

2. Анісімов, Ю.П. інноваційний розвиток економічних систем: Монографія / Ю.П. Анісімов, Е.Л. Смольянова, С.В. Свиридова; під ред. Ю.П. Анісімова. Воронеж: ВДТУ, 2009. - 407 с.
3. Ансофф І. Стратегічне управління. – М.: Економіка, 1989.
4. Воронков Д. К. Інтеграція підходів до управління змінами на підприємстві // "Економіка. Менеджмент. Підприємництво". Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету імені В. Даля. – Видавництво СХУ ім. В. Даля, 2010. – № 22 (II). – С. 152–158.
5. Т.Кужда. Етапи успішного управління організаційними змінами на підприємстві / Т.Кужда // Галицький економічний вісник. – 2013. – №2(41). – с.66-72 – (загальні проблеми економіки та суб'єктів господарювання).
6. Гринько Т.В. Методичні підходи до оцінки ефективності організаційних змін на підприємствах зв'язку / Т.В. Гринько, М.М. Кошевий, Т.З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2016. – №156 (1-2). – С. 78-82.
7. Гринько Т.В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т.В. Гринько, Т.З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – №1-2 (2). – С. 51-54.

Штирхун А. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ВПЛИВ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
НА ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Будь-яка організація здійснює свою діяльність, оперуючи активами, як матеріальними, так і нематеріальними. В процесі використання у виробництві основні засоби піддаються зносу, виходять з ладу, застарівають морально та фізично тощо, тобто основні засоби амортизуються, при цьому втрачають свою вартість. Важливим завданням є вирішення питання щодо ефективного управління цими відрахуваннями, для цього необхідно закріпити цей регламент внутрішніми нормативними актами підприємства – це і є амортизаційна політика підприємства. Саме амортизаційні відрахування являють собою базу для інвестицій та інших фінансових джерел для розвитку підприємства.

Амортизаційна політика передбачає, яким чином відбуватиметься організація перенесення вартості основних активів на собівартість продукції, з тим, щоб максимально швидше повернути цю вартість, використовуючи її для реорганізації. Вона визначається саме швидкістю цього перенесення та накопичення фондів для заміни вже амортизованих основних засобів виробництва.

Формування облікової політики щодо основних засобів передбачає врахування таких факторів:

- кількісна характеристика основних матеріальних засобів і нематеріальних активів організації;
- визначення складу активів;
- методи нарахування амортизації (вибираються з дозволених законодавством);

- час протягом якого передбачається використовувати на підприємстві активи, які підлягають амортизації;

- інвестиційний потенціал і стратегічні плани організації;

- рівень інфляції в країні.

Однією із функцій амортизації є збереження основного капіталу на постійному рівні. Амортизаційні кошти, що надходять у підприємство, мають цільове призначення і використовуються для забезпечення відтворення основних засобів [2].

Особливості амортизації виявляються в тому, що вона використовує свої функції тільки за умови беззбиткової діяльності підприємства, тобто необхідне реальне надходження коштів підприємству в розмірі, не менше визначеної собівартості продукції, частина з яких буде джерелом створення амортизаційного фонду, що використовуватиметься на просте відтворення основних засобів [2].

Вибір методу амортизації має вплив на величину фінансових результатів діяльності підприємства. Результат вибору ефективної амортизаційної політики це процес оновлення основних засобів, який спрямовується на підвищення продуктивності праці, збільшення обсягів випуску продукції, зниження собівартості продукції і тим самим максимізації прибутку підприємства.

Окрім цілей максимізації прибутку підприємства, до уваги можна прийняти принцип відповідності доходів і витрат, який часто використовується за кордоном. Якщо доходи, що отримуються внаслідок використання основного засобу, залишаються постійними протягом терміну його корисного використання, то доречно використовувати лінійний спосіб нарахування амортизації. Коли доходи більші (менші) на початку терміну корисного використання основних засобів, то застосовують один з прискорених (уповільнених) способів нарахування амортизації. Багато видів основних засобів зазвичай приносять великі доходи на початку строку корисного використання. Це можна пояснити тим, що в перші роки експлуатації продуктивність найвища, а в кінці терміну корисного використання, зазвичай, зростають витрати на капітальний та поточний ремонт. Тому широкого поширення набули способи прискореного нарахування амортизації. Часто майбутня динаміка доходів має досить стійкий зв'язок з фактичною величиною випуску продукції протягом терміну корисного використання основних засобів, найбільш точної відповідності між доходами і витратами можна досягти, якщо застосовувати спосіб нарахування амортизації пропорційно випуску продукції. У цьому випадку можливим є нарахування невеликих сум амортизації в періоди низького обсягу виробництва і збільшення суми амортизаційних нарахувань в періоди великого обсягу випуску продукції.

Ефективна амортизаційна політика на підприємстві сприяє оптимізації амортизаційних відрахувань та своєчасному відкладанню коштів для відтворення основного капіталу, зниженню податкових платежів, тим самим збільшуючи результативність та ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Довгопол Н. Нестеренко М. Амортизація: предметна сутність і ступінь впливу на відтворення основних засобів. *Бухгалтерський облік і аудит*. -2010. – №12. С.3-13
2. Михайлова М.М. Роль амортизації у процесі відтворення основних засобів URL: <http://magazine.faaf.org.ua/rol-amortizacii-u-procesi-vidtvorennja-osnovnih-zasobiv.html> (дата звернення: 19.03.2021р.)
3. Череп А.В. Вплив амортизаційної політики на формування фінансових результатів підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*.2013 №2. С.92-95.

Яковенко І. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ

Під час кризи багато підприємств знаходяться у паніці, це пов'язано з несподіванкою приходу рецесії, і її негативного впливу на економічний фон. Головною помилкою бізнесу є різке, необдумане зниження витрат – часто задля більшої економії видаляються цілі статті витрат. Керівництву ці жертви здаються цілком розумними, адже на кону стоїть виживання фірми. Дійсно в такі періоди рішення повинні прийматися швидко, тому часто під скорочення потрапляє відділ маркетингу.

Скорочення бюджету на рекламу в короткостроковій перспективі може мати позитивний ефект, але у довгостроковій перспективі – це завжди збитки. Витрати на маркетинг відносяться до виду високопродуктивних, які мають мультиплікаційну дію на бізнес. З цього компанії необхідно цілком переглянути маркетингову стратегію, тобто не скоротити витрати, а перерозподілити. Займатися оптимізацією можна тільки після повного аналізу кожної точки дотику з клієнтом, бо важливо випадково не скоротити найбільш ефективні потоки покупців, відмовлятися від просування тільки через дорогі або низькоконверсійні канали, також добрим є орієнтація на збереження взаємозв'язку з уже наявними клієнтами.

Швидко змінна кон'юнктура вимагає від маркетингової стратегії максимальної гнучкості і здатності адаптуватися. Адже фінансова криза б'є не тільки по економічним показникам країн, набагато швидше і в більшій мірі вона відбивається на психології споживача через ситуацію в якій відбуваються: скорочення робочих місць, зростання цін, невизначеність в суспільстві, можливо особливості кризи (в 2019 році нею став вірус). Споживачі продовжують купувати але не так легко, бо напруга змушує людей більше думати про майбутнє і над доцільністю покупок. Наприклад, аудиторія продуктів преміум класу переходять на дешевші бренди, хоч доходи у цих людей ще й не скоротилися – змінилися очікування. Вірним кроком стане впровадження в товарний ряд більш дешевих продуктів. Таким чином клієнти отримають гарну якість від знайомого виробника, але за нижчими цінами.