практичний зміст. Результативність праці робітників залежить від ступеня взаємного узгодження в розвитку кваліфікаційного, психофізіологічного й особистісного потенціалу, механізм керування кожним з яких істотно різниться.

Саме потенціал персоналу формує головну продуктивну силу суспільства – працівника підприємства. Під впливом різних чинників, її складових (підвищення освітнього, професійного, культурного і технічного рівня робочої сили), відбувається розвиток і удосконалювання людського фактора.

Література.

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2000. – 895 с.

2. Маркс К., Энгельс Ф.Соч. – 2-е изд. – М., 1960. – Т. 23. – С. 217.

3. Авдеенко В.Н., Котлов В.А. Производственный потенциал промышленного предприятия. – М.: Экономика, 1989. – 240 с.

4. Одегов Ю.Г. Трудовой потенциал предприятия: пути эффективного использования / Ю.Г. Одегов, В.Б. Бучин, К.Л. Андреев; под ред. Н.А. Иванова. – Саратов: Изд-во Сарат. Ун-та, 1991. – 172 с.

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Огієвич І. І., студент
Науковий керівник: Догадайло Я. В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В сучасних умовах функціонування суб’єктів господарювання, для підтримки стійких позицій на ринку та збереження своєї конкурентоспроможності підприємствам необхідно постійно розвиватися. Розвиток підприємства означає якісні зміни й оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються.

Зміни є невід’ємною складовою для будь-якого підприємства чи організації, оскільки середовище, у якому вона існує, динамічне та мінливе. Отже підприємство повинно реагувати на зміни середовища, а саме шляхом ефективного впровадження змін, які можуть буди абсолютно різними, тому в економічній літературі існує багато визначень поняття «зміни на підприємстві». Треба відзначити, що в загальному вигляді «зміни» – це освоєння підприємством нових ідей або моделей поведінки [1, с. 247].

Над необхідністю управління змінами давно працювали П. Друкер, І. Ансофф, які пропонували різні системи адміністративної підтримки змін, винагород і контролю, подолання індивідуального та групового опору змінам. У цьому напрямку працюють як зарубіжні, так і вітчизняні вчені: Дж. Харрингтон [2], Дж. Брайт, Дж. Дак [3], Т. Бауліна [4], Д. Воронков, О. Кузьміна, М. Грін, Г. Жаворонкова , Л. Скібіцька [5]. І. Новаківський

наводить класифікацію процесів управління проектами, яка стосується і змін на підприємстві [6].

Управління змінами – це процес постійного коригування напрямку діяльності підприємства, модифікації поведінки її працівників в умовах змін. Необхідність управління змінами на підприємствах пов'язана із невідповідністю процесу управління потребам, зумовлена середовищем її функціонування. При цьому потрібно брати до уваги те, що зміни у будь-якому одному підрозділі підприємства зазвичай впливають на інші підрозділи і на підприємство загалом. Таким чином, причинами змін на вітчизняних підприємствах у сучасних умовах є чинники внутрішнього та зовнішнього середовища.

Зовнішні чинники пов'язані із загальним і специфічним середовищем функціонування підприємства, а точніше – зі змінами в компонентах цього середовища: в економічній ситуації, державному регулюванні, технологічній складовій, міжнародних аспектах, соціально-культурних компонентах тощо. Більш сильний вплив на необхідність проведення організаційних змін чинять фактори специфічного середовища: конкуренти, споживачі, постачальники. Внутрішні чинники також можуть бути причинами організаційних змін. При цьому частина з них може бути наслідком прямого або непрямого впливу змін у зовнішньому середовищі, решта може бути результатом розвитку самого підприємства.

Таким чином, реалізований відповідним чином механізм управління змінами призводить до більш ніж просто позитивного результату. Це дозволить підприємству вчасно реагувати на мінливі умови зовнішнього середовища, зберегти свою конкурентоспроможність та підтримати свою стійку позицію на ринку. Перспективою наукових розробок є зосередження на значенні управління змінами в найрізноманітніших аспектах діяльності підприємства, а також економічне обґрунтування впровадження конкретних видів змін на певних стадіях життєвого циклу підприємства.

Література.

1. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку / Т. В. Гринько // Бізнес-Інформ. – 2013. – № 10. – С. 247–252.

2. Харрингтон Дж. Совершенство управления изменениями : пер. с англ. / Дж. Харрингтон; под ред. В.В. Брагина. – М. : Изд-во «Стандарты и качество», 2008. – 192 с.

3. Дак Дж. Д. Монстр перемен: Причины успеха и провала организационных преобразований / Дж. Д. Дак. – М. : Изд-во «Альпина Паблишер», 2003. – 320 с.

4. Бауліна Т. В. Управління процесом організаційних змін підприємств в умовах перехідної економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Т.В. Бауліна ; Міжнародний науково-технічний університет. – К., 2004. – 20 с.

5. Скібіцька Л.І. Проведення організаційних змін як засіб подолання криз / Л.І. Скібіцька, О.М. Скібіцький // Наука й економіка – 2008. – № 4. – С. 354–361.

6. Новаківський І.І. Проектно-орієнтована організаційна система управління як ціль еволюції проектного менеджменту / І.І. Новаківський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер. : «Комп'ютерні науки та інформаційні технології». – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2009. – С. 163–174.

ВИКОРИСТАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Орел К. В., студентка
Науковий керівник: Бортник Л. В., к.е.н., викладач
Одеський національний економічний університет

Нестабільна економіка України перешкоджає поширенню нових прогресивних форм управління, диктує свої жорсткі правила гри на ринку та гальмує створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу. Вирішення цієї проблеми можна знайти в одному із видів сучасного партнерського бізнесу – франчайзингу.

Франчайзинг – це вид ділового співробітництва, сутність якого полягає в наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (франчайзером) права на здійснення визначеної діяльності з використанням його торговельної марки, технологій, ноу-хау, інших об'єктів інтелектуальної власності другому суб'єкту підприємництва (франчайзі) впродовж установленого терміну на обмеженій території та на визначених умовах [1, с. 68].

Найбільш широкого поширення франчайзинг набув у США, Канаді, Західній Європі, Японії, в країнах Карибського і Тихоокеанського басейнів. В Україні ринок франчайзингу й досі залишається недооціненим і знаходиться на стадії формування попиту. За даними офіційного веб-сайту Асоціації франчайзингу України у 2009-2015 рр. кількість франчайзерів в Україні збільшилась в 2,5 рази або на 149 % (рисунок 1).

Вибір франчайзингової системи залежить від багатьох чинників: виду господарської діяльності; стабільності франчайзера та його місця на ринку товарів і послуг; особливостей ринку місцевого франчайзі. У сфері туризму франчайзинг асоціюється з правом продавати послуги від імені певної туристичної фірми на основі укладеної ліцензійної угоди.

Одним із прикладів франчайзингових мереж у сфер туризму може служити компанія TUI – найбільша світова мережа, що володіє туристичними агенціями, готелями, авіакомпаніями, круїзними лайнерами. У 2013 р. ця туристична франшиза знайшла своє місце і в Україні. «TUI Ukraine» вважається першим франчайзинговим проектом у туристичному бізнесі України, який довів свою успішність. На сьогоднішній день мережа нараховує більше 200 турагенцій, що працюють під брендом TUI [3].