитку й запорука національної безпеки. Наявність власних ракетно-космічних засобів істотно сприяє проведенню зваженої державної політики відповідно до прийнятих стратегій розвитку, концепцій і програм у політичній, економічній, соціальній, воєнній, екологічній, науково-технологічній, інформаційній та інших сферах. Дослідження сутності, особливостей, результатів і наслідків комерціалізації інноваційних технологій космічної галузі на основі поєднання науково-дослідної, інвестиційної та виробничої діяльності є вирішальним для визначення факторів і умов успішної реалізації програми розвитку галузі, пошуку перспективних напрямків розвитку космічної індустрії і економіки країни в цілому.

Функціонування та розвиток вітчизняної ракетно-космічної галузі відбувається у динамічно мінливих зовнішніх і внутрішніх умов. Серед ключових трендів – поява нових гравців і зростання конкуренції на міжнародному ринку космічних послуг, збільшення швидкості технологічних змін, вплив негативних наслідків глобальної фінансово-економічної кризи, необхідність підвищення ефективності використання бюджетних коштів. В сучасних умовах особливого значення набуває завдання підвищення адаптивних властивостей вітчизняної ракетно-космічної галузі, розширення її здібностей до змін, що забезпечує своєчасне і ефективне реагування на нові виклики і ризики. На сьогоднішній день підходить до забезпечення інноваційного розвитку становлять предмет значної кількості досліджень в науково-дослідній літературі [3]. Питання про ключові суб'єкти інноваційного розвитку, про роль держави в інноваційному розвитку і т. ін. мають дискусійний характер. Разом з тим необхідно відзначити використання системного підходу до інноваційного розвитку та набуття ним в умовах прискорення науково-технічного прогресу принципового значення не тільки в теоретичному, але і практичному плані [2]. Це визначається потребою в реалізації системних заходів по використанню розробок у виробництві.

Державне підприємство «КБ «Південне»», через свою специфіку праці, має велику кількість задіяних у сфері НДДКР робітників, більше половини від загальної кількості, обсяг реалізованої інноваційної продукції займає більшу частину всього випуску. Через це підприємство має інноваційну, наукову цінність для держави як монополіст у сфері космічних послуг національного рівня. Серед інноваційних проектів є різні види ракет, комплектуючі до них, двигуни, супутники наземні комплекси станції для проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських експериментальних робіт, проект місячної промислово-дослідної станції, орбітальний сервіс, між орбітальний буксир, видалення космічного

сміття, анти-астероїд. На всі інноваційні проекти підприємство отримує щорічно десятки патентів та займається розробкою спільно з іноземними співвиконавцями або власними силами для наукових цілей, впровадження у діяльність чи на продаж. Витрачає на ці проекти ДП «КБ «Південне»» власні кошти, отримує фінансування від держави, окремо фінансування розробок на замовлення Міністерства оборони України військового призначення, іноземні інвестори та співвиконавці.

В сучасних умовах забезпечення стійкості при інноваційному розвитку підприємства пов'язано зі створенням системи, яка охоплює як всі рівні управління (стратегічний, тактичний, оперативний), так і його функціональні напрямки (фінанси, кадри, маркетинг, персонал, логістика) [1]. Очевидна тенденція до інтеграції стратегічного та інноваційного управління, оскільки для підприємств ракетно-космічної галузі головним фактором досягнення успіху на ринку стають постійні інновації.

Сучасний етап організаційного розвитку суб'єктів господарювання в еволюції теорій стратегічного менеджменту, який характеризує період управління стратегічними змінами, підтверджує необхідність включення інновацій і змін в повсякденне життя суб'єктів господарювання ракетно-космічної галузі [4]. Нове тисячоліття визначило розвиток теорії стратегічного управління, теорії інноваційного управління та їх синтез як фундамент процесу управління інноваційним розвитком. Стратегічне управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання ракетно-космічної галузі необхідно розглядати як частину стратегічного менеджменту і як підсистему загального менеджменту з наявністю предмета управління, цілей і завдань. Стратегічне управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання покликане вирішувати питання планування та реалізації інноваційних, інвестиційних проектів, воно пов'язане з процесом передбачення змін в економічній діяльності організацій, пошуку і впровадження великомасштабних стратегічних рішень, що забезпечують виживання і сталий розвиток за рахунок виявлених майбутніх чинників успіху.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Науково-методичне забезпечення управління ризиками інноваційної діяльності на промислових підприємствах. *Економіка та підприємництво: зб. наук. пр.* / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Київ: КНЕУ, 2017. № 39. С. 267-278.
2. Захарченков О. С. Проблеми інноваційного розвитку промислових підприємств в Україні та формування стратегій інноваційних перетворень. *Бізнес Інформ.* № 2. 2012. С. 57– 61.
3. Grynko T., Gviniashvili T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management. *Економічний часопис-XXI*, 2017. №165 (5-6). С. 80-83.
4. Hviniashvili T., Rezchikov V. Innovative component of national economic security. *Österreichisches Multiscience Journal* (Innsbruck, Austria), 2019. VOL 2, No22. С. 7-11.



**Черкашин Д. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РЕГУЛЮВАННЯ СТРУКТУРИ ПЕРСОНАЛУ  
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Провідну роль в управлінні персоналом підприємства займає регулювання його структури. Структура персоналу підприємства визначає залежність окремих груп персоналу від його різноманітних класифікаційних ознак. Основними класифікаційними ознаками є категорія групи робітників, кваліфікація, вік, стать, ступінь механізації праці, стаж роботи, професія, спеціальність та інше [1].

Весь персонал підприємства прийнято поділяти на дві категорії:

- промислово-виробничий персонал, котрий займається виробництвом продукції, а також обслуговуванням цього процесу;
- непромисловий персонал – зазвичай працівники житлово-комунального господарства, дитячих і медико-санітарних установ, що знаходяться у підпорядкуванні підприємства.

За характером функцій які виконує персонал підприємства його розмежовують у чотири категорії: керівники, спеціалісти, службовці, робітники.

Робітників підприємства поділяють у групи за рівнем кваліфікації. За цим напрямом виділяють чотири групи робітників:

До першої групи належать висококваліфіковані робітники. Вони реалізують непрості і дуже важливі процеси. Висококваліфіковані робітники спеціально підготовлені, керуються навичками і знаннями в межах спеціальності, оперують великим практичним досвідом, інколи, у конкретно визначені проміжки часу стажуються.

До другої групи відносять кваліфікованих робітників. Вони концентруються на виконанні складних робіт. Кваліфіковані робітники мають достатню підготовку і навички роботи.

Третьою групою вважаються малокваліфіковані робітники. Їх діяльність сконцентрована на виконанні малокваліфікованих завдань. Працівники цієї групи не потребують значних витрат часу на навчання, тому вони виконують прості, зрозумілі функції.

До четвертої групи належать некваліфіковані робітники. Перед ними ставляться завдання, які не потребують попередньої підготовки і навчання. Працівники цієї групи не виконують складні завдання, а беруть участь у допоміжних процесах.

Лише кваліфікований персонал може відноситись до категорій службовців, спеціалістів і керівників. В залежності від освітнього рівня і навичок роботи у певній сфері підприємства спеціалістів групують на:

- спеціалістів найвищого кваліфікаційного рівня (такими працівниками є особи, що отримали наукові ступені і звання);
- спеціалістів вищого кваліфікаційного рівня;
- спеціалістів середнього кваліфікаційного рівня (це особи, що здобули освіту у вузах першого рівня акредитації);

– спеціалістів-практиків (працівники, що виконують посадові обов'язки спеціаліста, але не отримали спеціальної для цього освіти).

Структура персоналу підприємств України прагне покращення. А саме, збільшення частини кваліфікованих і висококваліфікованих робітників у питомій чисельності, зменшення кількості робітників, що зайняті у виконанні немеханізованих операцій, також, на роботах зі складними та небезпечними умовами праці [3].

Шляхом вирішення проблеми може бути зменшення чисельності робітників, частка яких на підприємствах є значною в результаті недостатнього рівня механізації виробничих процесів. Вирішити це питання можливо також за допомогою інноваційного підходу до виробництва продукції, тобто застосування новітніх технологій [2].

На нашу думку, можливий варіант, при якому підприємство при виготовленні продукції віддає перевагу її якості. В такому разі, збільшується попит на ринку праці.

Кваліфікована робоча сила користується перевагою, тому що фахівці даного сегменту ринку мають вищу освіту і здатність до плідної креативної роботи. Тому при виробництві складних видів продукції, якість яких неодмінно повинна відповідати стандартам, перелік процесів виробництва прагне участі працівників з вищою освітою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Марчук М.М. Менеджмент трудових ресурсів. Міжнародний журнал. 2014. № 7. С. 37-43
2. Падерин І. Научные и практические аспекты повышения экономической эффективности современного предприятия. Вісник Академії наук України. 2010. № 1. С. 89-95.
3. Ярчук В.О. Розвиток персоналу як основа кадрового менеджменту. Україна: аспекти праці. 2015. № 1. С. 33 -35.

#### **Чорновол М.В**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE: ESSENCE, SOURCES OF FORMATION, INCREASE EFFICIENCY AND USAGE**

Financial resources of the enterprise it is totality of incomes, savings and external receipts of money, which are in the disposal of the enterprise.

The higher amounts of enterprise and efficiency of work, the bigger amount of financial resources. composition and structure of financial recourses is determined by numerous factors of production, economical and organizational process.

According to this, ability to be successful at the market depends on efficiency of financial resources management. Correctly organized management is important component for successful work of organization in the conditions of fierce business competition.

Equity is the financial basis of the enterprise but the financial activity is impossible without permanent involvement of borrowed funds. They can significantly expand the scope of economic activity of the enterprise, provide the efficient usage of equity, fasten the formation of different trust funds and raise the market value of the enterprise. Thereby, the use of combined sources of funding increases the efficiency of the enterprise.

What is important, financing at the expense of own capital does not lead to obligations but financing through loan capital leads to financial liabilities.

Therefore, financial resource management is a cyclical process and needs constant improvement.

Balance and determining the optimal structure of sources is very important in the process of formation of financial recourses of the enterprise. Their structure is changing constantly because of the different factors such as increase in the share of funds raised from external sources and, first of all, the share of accounts payable that causes the system of defaults and leads to reduction of investment opportunities of business structures.

#### **References:**

1. Фінансова політика в аграрному секторі економіки: стан та перспективи : монографія / [І. В. Абрамова, О. М. Віленчук, Д. І. Дема та ін.] ; за ред. проф. Д. І. Деми. Житомир: ЖНАЕУ, 2015. 364 с.
2. Стеценко Я.М. Фінансові ресурси підприємства: джерела формування та ефективність їх використання – URL: [http://www.rusnauka.com/10\\_NPE\\_2008/Economics/30110.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_NPE_2008/Economics/30110.doc.htm)
3. Волкова Н.А. Аналітична оцінка оптимізації фінансових ресурсів / Н.А. Волкова URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/>.

**Ширмаков К. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Вибудовуючи стратегію управління основним капіталом, необхідно враховувати, що «...наращення капіталу дозволяє значно збільшити масштаби діяльності підприємства, підвищити ефективність віддачі капіталу, стимулювати створення цільових фондів, які в результаті спонукатимуть зростанню ринкової вартості підприємства» [1]. Керуючись таким підходом, необхідно завжди оцінювати ступінь впливу різних чинників, переслідуючи ціль підвищення ринкової вартості підприємства та враховуючи особливості галузі до якої належить підприємство. Це визначає структурованість активів підприємства та тривалість його операційного циклу. Підприємства, які мають високу фондомісткість і високу частку необоротних активів, орієнтуються на використання власного капіталу, оскільки володіють невисоким кредитним рейтингом. Його вартість може бути вище середньо ринкової, а для кредиторів вищий рівень фінансових ризиків. В даному разі постає необхідність формування політики управління основним капіталом підприємства щодо приведення вартості підприємства до ринкових вимог.

Загалом політика управління підприємством охоплює сукупність усіх нормативних вимог і способів їх здійснення, які формують структуру і хід подій в діяльності підприємства або окремих його підрозділів. Звідси політика підприємства повинна включати в себе обов'язкові нормативні вимоги, дотримання яких розглядається як необхідна умова в досягненні бажаного стану об'єкта управління і способів реалізації цих вимог.

Підприємство не може функціонувати без нормативних вимог, тобто без цілі та принципів організації своєї діяльності. Нормативні вимоги визначають певні стандарти, в рамках яких власники підприємства будуть приймати управлінські рішення, спрямовані на формування, розподіл та використання ресурсів підприємства в ринкових умовах господарювання. Нормативні вимоги – лише перший етап формування політики підприємства. Від визначення нормативних вимог необхідно переходити до їх втілення в практичну діяльність підприємства. Для цього необхідна система способів і інструментів реалізації таких нормативних вимог. Оскільки в реалізації нормативних вимог щодо досягнення цілей підприємства беруть участь всі його підрозділи, то основним способом їх досягнення, є розробка цілеспрямованої політики за всіма аспектами фінансово-господарської діяльності.

В даному разі без системи організаційно-правової, кадрової, фінансової, технічної, виробничої та маркетингової політики неможлива реалізація нормативних вимог підприємства. Але разом з тим політика включає в себе ряд взаємопов'язаних чинників в залежності від об'єкту управління. За такого підходу політика управління основним капіталом підприємства є складовим елементом загальної його політики, і являє собою сукупність усіх нормативних вимог і способів їх здійснення, спрямованих на досягнення максимальної віддачі на одиницю виробничих потужностей, своєчасне і ефективне оновлення основного капіталу підприємства з метою формування обсягу і структури основних фондів які відповідають потребам виробництва і забезпечують швидку адаптацію підприємства до змін зовнішнього середовища.

Грунтуючись механізмом формування загальної політики підприємства, визначаються вимоги до змісту політики управління основним капіталом. Так в управлінні основним капіталом підприємства першочерговим її етапом є визначення періоду його використання та відтворення. Метою такого управління виступають способи реалізації нормативних вимог, а саме: період управління основним капіталом підприємства на основі розробки інструментів їх реалізації щодо використання і відтворення основного капіталу за показниками оцінки процесів руху основних фондів, методики комплексної оцінки ефективності їх використання, критерію вибору способу амортизації, методичних прийомів до обґрунтування доцільності заміни основних фондів та розробки підходу до вибору напрямів фінансування з оновлення основного капіталу підприємства.

Підхід політики управління основним капіталом за його використанням і відтворенням, є найважливішим елементом всього процесу з наступних причин: дає чітке уявлення про орієнтири управління та дозволяє отримувати цілеспрямований характер не тільки процесу управління основним капіталом, а й підвищити ефективність управління всією виробничою системою, оскільки є невід'ємною частиною загальної політики підприємства. Важливість такого підходу є провідною умовою ринкового способу господарювання, за якою зростають вимоги до конкурентоспроможності підприємства на основі забезпечення його організаційно-технічного рівня виробництва, який впливає на якість готового продукту, понесених виробничих витрат та отримані фінансові результати діяльності підприємства. Тому організаційно-технічний рівень виробництва залежить від якості управління основним капіталом підприємства та ефективності його використання.

Таким чином, політика управління основним капіталом повинна бути виражена в конкретних діях, враховуючи принципові вимоги до її організації, де повинні бути вказані плановані до впровадження конкретні інноваційні види техніки та технології, обґрунтований методичний інструментарій екстенсивного та інтенсивного використання основних фондів, проведений розрахунок потреби в основному капіталі на майбутній період. В цілому це вимагає проведення комплексного аналізу руху основного капіталу у визначенні ефективності його спрацювання та впливі на кінцевий результат господарювання підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Швиданенко Г.О. Управління капіталом підприємства : навч. посіб. Київ.: Центр економічної статистики. 2014. 436 с.

**Яковенко Д. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ  
КАДРОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність управління підприємством – багаторівневий процес, який в загальному сенсі може включати в себе широке коло управлінських рішень, розрахунків економічних показників, забезпечення фінансової стійкості підприємства та його конкурентоспроможності на ринку.

При оцінці ефективності управління підприємством досить часто підвищену увагу надають саме економічним показникам, знижуючи роль соціального і психологічного аспектів. Проте ситуація поступово змінюється, і в сучасному українському підприємстві досить часто можна зустріти фахівців таких напрямків як HR-менеджмент, retention-менеджмент або психологія [1].

У сучасному світі з актуалізацією діджиталізації та поліпшенням якості життя вже нікого не здивувати наявністю співробітників у сфері "високих" технологій (і не тільки) у віці 60 років, які працюють поруч зі значно молодшими колегами. Соціологи та фахівці з найму персоналу називають це терміном "Робоче місце п'яти поколінь" [2]. Таким чином, все більш важливе місце в рамках оцінки ефективності підприємства займає оцінка ефективності формування комунікаційних зв'язків всередині колективу, психологічна та адаптаційна сумісність та загальне управління.

До 90% бізнес-лідерів визнають, що грамотне управління колективом і лідерські навички є їхньою особистою організаційною проблемою, так само як і підбір персоналу і, звісно, менеджменту, що здатен вирішувати дану проблему (проблему створення високопродуктивних команд).

Сучасні проблеми, в першу чергу пандемія COVID-19, призвели до наявності ще більш високих вимог до якості організації комунікації як одного з основних чинників, що сприяє забезпеченню ефективності управління. Економічні суб'єкти змушені переходити



на дистанційні варіанти функціонування, і зниження якості взаємодії може впливати як на продуктивність, так і на загальні показники безпеки, збереження конфіденційності інформації, бази клієнтів та кадрового складу.

Крім економічних показників, деякі керівники забувають про вартість плинності кадрів. Це досить складне завдання, адже на більшості підприємств відсутні системи моніторингу витрат на пошук, співбесіди, навчання, що призводить до неминучої втрати продуктивності. Як наслідок, відбуваються втрати клієнтів та фінансові втрати, що в кінцевому рахунку відобразиться на ефективності діяльності.

Одним з мотиваційних прийомів є визнання заслуг працівників та їх залученість в виробничий процес. Компанія Insights, сучасний лідер в області створення продуктів оцінки і організації ефективних команд, стверджує, що не більше 13% співробітників в світі вважають себе повністю залученими в процеси фірми і досить мотивовані [4].

При цьому, наприклад, Ерік Гартон і Майкл Манкінс з Herald Business Review наводять наступне порівняння: «Якщо задоволені співробітники продуктивні на рівні індексу 100, то залучені співробітники виробляють 144, що майже вдвічі більше. Але потім починається найцікавіше: натхненні співробітники набирають 225 балів за цією шкалою. Іншими словами, з чисто кількісної точки зору було б потрібно два з чвертю задоволених співробітників, щоб зробити такий же результат, як і одному натхненному співробітнику» [3].

Таким чином, крім загальних вимог і традиційних класичних показників (бенчмаркінг, методики оцінки Філіпса, в тому числі метод оцінки віддачі інвестицій, експертні оцінки та інше [5]), в сучасних умовах оцінку ефективності управління кадровими ресурсами підприємства слід проводити виходячи з підвищеної уваги до залученості співробітників в бізнес-процеси виробництва.

Одним з можливих кроків підвищення ефективності будуть наступні дії:

- Провести первинне оцінне тестування персоналу з точки зору задоволеності умовами роботи, результатами роботи і ступенем залучення у виробничий процес з використанням як сучасних адаптивних підходів (Insight), так і класичних моделей – зокрема, Ульріха, Філіпса.
- Ввести в штат додаткові кадрові одиниці в особі психологів і фахівців по роботі з персоналом для отримання уточнюючих даних в проблемних ділянках.
- Через нетривалий період часу (до півроку) провести повторне тестування з метою оцінки ефективності проведених заходів та коригування загальних методичних вказівок для фахівців по роботі з персоналом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.peoplekeep.com/blog/employee-retention-the-real-cost-of-losing-an-employee>
2. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.americanprogress.org/wp-content/uploads/2012/11/CostofTurnover.pdf>
3. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://hbr.org/2015/12/engaging-your-employees-is-good-but-dont-stop-there>
4. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.insights.com/solutions/employee-engagement/>
5. Брайан Беккер. Измерение результативности работы HR-департамента. Люди, стратегия и производительность / Брайан Беккер, Марк Хьюзлид, Дэйв Ульрих. – М.: "ИД «Вильямс»", 2007.

**ЗМІСТ**

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Sergeo Velesco</i> Improvement of the Sales System of a Modern Enterprise .....                                                       | 3  |
| <i>Ага Д. А. Н.</i> Напрями підвищення прибутковості підприємства .....                                                                  | 4  |
| <i>Андрієнко В. В.</i> Інноваційні методи підвищення економічної ефективності підприємства .....                                         | 6  |
| <i>Андросова І. О.</i> Вплив сектора інформаційно-комунікаційних технологій на рівень<br>конкурентоспроможності України .....            | 8  |
| <i>Артеменко В. С.</i> Особливості процесного підходу до управління підприємством .....                                                  | 11 |
| <i>Артеменко В. С.</i> Оцінка стану основних засобів<br>«Дніпропетровський експериментальний механічний завод» .....                     | 13 |
| <i>Бистрова В. М.</i> Напрямки екологізації підприємницької діяльності .....                                                             | 15 |
| <i>Білоус Д. В.</i> Сутність та роль соціальної підприємницької діяльності в суспільстві .....                                           | 17 |
| <i>Винокурова А. С.</i> Дослідження сучасних тенденцій розвитку ринку електроінструменту<br>в Україні .....                              | 19 |
| <i>Вишиневецька М. В.</i> Вплив пандемії COVID-19 на діяльність підприємств .....                                                        | 21 |
| <i>Візір О. М.</i> Роль екологічних інновацій у конкурентній стратегії підприємства .....                                                | 23 |
| <i>Гаркуша В. В.</i> Стан розвитку українського ринку СЕС .....                                                                          | 25 |
| <i>Гордієнко С. О.</i> Розвиток суб'єктів підприємництва в умовах глобалізації .....                                                     | 26 |
| <i>Димарчук К. І.</i> Трудова міграція в Україні .....                                                                                   | 28 |
| <i>Долгова А. В., Стасюк Ю. М.</i> Зарубіжні моделі менеджменту та доцільність<br>використання їх елементів у вітчизняній практиці ..... | 30 |
| <i>Доля О. В., Семенча І. Є.</i> Економічні фактори впливу на ефективність діяльності<br>підприємства .....                              | 32 |
| <i>Дробчак М. О.</i> Проблеми розвитку малого та середнього бізнесу України в умовах<br>глобалізації .....                               | 34 |
| <i>Загинайло В. А.</i> Ризики при плануванні діяльності підприємства .....                                                               | 36 |
| <i>Загинайло В. А.</i> Розвиток малого та середнього підприємництва<br>в Дніпропетровській області .....                                 | 38 |
| <i>Зайченко Р. А.</i> Формування собівартості туристичного продукту .....                                                                | 40 |
| <i>Каліберда М. С.</i> Зовнішньоекономічна діяльність України: спільні підприємства .....                                                | 41 |
| <i>Каліберда М. С.</i> Проблеми та перспективи розвитку суб'єктів підприємництва<br>в умовах інтеграції та глобалізації .....            | 43 |
| <i>Колісник В. О.</i> Забезпечення прибутковості підприємства в сучасних умовах<br>господарювання .....                                  | 45 |
| <i>Комісарова Ю. А.</i> Оборотні активи та джерела їх фінансування .....                                                                 | 47 |
| <i>Коротка А. О.</i> Можливості франчайзингових угод в Україні .....                                                                     | 48 |
| <i>Косенко А. О.</i> Особливості механізму управління виробничим потенціалом підприємства .....                                          | 50 |
| <i>Косенко А. О.</i> Особливості формування виробничого потенціалу підприємства<br>в сучасних умовах .....                               | 52 |
| <i>Кох Є. В., Лук'янченко Б. О.</i> Життєвий цикл організації на прикладі<br>автомобілебудівної корпорації «Богдан» .....                | 54 |
| <i>Кравченко С. В.</i> Антикризове управління підприємством в сучасних умовах<br>господарювання .....                                    | 56 |
| <i>Кушніт А. Г.</i> Формування інвестиційної політики підприємства та шляхи її<br>удосконалення .....                                    | 57 |

## Том 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

|                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Лихачевська А. Ю.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку Українського ринку автомобільних шин .....                                          | 59  |
| <i>Лісовець А. М.</i> Проблеми та перспективи лізингу в Україні.....                                                                               | 61  |
| <i>Локоть А. Ю.</i> Товарна та цінова політика підприємства.....                                                                                   | 63  |
| <i>Магро А. О.</i> Фактори впливу на сучасний стан місцевих бюджетів в умовах децентралізації ....                                                 | 64  |
| <i>Машир Г. Я.</i> Сучасні тенденції розвитку тепличного господарства в Україні .....                                                              | 66  |
| <i>Михайленко О. Г., Бовкунов В. В.</i> Активізація підприємницької діяльності в Україні .....                                                     | 68  |
| <i>Молочкова В. В.</i> Проблеми забезпечення ефективності управління якістю продукції підприємства .....                                           | 71  |
| <i>Молошина О. Л.</i> Державне регулювання підприємництва в сфері ресторанного господарства в умовах пандемії.....                                 | 73  |
| <i>Настиченко Ю. В.</i> Перспективи оновлення парку тепловозів в сучасних українських реаліях .....                                                | 75  |
| <i>Обора Р. С.</i> Аналіз обсягу виробництва та реалізації основних видів продукції ПРАТ «Данон Крємез» .....                                      | 77  |
| <i>Овсяннікова Д. О., Кривонос С. Р.</i> Проблеми малого та середнього бізнесу в умовах глобалізації.....                                          | 78  |
| <i>Овсяннікова Д. О., Попова О. М.</i> Вплив автоматизації підприємств на економіку України .....                                                  | 80  |
| <i>Охотник А. В.</i> Динамічний розвиток підприємництва в Україні .....                                                                            | 82  |
| <i>Патлаха В. В.</i> Проблеми функціонування й державна підтримка малого та середнього підприємництва в Україні за умов пандемії COVID-19 .....    | 84  |
| <i>Примак О. П.</i> Шляхи підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства .....                                                        | 86  |
| <i>Різак Д. В.</i> Інновації та перспективи розвитку в сільському господарстві України.....                                                        | 87  |
| <i>Різнюк А. О.</i> Фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства .....                                                                   | 89  |
| <i>Русан О. О.</i> Плинність кадрів на підприємствах торгівлі .....                                                                                | 91  |
| <i>Савельєв В. В.</i> Розвиток теорій мотивації персоналу.....                                                                                     | 93  |
| <i>Семенча І. Є.</i> Підходи бізнес-діагностики при визначенні аналітичного інструментарію в дослідженні стану підприємств .....                   | 95  |
| <i>Сотула В. В.</i> Ризики підприємницької діяльності та їх мінімізація в ринковій економіці України .....                                         | 96  |
| <i>Сотула В. В.</i> Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та перспективи.....                                                                | 98  |
| <i>Старун А. М.</i> Розробка програми реструктуризації підприємства .....                                                                          | 100 |
| <i>Стрюков В. В.</i> Проблеми та перспективи розвитку незалежної приватної практики медичних сестер .....                                          | 102 |
| <i>Ступак О. В.</i> Диспропорції розвитку регіональних економік в Україні та шляхи їх подолання .....                                              | 104 |
| <i>Тімар В. С.</i> Сутність та особливості впровадження соціально відповідального маркетингу на підприємстві в сучасних умовах господарювання..... | 106 |
| <i>Тупікова К. О.</i> Концептуальні положення інжинірингу .....                                                                                    | 108 |
| <i>Хлистунов Я. О.</i> Проблеми інноваційного розвитку підприємств ракетно-космічної галузі .....                                                  | 110 |
| <i>Черкашин Д. О.</i> Регулювання структури персоналу промислового підприємства.....                                                               | 112 |
| <i>Чорновол М. В.</i> Financial Resources of the Enterprise: Essence, Sources of Formation, Increase Efficiency and Usage .....                    | 113 |
| <i>Ширмаков К. О.</i> Політика управління основним капіталом підприємства.....                                                                     | 114 |
| <i>Яковенко Д. А.</i> Оцінка ефективності управління кадровими ресурсами підприємства .....                                                        | 116 |

Наукове видання

Мови видання: українська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2021:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 8–9 квітня 2021 р.)

У восьми томах

Том 2. Проблеми та перспективи розвитку суб'єктів підприємництва  
в умовах глобалізації

*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 Якушечкіна А. О., Біла К. О.  
Оригінал-макет Біла К. О.

Підписано до друку 15.04.21. Формат 60х84<sup>1/16</sup>. Спосіб друку – плоский.  
Ум. др. арк. 8,2. Тираж 90 пр. Зам. № 0421-01/2.

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](http://www.impact.dp.ua) e-mail: [impact.dnepr@gmail.com](mailto:impact.dnepr@gmail.com)  
[www.confcontact.com](http://www.confcontact.com) e-mail: [conf@confcontact.com](mailto:conf@confcontact.com)