

з питаннями експлуатації житлового фонду. Поетапне вирішення реформування зводилося до формування структур, які здатні акумулювати максимальний обсяг функцій в рамках однієї організації.

На нашу думку, необхідно розробити та впровадити комплексний підхід до проблеми функціонування підприємств ЖКГ, який би включав не тільки фінансування, але і всі аспекти управління, реформування, впровадження довгострокових програм інноваційних заходів, спрямованих на застосування їх у сфері житлово-комунального господарства. Відповідаючи сучасним реаліям, на нашу думку, необхідним є широке використання принципів та методів, які би стосувались саме перспективному розвитку даної галузі.

Список використаних джерел:

1. Про житлово-комунальні послуги: Закон України від 24.06.2004 р. № 1875-IV. – [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Дондоков З. Б. Стратегічне планування розвитку житлово-комунального господарства регіону: особливості, проблеми і перспективи / З. Б. Дондоков, Ж. Е. Бадмажапова // Сучасні проблеми науки та освіти: навч. посіб.. – 2014. – № 6. – С. 89–100.
3. Гринько Т. В. Особливості функціонування комунального підприємства в умовах ринкової економіки / Т. В. Гринько, Д. М. Чієнова // Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. : у 5 т. (м. Дніпро, 23–24 березня 2017 року). – Дніпро : Біла К.О., 2017. – Т. 5. – С. 86–89.

Швец В. А., к. держ. упр. Величко Л. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

На тлі загострення кризових явищ в економіці України удосконалення управління сучасних підприємств є одним із найбільш важливих завдань сьогодення. Світовий досвід засвідчує, що здатність успішно конкурувати на ринку і зберігати лідерські позиції зможуть продемонструвати ті підприємства, які покращать якість власного менеджменту за рахунок сучасних засобів управління [5].

На ефективність діяльності будь-якого підприємства суттєво впливає якість планування обсягів збуту. Тож, плануючи свою діяльність підприємства повинні приділяти багато уваги саме цьому питанню.

Важливе значення для продажу продукції, виробленої підприємством має активізація маркетингових заходів (сезонні знижки, реклама-нагадування, яскрава приваблива упаковка), що дозволять підприємству отримати переваги над конкурентами.

На нашу думку, важливим в діяльності підприємств, які функціонують в сучасному економічному просторі є формування стратегії розвитку підприємства [3].

Основним елементом реалізації даної стратегії є запровадження маркетингових заходів.

Залежність обсягу збуту від рівня витрат на маркетингові заходи відображена на рис. 1.

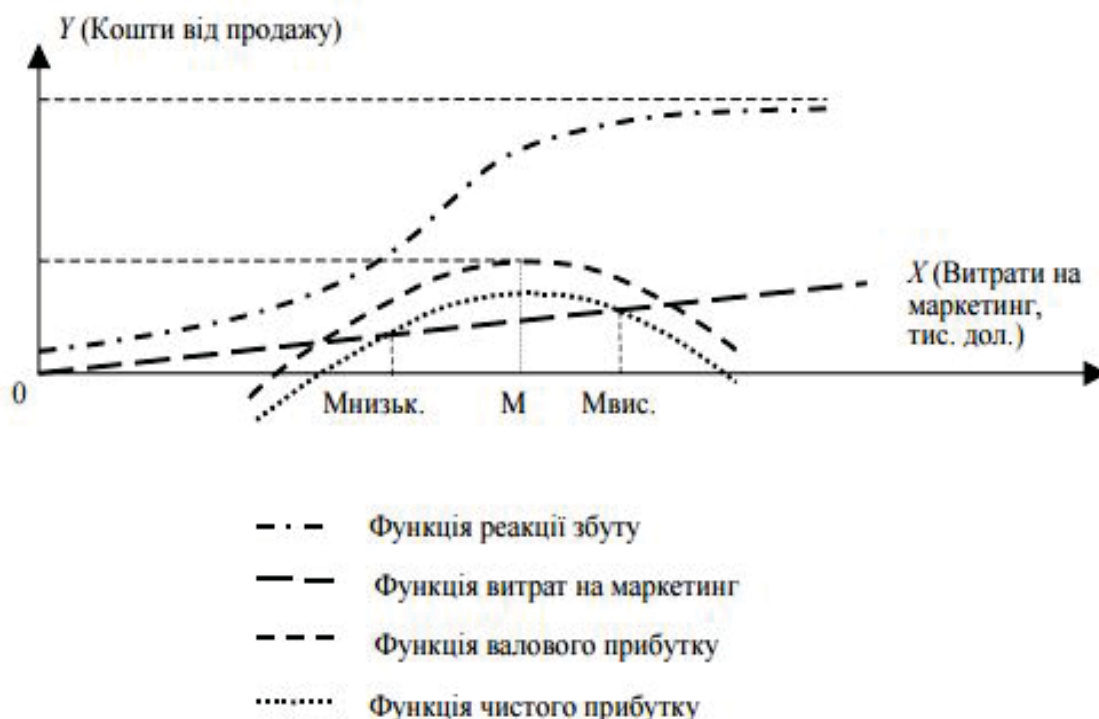


Рис.1. Взаємозв'язок між обсягом збуту, рівнем витрат на маркетинг і прибутком [4]

Низький рівень витрат на маркетинг не дає змоги суттєво збільшити виручку фірми, хоча зі збільшенням витрат на маркетинг обсяг збуту спочатку суттєво

зростає. Проте дуже високі затрати на маркетинг не дадуть пропорційно великого збільшення обсягів продажу. Це так званий ефект «маркетингового перебору»: скорочення обсягів приросту збуту продукції при високому рівні маркетингових витрат. Ефект пов'язаний з наявністю граничної межі попиту на продукцію та активізацією конкурентної боротьби.

Для того, щоб визначити функцію валового прибутку фірма повинна видалити з функції реакції збуту всі не маркетингові витрати; для визначення функції чистого прибутку від функції валового прибутку необхідно відняти функцію маркетингових витрат [1].

Отже, позитивний чистий прибуток формується в діапазоні $M_{\text{низьк.}}$ та $M_{\text{вис.}}$ (раціональний інтервал на маркетинг). Найвищий показник чистого прибутку фірма отримує за рівня маркетингових витрат M .

Таким чином підприємства, функціонуючі в сучасних ринкових умовах, здійснюючи свою виробничо-збутову діяльність, повинні орієнтуватися на свої переваги та ліквідувати слабкі сторони та загрози [2].

Важливими заходами з підвищення результативності виробничо-збутової діяльності підприємств на сучасному етапі господарювання є:

- здійснення безперервних маркетингових досліджень;
- визначення специфіки функціонування ринку продукції та пристосування до неї;
- проведення науково-обґрунтованого аналізу запланованих заходів активізації збуту.

Список використаних джерел:

1. Блудова Т. В. Оптимізація маркетингових витрат фірми / Т. В. Блудова, В. В. Магда // Вчені записки : зб. наук. пр. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – К. : КНЕУ, 2009. – Вип. 11. – С. 167–174.
2. Гринько Т. В. Концептуалізація моделей управління змінами на підприємствах в умовах мінливого середовища / Т. З. Гвініашвілі, Т. В. Гринько // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 1/5 (21). – С. 34–40.
3. Кошевий М. М. Формування стратегії розвитку наукоємних виробництв в Україні / М. М. Кошевий // Технологічний аудит та резерви виробництва. – Полтава, 2013. – №1/3 (9). – С. 26–29.

4. Hansen, D., Mowen, M., & Guan, L. (2007). Cost management: accounting and control. Cengage Learning.
5. Velychko, O., Velychko, L., Ramanauskas, J. (2016) Transformation and development of production-logistics enterprises in Ukrainian agrarian sector". Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. Vol. 38. No. 1. pp. 3–20.

К. е. н. Шевченко В. А., Дмитрук О. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

*«Економіка – це мистецтво задовольняти
безмежні потреби за допомогою обмежених
ресурсів»*

Лоренс Пітер

Успіх розвитку підприємства визначається в більшій мірі ефективністю використання ресурсів, основним елементом з яких є матеріальні ресурси.

У загальному вигляді матеріальними ресурсами є «основні та оборотні засоби виробництва, які використовуються (або можуть бути використані) у виробничому процесі та формують його матеріально-речову базу» [1].

Матеріальні ресурси – необхідні умови функціонування підприємства, які впливають на ефективність та якість його функціонування. Від ефективності управління матеріальними ресурсами залежать основні показники діяльності підприємства – виконання плану продаж, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, прискорення оборотності оборотних засобів, зростання ефективності використання основних засобів.

Структуру матеріальних ресурсів будь якого підприємства визначають характер його господарської діяльності, належність до певної галузі, види продукції, яку виготовляє підприємство; вони є основою виробничого процесу основним об'єктом вкладення оборотних коштів.

Оцінка ефективності використання матеріальних ресурсів з метою вдосконалення механізмів управління ними полягає в одержанні інформативних вагомих