

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т.З., Погодін Є.В. Розробка маркетингової стратегії підприємства. *Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 квіт. 2019 р.: у 8 т. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. Т. 6. С. 84–87.
2. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т.З. Ефективні комунікації як фактор забезпечення розвитку сучасного підприємства. *Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва: колективна монографія*: за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2020. С. 60–84.
3. Гринько Т. В., Клименко А. О. Маркетингова стратегія підприємства: сутність та роль у розвитку підприємства. *Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квіт. 2019 р.: у 8 т. Т. 2. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні та європейському просторі. Дніпро: Біла К.О. 2019. С. 54–57.

Зубарєв Є. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**КОНЦЕПЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ
НА ЗАСАДАХ ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ**

У світовому та українському економічному просторі відбувається зміна умов, за якими функціонують суб'єкти господарювання, виникають нові концептуальні підходи, методи, інструменти та моделі управління, прикладне значення яких полягає в можливості отримання певного економічного ефекту, що обумовлює актуальність подальших наукових досліджень та необхідність методичних і прикладних розробок щодо різних аспектів управління підприємствами.

Перспективним напрямком досліджень є розробки, націлені на вдосконалення економічного управління підприємством, яке є підґрунтям підвищення ефективності його господарської діяльності через інтеграцію та координування усіх функціональних видів управління. Економічне управління підприємством сприяє фінансовій стабільності, підвищенню конкурентоспроможності, зростанню цінності, запобіганню впливу негативних факторів та створенню передумов зростання економічного потенціалу розвитку.

Основна мета економічного управління підприємством полягає у гармонізації цілей управління (що визначено через певні види спеціального управління) і узгодженні їх із загальною метою функціонування підприємства, яка полягає у зростанні цінності підприємства в межах груп основних стейкхолдерів і забезпечення довгострокового стійкого функціонування (життєздатності) [1].

Управлінські пріоритети, у відповідності до теорії стейкхолдерів, переорієнтовуються з поточного рівня господарювання підприємства, що реалізується шляхом здійснення діяльності, направленої на переробку ресурсів для виробництва продукту з метою отримання прибутків, на формування таких унікальних відносин, які сприятимуть забезпеченню його довготривалої економічної стійкості, життєздатності та подальшого розвитку.

Консолідація та координація внутрішніх підсистем підприємства, забезпечення гармонійних взаємовідносин із оточуючим середовищем, реалізація головної фундаментальної мети, що полягає у забезпеченні життєздатності та розвитку – це по суті можна вважати економічним

управлінням підприємством. Дане цілевизначення економічного управління відповідає загальній переорієнтації системи менеджменту від виробничо-орієнтованого (полягає у максимальному використанні виробничого потенціалу), фінансово-орієнтованого (полягає у максимізації прибутковості у коротко- та довгострокових періодах) підходів на ціннісно-орієнтований підхід [1].

Цінність – це інструмент, що дає можливість інтерпретувати місію і пріоритети підприємства зрозумілим для стейкхолдерів чином. Коректне впровадження на підприємстві адекватних цінностей даю змогу сформуванню сприятливих умов для реалізації стратегічних цілей. За допомогою цінностей можна перекласти стратегічну мету на зрозумілу для стейкхолдерів мову, показати на ринку, головні відмінності підприємства від конкурентів, зміст його конкурентних переваг [2].

Для ефективного використання позитивних аспектів ціннісно-орієнтованого управління у мінливих умовах господарювання керівництву підприємства та його власникам необхідно зосередитись насамперед на головних факторах цінності. Це дасть можливість визначити напрям розвитку, який забезпечить максимально можливу цінність підприємства. Другий аспект, на який потрібно звертати особливу увагу – зміні зовнішнього середовища, що сприятиме завчасному попередженню загроз та використанню можливостей. Третім аспектом, що потребує уваги є впровадження в діяльність підприємства сучасних інформаційних технологій, які дозволяють скорочувати терміни узгодження управлінських рішень.

Ціннісно-орієнтований імператив економічного управління полягає в забезпеченні життєздатності. На підставі результатів опитування спеціалістів McKinsey, понад дві тисячі управлінців вищої ланки управління вказали на ключову роль інформації в плануванні діяльності [3], при цьому, що не більше 16% з опитаних орієнтовані на оцінку ефективності господарювання в короткостроковому періоді, майже 65% опитаних перевагу надають забезпеченню життєздатності в довгостроковій перспективі.

Ефективна реалізація цілей економічного управління, одержання запланованих кінцевих економічних результатів діяльності підприємства, покращення інтегральних характеристик підприємства (конкурентоспроможності, економічного стану, ризикостійкості, інноваційної активності та ін.) конче потребує від системи економічного управління підприємством збалансованості складових функціональних частин. Саме за таких умов можливо забезпечити цілеспрямований сталий розвиток підприємства та отримати умови необхідні для впровадження нового та/або вдосконалення використовуваного інструментарію і технологій діагностики внутрішньогосподарських проблем.

Список використаних джерел:

1. Лігоненко Л. О. Обґрунтування теоретичних засад економічного управління підприємством з позиції теорії фірми. Бізнес Інформ. 2013. № 5. – С. 227-231 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_5_41
2. Тамберг В., Бадьин А. Реальная ценность корпоративных ценностей: URL: <http://newbranding.ru/articles/corporatevalues>
3. Благутин М., Келлер С., Прайс К., Точин А. Жизнеспособность организации. *Вестник McKinsey*. 2014. № 31. URL: <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/Zhiznesposobnost-organizatsii-1>

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

Ішук О. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СПРАВЛЯННЯ ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ

Туристичний збір є місцевим за рівнем справляння. Як правило, він зараховується до міського бюджету. Фінанси отримані від збору спрямовуються адміністрацією управління на розвиток туристичної інфраструктури. Збір поширений не тільки на курортах, а й по всій території країни. Збір сплачують усі громадяни країни, іноземці та особи без громадянства, що є туристами. За ПКУ п.268.2.2 збір не сплачують діти, інваліди, ветерани, співробітники у відрядженні, місцеві, туристи, які прибули по путівці і учасники з ліквідації ЧАЕС.

Особи, які сплачують туристичний збір, платять 0,5–5% від МЗП.

Найбільше сум даного збору в бюджет України надходить від туристичних регіонів-лідерів. Обсяги збору за різні роки дуже залежать від зовнішніх факторів і подій в світі. Дані щодо обсягу туристичного збору по регіонах України за 2016 роки наведені на рис. 1.

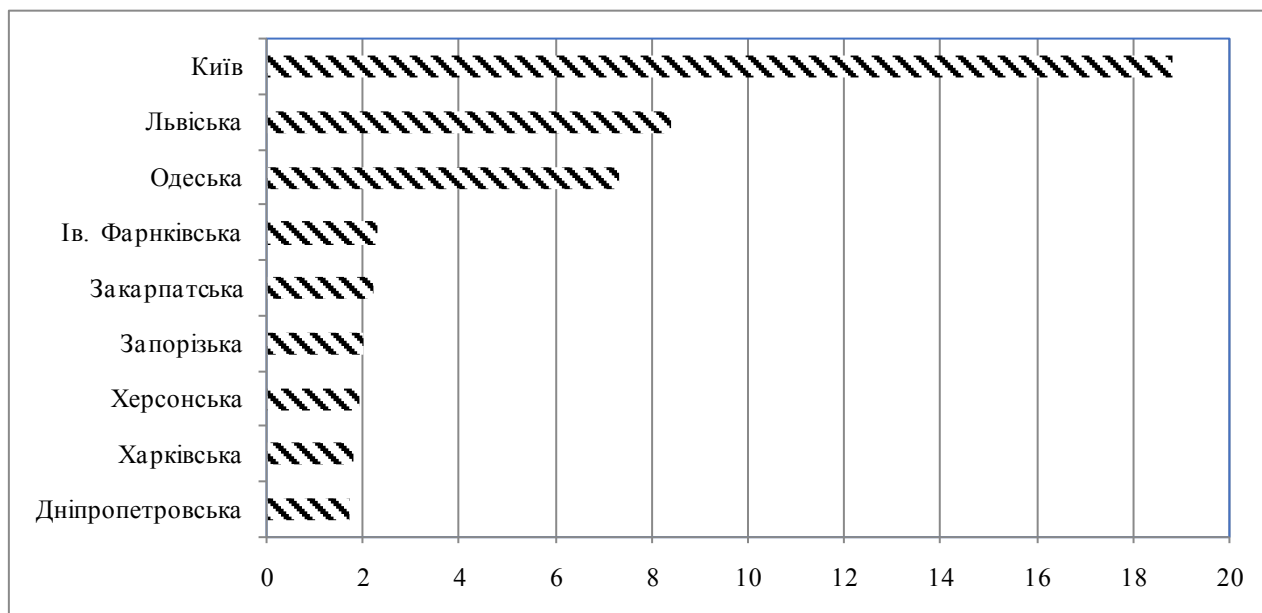


Рис. 1. Суми туристичного збору по регіонах України, млн. грн.

З кожним роком все більше фінансів надходить до бюджету від туристичного збору. Якщо в 2016 році загальна сума надходження туристичного збору сягала 54 млн. гривень, то в 2019 році за даними ДПС туристичний збір сягав понад 126 мільйонів гривень [1].