

Організаційна культура підприємств різних країн може мати великі відмінності. Це пояснюється особливостями культури, менталітету країни, в якій розташоване підприємство. Однак, організації, які входять в міжнародні мережі і мають філії в різних країнах, підтримують фірмову організаційну культуру, що вигідно вирізняє їх від інших, більш дрібніших конкурентів. Але це створює і певні складності в процесі менеджменту.

Міжнародна готельна мережа – це група закладів розміщення, що мають спільне керівництво та концепції просування продукту через системи управління і розподілу готельного фонду, а також використовують однакові стандарти обслуговування [4]. У будь-якої організації, а особливо міжнародної готельної мережі, будь то на початку її становлення або в процесі подальшого розвитку виникають проблеми формування і розвитку внутрішньої культури. На певному етапі життєвого циклу закладу розміщення виникає необхідність в створенні спільних корпоративних цінностей, стандартів і правил поведінки, що безумовно матиме позитивний вплив як внутрішньо-корпоративний розвиток, так і на процес стандартизації в обслуговуванні гостя.

В великих організаціях працівники постійно мігрують від однієї філії до іншої, проходять стажування, отримують підвищення чи їх переводять до іншого офісу. Кожна людина, що довгий час працює в колективі, переймає деякі культурні особливості, а при переході до нового місця роботи привносить їх з собою. Тому рух людських ресурсів в середині організації може істотно впливати на її культуру та мотивацію персоналу.

Такі готельні мережі як Marriott та Hilton надають вагоме значення підтримці організаційної культури [1, 2]. Щорічно вони виділяють великі кошти на проведення всіляких заходів, що сприяють згуртуванню колективу та покращують рівень наданих послуг. Також у них широко поширена практика стажування працівників в готелях, що розташовані в інших державах. Робітники, що мали можливість скористатися програмами обміну, занурюються в іншу культуру та набувають необхідні навички роботи з іноземними гостями. Повернувшись додому, вони поширюють серед колег нові знання через корпоративні системи комунікації та привносять частинку їх організаційної культури в свій готель, тим самим сприяючи створенню та підтриманню загальних для всіх готелів мережі особливостей. Оскільки рух людських ресурсів в межах міжнародної мережі готелів є дієвим інструментом підвищення організаційної культури необхідно поширювати практику стажування в іноземних філіях задля створення спільних корпоративних цінностей, стандартів поведінки та отримання необхідного досвіду.

#### **Перелік посилань:**

1. Hilton – наши ценности [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hilton.ru/about/>
2. Marriott International – основные ценности и наследие [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.marriott.com.ru/culture-and-values/core-values.mi>
3. Кальницька М. О. Вплив організаційної культури на інноваційний потенціал підприємства [Текст] / М. О. Кальницька // Вісн. Дніпров. ун-ту. Серія: Менеджмент інновацій. – 2015. – Вип. 5. – С. 60-70.
4. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. / Г. Я. Круль. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.

## **КОНЦЕПЦІЯ ВАРТІСНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**Г.В. Кириченко**

*Національний транспортний університет, м. Київ*

Сьогодення вимагає від існуючих підприємств відповідної системи управління, вибору стратегії розвитку підприємства з урахуванням сучасного стану економіки. Розвиток підприємства як складної динамічної системи потребує в процесах прийняття рішень узагальнюючих показників, важливе місце серед яких займає вартість підприємства. В сучасних умовах управління вартість підприємства є основним параметром, що характеризує економічний потенціал суб'єкта господарювання, а динаміка зміни вартості є важливим показником якості управління.

Керівникам вітчизняних підприємств, які планують входження до світової економічної системи в якості рівноправних учасників, необхідно приймати стратегічно правильні рішення з використанням новітніх методів управління.

Свій внесок у дослідження вартісно-орієнтованого управління внесли як зарубіжні так і вітчизняні вчені: І. Ансофф, А. Чендлер, М. Портер, М. Мінцберг, М. Мескон, М. Альберт, Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррін, Ф. Хедоурі, А. Томпсон, О.П. Градов, О.Г. Мендрул, Р.В. Андрійчук та інші. Аналіз публікацій показав, що проблема вибору стратегії розвитку підприємства з урахуванням вартісного підходу залишається відкритою, зокрема, для автотранспортних підприємств.

Оцінка підприємства являє собою впорядкований цілеспрямований процес визначення у грошовому виразі вартості об'єкта в умовах конкретного ринку.

Вартість підприємства є комплексним критерієм оцінки його стану у порівнянні з такими обліково-аналітичними показниками як виручка, прибуток, рентабельність та інші.

Законодавча база, що регулює оціночну діяльність в Україні складається із більш ніж 80 нормативно-правових актів України, що включає в себе Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [1].

Система управління вартістю підприємства забезпечує використання методів, способів, прийомів, системи показників для оцінки вартості підприємства та для здійснення подальшого впливу на неї. Цикл управління вартістю підприємства включає в себе [2]: 1) побудову стратегії управління вартістю підприємства; 2) виявлення та обґрунтування ключових факторів, що впливають на процес генерування та руйнування вартості; 3) побудову оціночних показників, що є індикаторами зміни факторів вартості; 4) формування системи інформаційного бухгалтерського забезпечення процесу управління вартістю; 5) реалізацію стратегії управління вартістю підприємства; 6) аналіз ефективності управління вартістю; 7) формування звітності про вартість підприємства.

До процесу оцінки вартості підприємства слід віднести декілька етапів: 1) становлення цілей оцінки вартості підприємства; 2) обрання виду вартості, що визначатиметься; 3) обрання методу оцінки вартості підприємства; 4) обрання підходу до оцінки вартості підприємства.

Під підходом до оцінки вартості підприємства, у відповідності з українськими та міжнародними стандартами, розуміємо розроблену модель або сукупність способів оцінки вартості.

Проведений аналіз поглядів дослідників різних наукових сфер показав, що серед науковців відсутня єдність позицій щодо вибору підходів, методів, методик оцінки вартості підприємства. На сьогоднішній день в Україні законодавчо закріплені три основні підходи: затратний (майновий), дохідний, порівняльний (ринковий). Також окремими дослідниками у міжнародній практиці для визначення вартості підприємства, окрім зазначених підходів, застосовують опціональний підхід та підхід заснований на моделі Ольсона.

Жоден із підходів, що існують не виключає один одного, оскільки має свої переваги та недоліки в процесі визначення вартості підприємства.

Підводячи підсумок, зазначимо, що показник вартості підприємства на сьогодні відіграє визначальну роль в управлінні, оскільки, з одного боку, він є комплексною характеристикою стану діяльності, що адекватно відображає його фінансові параметри, економічну ефективність та очікувані перспективи розвитку, виступає орієнтиром, з яким власники та управлінський персонал узгоджують свої рішення. З іншого боку, це основний показник, який дозволяє реалізувати інтереси всіх зацікавлених в результатах діяльності підприємства осіб.

#### **Перелік посилань:**

1. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні : Закон України від 12 липня 2001 р. №2658-III // ВВР. – 2001. – № 47. – ст. 251.

2. Корягін М. В. Бухгалтерський облік в системі управління вартістю підприємства: теоретико методологічні концепції [Текст] : монографія / М. В. Корягін. – Львів : ЛКА, 2012. – 389 с.

3. Симионова Н. Е. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Симионова Н. Е., Симионов Р. Ю. – М. – Ростов н/Д. : Изд. центр «МарТ», 2004. – 464 с.

## **ОБМЕЖЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

*О.М. Кібік, д.е.н., професор*

*Національний університет «Одеська юридична академія»*

Кризовий стан виникав на різних етапах функціонування економіко-політичних систем всіх держав. Багато країн на цей час стикаються з проблемою подолання системних криз або кризових станів окремих складових своїх економіко-політичних систем. Їх настання було зумовлено суб'єктивними й об'єктивними причинами, самою природою економіко-політичної системи. Як свідчить світовий досвід, кризи не обов'язково є руйнівними. Криза є реальним шансом системи стати більш конкурентоспроможною, стійкою тощо. Кризи в різних країнах протікали або протікають у цей час з певним ступенем гостроти протягом різних за тривалістю періодів. Сучасні кризові явища в сфері економічної діяльності обумовлюються суперечностями процесів функціонування і розвитку. Однак у численних випадках кризи виникали і в самих процесах функціонування та розвитку.