

Література

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс : пер. с англ / Ф. Котлер – М. : ИД “Вильямс”, 2007. – 656 с.
2. Крикавський Є.В. Промисловий маркетинг : Підручник [Текст] : 2-ге вид. / Є.В. Крикавський, Н. Чухрай. - Львів : НУ «Львівська політехніка», 2004. - 472 с.

УДК 658.011.1

ЛІНТУР І.В., ГАРАПКО Я.
Мукачівський державний університет

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Сучасний стан економіки можна охарактеризувати як період потрясінь, трансформацій і реформ. Зміни, пов'язані з ризиками, збитками та умовами прогресуючої кризи, що пов'язана з багатьма факторами, на сьогоднішній день вже стали нормою. У період кризи будуть виживати тільки лідери змін - ті, які швидко адаптуються до її тенденцій, використовуючи всі можливі перспективи виходу з неї. Світовий досвід вчить нас тому, що дійсне просування залежить від змін у виробничій сфері та знаходженні ефективних форм господарювання.

Економічна криза це:

- Різке погіршення економічного стану країни, що виявляється в значному спаді виробництва, порушенні виробничих зв'язків, що склалися, банкрутстві підприємств, зростанні безробіття, і у результаті - в зниженні життєвого рівня, добробуту населення;

- Скорочення зростання економіки (ВВП) до нуля відсотків або виникнення від'ємних значень в динаміці ВВП на відрізок 2-3 квартали;

- Органічний розлад господарського життя, наслідком якого є втрати доходів та багатств або економічна смерть значної частини підприємців [1].

Не секрет, що в економіці всіх країн, у тому числі і України, основним показником ефективності діяльності і розвитку держави, його соціальної та економічної безпеки, якості життя населення, є підприємство. Якщо підприємства не будуть прямувати до реформ, які охоплюють весь сучасний світ, вони зазнають краху й швидко збанкрутують.

Зазначимо, що економічний розвиток підприємства полягає в динамічності і стійкості. На думку Р. Ансоффа, розвиток – це питання не стільки того, що є, скільки того, що може бути зроблене з тим, що є [2]. У сформованих умовах ринку України успішний розвиток підприємства й саме його існування безпосередньо залежать від стратегії і методів її впровадження. Якщо орієнтуватись на вимоги новітніх реалій, методика стратегії розвитку підприємства має включати антикризові заходи. Методики цих заходів було опрацьовано Е. А. Уткіним, Дж. Фіннерті, С. Шмідтом, В.М. Івановим та іншими.

Антикризове управління підприємством – це особлива система, що відрізняється комплексним і стратегічним характером та має здатність повністю усувати тимчасові утруднення, зафіксовані в роботі підприємства. Передусім виділимо основні принципи, на яких ґрунтується система антикризового

управління – це рання діагностика кризових явищ у фінансовій діяльності підприємства, терміновість реагування на різні кризові явища, адекватність реагування підприємства на ступінь реальної загрози його фінансовому добробуту, а також повна реалізація внутрішнього потенціалу для виходу з кризи [3].

Основними напрямками антикризового управління на рівні господарюючого суб'єкта вважаються постійний моніторинг фінансово-економічного стану підприємства, розробка нової управлінської, фінансової й маркетингової стратегій, скорочення постійних і змінних витрат, підвищення продуктивності праці, залучення коштів засновників, посилення мотивації персоналу [4].

Існує багато антикризових заходів, якими оперують підприємства у сьогоденні. З них можна виокремити:

- Аналіз можливостей передачі на аутсорсинг дорогих процесів;
- Горизонтальна й вертикальна інтеграція;
- Жорсткість кадрової політики;
- Жорсткість контролю всіх видів альтернативних витрат;
- Оптимізація технологічних процесів;
- Перегляд організаційної структури;
- Скорочення витрат.

Ці заходи доречні не тільки при кризовому стані. За їх допомогою можна прослідкувати усі тенденції, раціоналізувати розподіл ресурсів, знизити витрати. Для того, щоб підприємство розвивалось навіть у несприятливих умовах, повинна відбуватись така послідовність дій:

1. Стратегічне планування.
2. Швидке реагування в управлінні компанією.
3. Удосконалення системи комунікації.
4. Планування бюджету компанії.
5. Скорочення витрат на оплату праці, як альтернатива скороченню.
6. Впровадження нових форм розрахунків.
7. Розробка антикризового асортименту продукції.
8. Пошуки способів піару свого товару, при зниженні витрат на це.

Дуже важко поєднати економічний розвиток і стійкість підприємства в умовах кризи. Але складно – це не є неможливим. Якщо слідувати вказаним заходам та послідовностям дій, підприємство стане більш стійким навіть в екстремальних умовах. Слід пам'ятати, що криза має не тільки руйнівну силу. Вона також має іншу сторону, що спрямована на поліпшення й зміни, адже ринок буде звільнено від слабких учасників, а це гарний час для розширення частки ринку і розвитку підприємства.

Література

1. Пятенко С. В., Сапрыкина Т. Ю. Уроки кризиса. Как жить дальше?. — Спб. : Питер, 2011. – 320 с.:
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф : [пер. с англ.]. – М. : Экономика, 2005.
3. Теория и практика антикризисного управления : [под ред. С. Г. Беляева, В.И. Кошкина]. – М. : ЮНИТИ, 2005.

УДК 338.28

СТЕГНЕЙ М.І., ЛІНТУР І.В.
Мукачівський державний університет

СВІТОВА ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Методи стимулювання енергозбереження зі світової практики можуть становити інтерес для України під час її переходу на інноваційний шлях розвитку. Розглянемо їх на прикладах організації енергетичного менеджменту в країнах, що використовують переважно методи економічного впливу на споживачів паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) (Західна Європа і США), і в Японії, що віддає перевагу державному регулюванню енергозбереження.

У числі засобів, широко використовуваних в світі і роблять істотний вплив на підвищення ефективності використання ПЕР, входять як жорсткі засоби (регулювання цін і тарифів), так і широко поширені в світі досить м'які, гнучкі - економічні. При цьому спостерігається загальне прагнення надати їм законний характер, представити у вигляді законів чи законодавчих актів. До того ж ці тенденції властиві як країнам, які віддають перевагу державне регулювання енергоспоживання, так і застосовують ринкові механізми.

У деяких країнах запроваджено обов'язкове призначення менеджера по енергетиці. В його обов'язки входить розробляти річні плани по підвищенню енергоефективності і стежити за їх виконанням. Перш за все, це стосується великих підприємств. При виконанні цієї вимоги компанії відкривається доступ до урядових субсидій на енергозбереження (наприклад, в Італії).

У США набувають поширення компанії, що спеціалізуються на консультуванні в області енергоефективності. Вони виробляють моніторинг споживання електроенергії і надають своїм клієнтам дані про її витрачання, дають рекомендації по її більш ефективному використанню.

У ряді країн Європи найбільш часто вживаними для вирішення завдання енергозбереження інструментами є податки (або звільнення від їх виплати), субсидії. У Фінляндії застосовуються різні ставки податків на споживання енергії в залежності від того, яким способом вона була проведена. У Нідерландах споживання електрики, виробленої в результаті використання поновлюваних джерел енергії, звільнено від податків. У деяких країнах надаються субсидії компаніям, які використовують екологічно чисті види енергії або здійснюють посадки дерев [1].

У деяких країнах (Бельгія, Франція, Данія) був створений Поновлюваний фонд. Як правило, встановлена фондом процентна ставка нижче, ніж при отриманні позик в інших кредитних організаціях, що рівнозначно кредиту.

У ряді країн (Німеччини, Люксембургу, Нідерландах) застосовується норма прискореної амортизації, яка представляє собою право, що надається



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>