



**Чумаченко О.С.** - к.т.н., доцент;

**Проценко Н.О.** - здобувач вищої освіти  
другого(магістерського) рівня,

**Ткаченко З.** - здобувач вищої освіти  
другого(магістерського) рівня

*Центральноукраїнський національний технічний університет,  
м. Кропивницький*

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ КРИЗИ**

Послуги займають особливе місце серед благ, необхідних людині. Ринок послуг займає значне місце в економіці держав світу. В економічно розвинених країнах від початку 70х років ХХ століття сфера послуг почала приносити у ВВП приблизно стільки ж, скільки промисловий і аграрний сектори економіки разом. Так, частка послуг у ВВП розвинутих країн становить зараз близько 70 %, а для країн, що розвиваються, – 55 %. У сфері послуг цих країн зайнято понад 60 % працюючих.

Бізнес і підприємництво у сфері послуг, що є ринковими і стосуються матеріального виробництва (транспорт, зв'язок, побутове обслуговування), відображають поточний стан країни і суспільства, оскільки саме підприємці завжди рухали суспільство вперед, особисто відповідали за свій бізнес і колектив, прийняття рішень в умовах невизначеності. Ця діяльність практична і реальна, здійснюється для людей, завжди близька до людей через постійну взаємодію з клієнтами.

Зміни та кризи в різних галузях спостерігаються і в період відносної стабільності економіки, тим більше в часи глобальних світових потрясінь. При цьому певні напрями можуть абсолютно спокійно переживати значні кризи і навіть мати в них вигоду. Саме в кризові часи формуються нові напрями в бізнесі: при закритті одних підприємств, відкриваються інші [2].

Оскільки змінюється активність споживача, то в цей час для бізнесу важливо шукати нові форми виробництва і продажу товарів. Подібно до того, як організм бореться з хворобою, виробляючи імунітет, так і бізнес, борючись з кризою, міцніє і знаходить нові можливості: щоб задовольнити попит народжуються нові бізнеси, йде перебудова під нові реалії ринку, викликана загальним економічним занепадом і



необхідністю адаптуватись до ситуації в країні.

В такі часи перебудови у бізнесу є дві основні реакції. Перша – призупинення діяльності. Таку можливість мають компанії зі значними резервами, використовуючи які, можна пережити зниження активності. При цьому потрібно мати розуміння моменту, коли для бізнесу існує загроза знищення. Нарощування активності в бізнесі – другий тип реакції. Щоб уникнути загрози банкрутства потрібно різко підвищити ефективність роботи. Саме в цей час бізнес може зазнати тих змін, які зроблять його надійнішим і вигіднішим.

При збільшенні обсягу виконуваних робіт необхідно зберігати належну якість товарів і послуг. Знизити ціну товару у такий час, перш за все, за рахунок зменшення націнки. Збереження прибутку за цих умов можливе за рахунок збільшення обсягу продажу. Даний етап – серйозне випробування стійкості компанії. Це може допомогти вдосконалити роботу колективу і підприємства, вивести організацію на рівень нових можливостей і створити фундамент для подальшого розвитку.

Нарощування і збільшення оборотів та обсягу виробництва в кризу – шлях, який є нелогічним. Але по закінченні кризи, таку компанію чекає значний розвиток. Без припинення роботи не буде втрачено час, гроші, клієнтів, команду. Таке випробування ще й зміцнить організацію і підвищить її позицію на ринку. Для підприємців це час значної психічної, матеріальної та фінансової напруги.

Завдяки вдалому досвіду деяких з бізнесменів знайдено принцип виживання бізнесу в період кризи. *Ефективність роботи організації повинна змінитися обернено пропорційно до спаду ділової активності галузі.* Це вимагає великих зусиль: потрібно скоротити витрати, зрозуміти нову ринкову ціну, збільшити активність співробітників, вивести рівень обслуговування на нову висоту, провести зачистку колективу і залишити лише ефективних працівників, ввести оцінку пріоритетності роботи із замовниками, підняти особисту ефективність, виконувати замовлення швидше і якісніше. З появою нових напрямків бізнесу гостро постає питання як виявити лідерів у колективі. Найважливіші якості лідера – відповідальність, самодисципліна (пунктуальність,



*II Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція  
«СТРАТЕГІЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»*

зовнішній вигляд, манера не відкладати справи потім), можливість взяти під контроль, самостійно планувати своє життя, вміння ставити собі завдання, чітко розуміти та докладно розписувати хід виконання поставленого завдання, організувати людей навколо і проконтролювати процес, достатня компетенція. Лідерів не потрібно запалювати та мотивувати – вони самі виявляють ініціативу, постійно креативні: знаходження рішень завжди вимагає винахідливості і завбачливості.

У перших все набагато простіше, адже їхній товар, як правило, відносно дешевий у виробництві та розробці. У такій компанії можна спочатку вигадати новий продукт, а потім спробувати запропонувати його клієнтам, виробляючи малими партіями. Або взагалі в одиничному екземплярі, але це вже залежить від вашої діяльності.

Вивести бізнес на новий рівень може експеримент із розширенням асортименту. Перевірка наскільки охоче люди купуватимуть новий товар та опитування людей, який продукт вони хотіли б купити у майбутньому (створення банку ідей). Завжди можна внести товар до каталогу, навіть якщо він не виготовлений. Якщо на нього надходитимуть періодичні заявки – його можна виготовити в міру надходження замовлень.

Важливо зменшити витрати, оскільки саме ними визначається собівартість, яка безпосередньо впливає на ціноутворення продукції. При заощадженні на виробництві, доцільно знизити вартість товару, зберігаючи прийнятний прибуток. В деяких частинах ринку навіть невелика різниця в ціні може визначити лідера ринку.

При цьому продукція стає більш конкурентоздатна, а підприємство може збільшити обороти, якщо при зниженні собівартості збережена гідна якість товару. При зниженні собівартості, можна залишити ціну на товар незмінною. Це особливо вигідно, якщо збут продукції і так відбувається швидко, і вона не залежується на складах.

На виробництві є дві основні статті витрат: постійні і змінні [3]. До перших відносяться: орендна плата, зарплати співробітників, витрати на канцелярські товари, послуги зв'язку і так далі. Ці витрати не залежать від обсягу виробництва. Інші ж навпаки – залежать від кількості виготовленого товару. Це витрати на сировину, змінна



*II Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція  
«СТРАТЕГІЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»*

частина зарплати робочих, вантажоперевезення і інше. Стосовно постійних витрат, то потрібно шукати різні акції, враховуючи, що постачальники не завжди зацікавлені в тому, щоб повідомляти про них своїх постійних покупців. При виході підприємства на достатні обсяги виробництва варто вийти на закупівлі сировини у виробника, оскільки виробники працюють по найбільш вигідних цінах. Зменшення витрат – це постійний процес, за яким повинні стежити відповідальні співробітники із заохоченням одноразовими преміями за знаходження вигідних варіантів.

Інші варіанти зниження витрат: покупка великими партіями зі знижками за значні обсяги товару. При масштабуванні виробництва, змінюється сам цикл виробництва і може бути застосована ідея конвеєра, коли кожна людина відповідальна за одне конкретне завдання. Відповідно, при збільшенні продуктивності, зменшується ціна праці і знижується собівартість продукції. Більша кількість фінансових коштів дозволяє вносити до виробництва інновації. І це стосується, як сучаснішого устаткування, так і впровадження та розробки нових технологій. Ініціатива може походити від самих співробітників, якщо вони будуть мотивовані.

Будь-які інноваційні методи виробництва орієнтовані на здешевлення виробництва, удосконалення продукту або розробку принципово нового товару. Часто при оренді приміщення залишається значна невживана площа. І вирішенням даної ситуації буде розширення свого виробництва, щоб найефективніше використовувати орендоване приміщення. Коли це не можливо в найближчій перспективі, або залишається площа, яка абсолютно не підходить під вимоги даного виробництва, багато підприємців знаходять суборендарів, які могли б зацікавитися цією площею. Така співпраця може значно зменшити орендну плату і, як наслідок, собівартість продукції. Отже, зниження собівартості є одним зі шляхів формування конкурентних переваг та успішного розвитку підприємства в період економічних криз.

### **Література:**

1. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів: Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.



2. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навч. посіб. / Василенко В. А. – К: ЦУЛ, 2002. – 420 с.

3. Економіка малого підприємства: навчальний посібник / Т.Г. Васильців, О.І. Іляш, Н.Г. Міценко; за ред. д-ра екон. наук Т.Г. Васильціва. К.: Знання, 2013. 446 с.

*Шумаков В.О. - здобувач вищої освіти ступеня  
доктора філософії другого (освітньо-наукового) рівня  
Науковий керівник: Танклевська Н.С. д.е.н. професор  
Херсонський державний аграрно-економічний університет м. Херсон*

## **ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНУ У ВОЄННИЙ ЧАС**

Залучення інвестицій в Україну у воєнний час є дуже складним, особливо без проведення термінових реформ, зокрема судової. Великі ризики, корупція на всіх ланках влади, низький рівень правового захисту інвестицій, погана регуляторна політика та низька репутація

Водночас, вже зараз уряд України має розробити покроковий план, щодо залучення іноземних інвестицій в Україну та вживати необхідні кроки для його успішного втілення.

Незважаючи на вищезгадані негативні фактори, які впливають на небажання інвестувати в Україну в цілому, іноземців цікавить можливість інвестування в наступні галузі:

### **1. Нерухомість.**

- Інвестиції у житлову нерухомість, зокрема у ділянки є привабливим для іноземного капіталу.

- Інвестиції у сільськогосподарської об'єкти.

**2. Логістика.** Одна з найчутливіших сфер, яка потребує постійного відновлення та покращення. Зокрема класична транспортна логістика, складська та інноваційна сервісне забезпечення цікавить іноземного та українського інвестора.

**3. Альтернативна енергетика.** Дуже актуальне у стані війни, коли ворог знищує українську енергосистему.