

**Список використаних джерел:**

1. Кривицька О.Р. Економіка підприємства: навчальний посібник. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». 2013. 296 с.
2. Юшко С.В. Формування доходів підприємства та підвищення економічної ефективності їх господарювання: дис. канд. екон. наук.: Харківський аграрний університет. Харків. 20 с.

**Полохач А. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПЛАНУВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ**

В умовах динамічного мінливого зовнішнього середовища функція планування енергетичної стратегії набуває все більшого значення. Реформування галузі енергетики ставило перед собою мету створення конкурентного середовища для енергетичних компаній, представлених на різних етапах виробництва електроенергії. «Створення стратегії має на увазі використання інформаційних та інтелектуальних ресурсів компанії. На виході компанія отримує цінний продукт інтелектуальної власності, головною характеристикою якого повинна бути унікальність» [2]. Вирішення задач енергозбереження має велике значення і для соціально-економічного розвитку регіону і для країни в цілому, саме тому місцеві органи управління не можуть залишатися осторонь від цієї роботи. Важливим інструментом управління виробничими і науково-технічними процесами є цільові програми, які дозволяють консолідувати зусилля учасників на вирішення конкретних проблем. Метою нової енергетичної стратегії розвитку повинно стати досягнення структурно і якісно нового стану енергетики, що в свою чергу максимально сприятиме динамічному соціально-економічному розвитку держави.

«ДТЕК – це найбільша приватна вертикально-інтегрована енергетична компанія України. Повне найменування – Акціонерного Товариства ДТЕК Дніпровські електромережі. Підприємство проводить доходну та рентабельну діяльність із щорічним зростанням надходжень» [3]. Провівши аналіз балансу підприємства за 2017-2019 рр., слід зробити висновок, що основні засоби збільшились у 2019 році на 325196 тис. грн. в порівнянні з попереднім роком і становили 4996398 тис. грн. Первісна вартість збільшилась на 1194934 тис. грн. Збільшився знос основних засобів на 5869738 тис. грн. в порівнянні з попереднім роком, необоротні активи у 2018 році зменшились на 245187 тис. грн, в порівнянні з 2017 роком, а в 2019 році – збільшились на 372086 тис. грн. в порівнянні з 2018 роком. Причиною зміни обсягу реалізації є збільшення обсягів продажу рентабельної продукції. Чистий дохід від реалізації продукції підприємства за 2017-2019 роки в 2018 р. збільшується на

253477 тис. грн. (або на 6,09%). Причиною зростання доходу від реалізації є те, що відбулася зміна тарифів, форми розрахунків, обсяг надання послуг з обслуговування. Стратегія розвитку мережі передачі електроенергії «ДТЕК Дніпровські електромережі» в 10-річному плані розвитку відображено на рисунку 1.



**Рис. 1. Завдання «ДТЕК Дніпровські електромережі» на наступні десять років [1]**

Потрібні заходи, які передбачають технічне переоснащення і реконструкцію мереж з впровадженням перспективного устаткування, автоматизованих систем керування. Проблема фізичного зносу генеруючих потужностей в електроенергетиці посилюється високим рівнем їх морального зносу. При цьому якщо рівень фізичного зносу, можливо, знизити за рахунок збільшення централізованих інвестицій в будівництво нових генеруючих потужностей і тим самим забезпечити потреби економіки в електроенергії, то використання застарілих технологій та обладнання у виробництві електроенергії призводить до зниження рівня конкурентоспроможності української економіки в цілому. Для економічного зростання енергетичних підприємств слід розглянути детально енергозбереження та підвищення енергетичної ефективності. При цьому необхідно оцінити ефект, який може бути отриманий за рахунок як технологічних, так і організаційних заходів, в тому числі за рахунок вдосконалення

системи управління енергозбереженням і підвищенням енергетичної ефективності. Для підвищення ефективності та забезпечення надійного функціонування електроенергетичних систем слід цілеспрямовано впроваджувати гнучкі, тобто керовані системи передачі електроенергії і в той же час удосконалити комплекси автоматичного аварійного захисту і диспетчерського управління. Необхідно проводити аудит стану комплексу електромережі та створити систему моніторингу розподільних електричних мереж. У плані комерційного обліку електроенергії необхідно більш вдосконалений розвиток інтелектуальних приладів обліку в організаціях. Споживачів необхідно забезпечити простим та зрозумілим доступом до інформації на всіх етапах обслуговування, включаючи приєднання до електричних мереж, операції з приладами обліку, оплату електроенергії та реагування на аварійні ситуації. Необхідно створити центри інформації та обслуговування споживачів, що дозволить впровадити єдині стандарти обслуговування та істотно спростить взаємодію споживачів з всіма електромережними організаціями.

#### Список використаних джерел:

1. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>
2. Концепція функціонування та розвитку оптового ринку електричної енергії України: Схвалена постановою Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2002 р. № 1789 URL: <http://www.uazakon.com/big/text894/pg1.htm>
3. Стратегія розвитку Групи ДТЕК до 2030 року URL: <https://dtek.com/content/files/strategiya-rozvitku-grupi-dtek-do-2030-roku.pdf>

#### Спицька К. В.

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ВТЛ КОМУНІКАЦІЇ В СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ**

На сьогоднішній день на ринку існує безліч однотипної продукції, а значить, спостерігається жорстка конкуренція між виробниками. Саме тому найбільш ефективними стали ті рекламні інструменти впливу на покупців, які допомагають донести виняткову торгову пропозицію до кожного споживача.

Актуальність ВТЛ полягає в тому, що даний спосіб взаємодії зі споживачем дозволяє активно впливати на цільову аудиторію прямо в місці покупки. ВТЛ сьогодні – одна з найбільш важливих і ефективних складових стратегій просування бренду.

У загальному сенсі, під ВТЛ-комунікацією розуміється процес передачі інформації про товар або послугу, ціни та місця поширення для потенційного споживача. Такий підхід до визначення ВТЛ-комунікацій вважається традиційним