

Нещадим Л.М., Тимчук С.В.

Уманський національний університет садівництва

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ І ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Анотація

У статті аналізується привабливість і передумови для розвитку агроекотуризму в Україні. Було досліджено основні активні і пасивні потоки туристів і їх можливе накопичення. Обґрунтовано доцільність розширення туристичної діяльності на селі.

Ключові слова: Турист, привабливість, агротуризм, економіка, активний потік, прибуток.

Neshchadym L.N., Tumchuk S.V.

Uman National University of Horticulture

TOURIST ATTRACTION AND PRECONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM IN UKRAINE

Summary

The article analyzes the attractiveness of and prerequisites for the development of agrotourism in Ukraine. It investigated the main active and passive streams of tourists and their possible accumulation. The feasibility of agrotourism in rural areas was justified

Keywords: tourist, attraction, agrotourism, economy, active flow, profit.

УДК 338.432:631

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Нідзельська Т.Л.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

У статті зроблено теоретичний огляд наукових досліджень щодо стратегічного управління підприємствами та аналізу стратегічного потенціалу. Висвітлено модель стратегічного управління та її характерні риси; роль вибору місії, цілей та стратегій в стратегічному управлінні підприємством. Також описані функції, які виконує стратегічний потенціал в системі стратегічного управління. Запропоновано план послідовних дій для ефективного формування стратегічного потенціалу. Підсумком дослідження є висновок – до вибору реалізації стратегічного потенціалу можна приступити лише після визначення місії та стратегій.

Ключові слова: стратегічний потенціал, стратегічне управління, аналіз стратегічного потенціалу, стратегія, цілі, місія.

Постановка проблеми. Світова практика бізнесу показує, що більшість підприємств, які досягли значних результатів в бізнесі, дякують саме впровадженню стратегічного управління і аналізу потенціалу. Стратегічне управління – процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове управління організацією, визначають специфічні цілі діяльності на основі наявного потенціалу, розробляють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи все релевантні (найістотніші) зовнішні і внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються. Будь-яка модель управління підприємством базується на відповідній концепції, яка є системою ідей, принципів, які зумовлюють мету функціонування організації, механізми взаємодії суб'єкта і об'єкту управління, характер взаємин між окремими ланками його внутрішньої структури, а також необхідна міра обліку впливу зовнішнього середовища на розвиток організації. Вихідною умовою, яка відбиває суть концепції стратегічного аналізу потенціалу, є ідея про необхідність враховувати взаємозв'язок і взаємовплив зовнішнього і внутрішнього середовища

під час визначення цілей підприємства; стратегії в цьому випадку виступають як інструменти досягнення цілей, а для реалізації стратегій необхідно щоб все підприємство функціонувало в стратегічному режимі. Виходячи з цього, стратегічне управління є реалізацією концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний і інтегральний підходи до діяльності підприємства, яка дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями підприємства і приводити їх у відповідність з останніми, розробляючи і реалізуючи систему стратегій.

Аналіз досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження аналізу стратегічного потенціалу а процесів управління підприємством зробили такі вітчизняні вчені як Бузько І.Р., Отенко І.П., Калінеску Т.В., Федонін О.С. та інші. Їхні роботи присвячені визначенню сутності та особливостей формування, використання та розвитку стратегічного потенціалу підприємства, обґрунтуванню принципів та підходів до управління потенціалом підприємства та методам його аналізу.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Розгляд методичних підходів до впровадження

системи аналізу стратегічного потенціалу на підприємстві не можливий без розуміння її суті і складових. Варто відмітити, що в науковій літературі поки що відсутній єдиний підхід до цього питання. Проте можна стверджувати, що науковці здебільше розглядають стратегічне управління і аналіз потенціалу як замкнений управлінський процес, направлений на досягнення місії і цілей організації.

Метою даного дослідження є обґрунтування ролі стратегічного потенціалу в процесах управління підприємством. З цією метою необхідно визначити зв'язок між стратегічним потенціалом підприємства та процесом стратегічного управління, визначити функції стратегічного потенціалу в системі управління підприємством.

Основні результати досліджень. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства можна розглядати як динамічний синтез декількох взаємозв'язаних етапів управлінського процесу, які логічно виходять один з одного. Крім того, існує зворотний зв'язок і, відповідно, зворотний вплив кожного етапу на загальну групу. У цьому і полягає особливість стратегічного управління і аналізу потенціалів підприємства (рис. 1).

Аналіз зовнішнього середовища зазвичай вважається вихідним етапом процесу стратегічного управління і аналізу потенціалу підприємства, оскільки він забезпечує базу для визначення місії і стратегічних конкурентних цілей підприємства та для розробки стратегії поведінки, яка дозволить підприємству здійснити свою місію і досягти поставлених цілей.

Головний орієнтир управління розвитком підприємства – забезпечення його життєздатності. Надійність, стійкість, живучість, та вмотивованість до розвитку – основні складові життєздатності, які віддзеркалюють різні аспекти підприємництва [3].

Стратегічне планування вносить суттєві корективи в методи управління, відкидаючи можливість керування діяльністю підприємства виходячи з екстраполяції минулих тенденцій. Виникає необхідність вносити стратегічні корективи в поставлені завдання згідно зі змінами на ринку, аж до можливості прогнозування виходу на ринок інших товарів. Ця управлінська концепція робить акцент на умови ринку, особливо на умови конкуренції та збуту як на критерій управління [7].

Модель стратегічного управління лежить в основі стратегічного мислення і знаходить вираз у певних характерних рисах її застосування:

1. Базується на певному поєднанні теорії: системному, ситуаційному та цільовому підходах до ді-

яльності підприємства, що трактується як відкрита соціально-економічна система. Використання тільки однієї із зазначених засад не дає змоги досягти потрібних результатів – розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

2. Орієнтує на вивчення умов, в яких функціонує підприємство. Це дозволяє створювати адекватні цим умовам системи стратегічного управління, що будуть відрізнятися одна від одної залежно від особливостей підприємства та характеристик зовнішнього середовища.

3. Концентрує увагу на необхідності збору та застосуванні баз стратегічної інформації. Аналіз, інтерпретація та застосування інформації для прийняття стратегічних рішень дає змогу визначити зміст та послідовність дій щодо змін на підприємстві завдяки зменшенню невизначеності ситуації.

4. Дозволяє прогнозувати наслідки рішень, що приймаються, впливаючи на ситуацію шляхом відповідного розподілу ресурсів, встановлення ефективних зв'язків та формування стратегічної поведінки персоналу.

5. Передбачає застосування певних інструментів та методів розвитку підприємств (цілей, «дерева цілей», стратегій, «стратегічного набору», стратегічних планів, проектів і програм, стратегічного планування та контролю тощо) [5].

Так само як важко уявити собі два однакових підприємства, неможливо створити тотожні системи стратегічного управління. Характерні риси системи стратегічного управління певного підприємства залежать від взаємодії таких чинників: галузевої приналежності; розмірів підприємства (залежно від галузевих особливостей); типу виробництва, рівня спеціалізації, концентрації та кооперації; характерних рис виробничого потенціалу; наявності (відсутності) науково-технічного потенціалу; рівня управління; рівня кваліфікації персоналу тощо.

Між стратегічним потенціалом підприємства та процесом стратегічного управління існує тісний взаємозв'язок. Стратегічний потенціал є базовим концептом стратегічного управління підприємством [4]. В свою чергу, кінцевим продуктом стратегічного управління є потенціал, який забезпечує досягнення цілей у майбутньому [9].

В системі управління підприємством стратегічний потенціал виконує наступні функції:

– визначає орієнтири розвитку і є вихідною точкою для встановлення цілей підприємства. В свою чергу, цілі обумовлюють напрямки формування, використання і розвитку стратегічного потенціалу підприємства;

– є вихідним базисом для розробки стратегії діяльності підприємства. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, як інструмент розробки стратегії, спрямований на оцінку стратегічного потенціалу як сукупності внутрішніх (ресурси і компетенції) і зовнішніх (ринкові можливості) умов функціонування і розвитку підприємства;

– є основою забезпечення високої результативності діяльності підприємства. Між величиною стратегічного потенціалу та результативністю підприємства існує тісний кореляційний зв'язок, який обумовлюється трансформацією наявного ресурсного потенціалу у ключові результати у процесі взаємодії із ринковими суб'єктами;

– є необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства завдяки визначальним компетенціям, якими володіє суб'єкт господарювання та його персонал.



Рис. 1. Блок-схема процесу стратегічного управління [10]

Компетенції – це сукупність навичок, знань, ноу-хау і відносин, які створюють потужний стратегічний потенціал шляхом створення унікально привабливих товарів і послуг або унікально привабливих дій за рахунок комбінування ресурсів такими способами, які не можуть повторити інші підприємства, що є важливим джерелом ренти і конкурентоспроможності на ринку;

- є комплексною характеристикою процесів взаємодії всіх функціональних підсистем підприємства. Зазначене обумовлює виділення в структурі стратегічного потенціалу підприємства функціональних потенціалів: виробничого, фінансового, маркетингового, трудового, інноваційного, управлінського, інформаційного тощо. Їхнє оптимальне поєднання та взаємодія дозволяє одержати ефект синергії при отриманні результатів діяльності підприємства;

- визначає тип відтворення на підприємстві. В залежності від обсягу стратегічних ресурсів та можливостей підприємство обирає звужений, протистий або розширений тип відтворення своєї діяльності. При цьому важливу роль відіграє наявність резервів та можливостей, які не використовуються;

- є визначальним фактором виживання підприємства у умовах поширення кризових явищ. В структурі стратегічного потенціалу підприємства виділяють потенціал виживання, який характеризується потенційними можливостями підприємства щодо виходу з кризового стану, створення передумов до самозбереження, відновлення нормального режиму його функціонування, забезпечення стійкості та адаптивності господарської системи до кризових явищ;

- обґрунтовує характер трансформаційних процесів на підприємстві. Залежно від стадії життєвого циклу, на якій перебуває стратегічний потенціал, та у відповідності із зовнішніми умовами підприємство обирає засоби трансформації своєї діяльності (реорганізація, реструктуризація, реінжиніринг бізнес-процесів тощо);

- є інтегральною характеристикою потенційних можливостей суб'єкта господарювання, які використовуються для визначення вартості підприємства. Оцінка потенціалу за допомогою вартісних методів дозволяє визначити базу оцінки у випадку купівлі-продажу підприємства чи його акцій, обґрунтувати розмір застави, страхових платежів, при проведенні інвестиційних розрахунків тощо;

- визначає тип реакції підприємства на динамічні і непередбачувані зміни в зовнішньому середовищі функціонування. Підприємства, які не володіють достатнім потенціалом обирають реактивну (адаптація з орієнтацією на минуле) або інактивну (адаптація з орієнтацією на теперішнє) політику реагування на зовнішні зміни.

Підприємства, які володіють потужним стратегічним потенціалом, обирають активну позицію та здійснюють превентивні заходи преактивного (підготовка до змін) та інтерактивного (виклик змін) характеру. Таким чином, стратегічний потенціал підприємства – це системна сукупність стратегічних ресурсів, компетенцій та можливостей, які використовуються або можуть використовуватися на сучасному етапі та в довгостроковій перспективі для забезпечення сталого розвитку підприємства у відповідності з встановленими цілями та існуючими тенденціями у зовнішньому середовищі [6].

Мета стратегічного управління – це визначення місії, цілей та стратегій, розробка і забезпечення виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних орієнтирів з удосконалення підприємства та його окремих підсистем, що є основою

для забезпечення його конкурентоспроможного існування в довгостроковій перспективі

Стратегічні цілі – це зміцнення положення організації в галузі і підвищення конкурентоспроможності; фінансові цілі – це за планова фінансові показники [8]. При цьому стратегічні цілі характеризують процеси розвитку, а фінансові – процеси функціонування.

Ціль визначає конкретний кінцевий стан економічної системи, встановлює напрямки розвитку бізнесу і соціальної сфери, дає змогу сформувати систему пріоритетів, раціонально розподілити обмежені ресурси, сконцентрувати зусилля в конкретній сфері або сегменті зовнішнього ринку [2].

Між цілями повинна існувати чітка ієрархія. Кожен структурний підрозділ ставить свої цілі, сумісні з цілями інших підрозділів, так, щоб вони органічно вписувалися у визначення головної мети діяльності підприємства. Отже, головна мета досягається при реалізації цілей нижчого рівня [12].

Місія підприємства – це його головна загальна ціль, суть існування підприємства. Значення місії полягає в тому, що вона виступає для керівництва як основа, орієнтир для прийняття всіх наступних рішень. Оскільки будь-яке підприємство – це відкрита система, яка існує завдяки тому, що задовольняє якусь потребу своїх споживачів, клієнтів, то й місія його повинна потенційно відображатися в навколишньому середовищі, а не всередині підприємства. Отже, прибуток не може бути місією підприємства, бо це повністю внутрішня проблема, хоч і дуже суттєва. Місія деталізує статус фірми і забезпечує напрям і орієнтири для визначення цілей, стратегії, тактики і політики, в досягненні запланованого результату. Особливе значення місії для діяльності організацій полягає в тому, що місія є основою стратегічних рішень організації; створює впевненість, що в організації є ясні, чіткі цілі; поєднує зусилля працівників на обраних напрямках; створює розуміння і підтримку серед представників пов'язаних груп (акціонери, власники, владні структури, менеджери) – тобто здійснює реалізацію всього потенціалу підприємства.

Добре сформульована місія підприємства повинна містити наступне:

1. Завдання підприємства з погляду його основних послуг або продукції, його основних ринків і основних технологій.

2. Опис зовнішнього середовища стосовно підприємства, що визначає параметри підприємства.

3. Характеристику культури організації. Який робочий клімат існує всередині підприємства? Якого типу людей приваблює цей клімат?

Щоб вибрати відповідну місію, керівництво повинно відповісти на два питання: «Хто наші клієнти?» і «Які потреби наших клієнтів ми можемо задовольнити?». Клієнтом в даному контексті буде будь-який суб'єкт, який використовує результати діяльності організації. Клієнтами некомерційної організації будуть ті, хто використовує її послуги і забезпечує її ресурсами [11].

Стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємства, залежно від конкретної ситуації, може бути унікальним. З огляду на системний підхід до аналізу потенціалу підприємницької діяльності і відповідності структури аналізу стратегічного потенціалу підприємства структурі розробленої для нього стратегії, доцільною вважається така структура:

- аналіз окремих видів бізнесу підприємницької організації;

- наліз функціональних підсистем організації;
- аналіз структурних підрозділів організації;
- аналіз усіх бізнес-процесів організації.

За для ефективного формування стратегічного потенціалу в умовах нестійкого зовнішнього середовища потрібно приділити увагу наступним факторам:

- а) політичним факторам;
- б) ринковим факторам, аналіз яких дозволяє керівництву підприємства уточнити стратегію та зміцнити позиції на ринку;
- в) факторам конкуренції, для здійснення постійного контролю з боку підприємства за діями конкурентів;
- г) соціальним факторам, що включають такі показники, як зміна суспільних цінностей, відносини, сподівання й інтереси;
- д) державним факторам. Держава встановлює систему нормативних актів, що регулює діяльність суб'єктів ринку.

Таким чином, аналіз факторів, які впливають на формування стратегічного потенціалу підприємства дозволяє сформулювати перелік загроз, які можуть вплинути на діяльність підприємства в цілому.

Стратегічне управління будь-яким підприємством у ринковому середовищі зосереджується на правильному визначенні поточних позицій підприємства на ринку, показників його господарсько-фінансової діяльності, сильних і слабких сторін. В сучасних умовах адекватність прийнятої стратегії розвитку бізнесу або території стратегічним цілям залежить від результатів стратегічного аналізу. Стратегічний аналіз формує інформаційну базу для прийняття рішення, але його методи залежать від складності внутрішнього та зовнішнього середовища господарської системи. Система методів стратегічного аналізу та інформаційне коло джерел залежать від економічних відносин в регіоні та тра-

диційної чи інноваційної спрямованості потенціалу підприємства [1].

Висновки. Визначивши місію, керівництво організації може приступити до вибору реалізації стратегічного потенціалу. Вибір стратегії – центральний момент стратегічного управління. Процес вибору складається зі стадій розробки, доведення й аналізу (оцінки). На практиці ці стадії важко розділяти, тому що вони являють собою різні рівні єдиного процесу аналізу.

На першій стадії створюються стратегії, що дозволяють досягти поставлених цілей. Тут важливо розробити більше число альтернативних стратегій, залучити до цієї роботи не тільки вищих керівників, але і менеджерів середньої ланки. Це істотно розширить вибір і дозволить не пропустити потенційно кращий варіант.

На другій стадії стратегії допрацьовуються до рівня адекватності цілі розвитку організації у всьому їх різноманітті і формується загальна стратегія.

На третьому – аналізуються альтернативи в рамках обраної загальної стратегії фірми і оцінюються за ступенем придатності для досягнення її головних цілей. Загальна стратегія наповнюється конкретним змістом, по окремих функціональних зон організації розробляються приватні стратегії.

Багатофакторність вибору стратегії багато в чому визначає необхідність розробки декількох стратегічних альтернатив, з яких і здійснюється остаточний вибір. Стратегічні альтернативи – набір різних приватних стратегій, які дозволяють досягти стратегічних цілей організації, у всьому їх різноманітті, в рамках обраної базової стратегії та обмежень на використання наявних ресурсів. Кожна стратегічна альтернатива аналізу потенціалу надає організації різні можливості і характеризується різними витратами і результатами.

Список літератури:

1. Богацька Н. М. Стратегічний потенціал підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Богацька, Д. Ковальчук – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Economics/73229.doc.htm
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання / В. Г. Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.
3. Кашуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва / Кашуба Я. М. // Економіка та держава. – 2011. – № 9. – С. 16.
4. Отенко І. П. Стратегічні пріоритети підприємства. Монографія / І. П. Отенко. – Харків: ХНЕУ, 2008. – 108 с.
5. Прохорова Ю. В. Підходи до формування моделі стратегічного управління потенціалом підприємства [Електронний ресурс] / Ю. В. Прохорова // ХНЕУ. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2010/58/NTU_XPI_58_2010_12.pdf
6. Рябенко В. В. Місце стратегічного потенціалу в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / В. В. Рябенко – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8718/1/5.pdf>
7. Стратегічний менеджмент / І. М. Писаревський, О. М. Тищенко, М. М. Поколюда, Н. Б. Петрова. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 287 с.
8. Томпсон-мл., Артур, А., Стрикленд III, А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
9. Управление организацией: учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 736 с.
10. Фарманов Р. В. Методологические аспекты анализа стратегического ресурсного потенциала промышленного предприятия / Р. В. Фарманов. // Российское предпринимательство. – 2007. – № 4. Вып. 1(88) – С. 98–102.
11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник / З. Є. Шершньова., 2006. – (Київ. нац. екон. ун-т. – 2-е вид., перероб. і допов.). – К., 2006. – 699 с.
12. Яременко, М. О. Особливості оцінки потенціалу торговельного підприємства [Текст] / М. О. Яременко // Наукова школа маркетингового менеджменту: 20 років творчої діяльності: тези доп. Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції – Донецьк, ДонНУЕТ, 2011. – С. 211-213.

Нидзельская Т.Л.

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье сделан теоретический обзор научных исследований по стратегическому управлению предприятиями и анализа стратегического потенциала. Освещены модель стратегического управления и его характерные черты; роль выбора миссии, целей и стратегий в стратегическом управлении предприятием. Также описаны функции, которые выполняет стратегический потенциал в системе стратегического управления. Предложен план последовательных действий для эффективного формирования стратегического потенциала. Итогом исследования является вывод – к выбору реализации стратегического потенциала можно приступить только после определения миссии и стратегии.

Ключевые слова: стратегический потенциал, стратегическое управление, анализ стратегического потенциала, стратегия, цели, миссия.

Nidzelska T.L.

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

STRATEGIC POTENTIAL ANALYSIS AS BASIS OF COMPANY DEVELOPMENT

Summary

In the paper, the theoretical review of scientific researches on strategic management of the enterprises and analysis of strategic potential are made. The model of strategic management and its characteristic features as well as the role of choice of the mission, purposes, and strategies in strategic management of the enterprise are shown. The article also describes the functions carried out by strategic potential in system of strategic management. The plan of consecutive actions for effective formation of strategic potential is proposed. The research concludes that it is possible to start a choice of realization of strategic potential only after determining the mission and strategies.

Keywords: strategic potential, strategic management, strategic potential analysis, strategy, purposes, mission.

УДК 657.2.016

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ СТВОРЕННЯ ТА ЛІКВІДАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Опришко Р.Г.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Розкрито сутність понять створення та ліквідації підприємств; визначено етапи проведення процедури державної реєстрації підприємств; зазначено відмінності понять «припинення діяльності підприємства», «припинення підприємства» та безпосередньо «ліквідація»; досліджено основні причини ліквідації підприємств; розкрито етапи державної реєстрації припинення підприємства.

Ключові слова: підприємство, реєстрація підприємств, припинення діяльності підприємства припинення підприємств, ліквідація підприємств.

Постановка проблеми. Поняття створення та ліквідація підприємства є одними з головних та основоположних термінів ведення підприємницької діяльності і являють собою перелік процесів та дій, за допомогою яких відбувається їхня реєстрація, а також відображення у бухгалтерському обліку відповідно до чинного законодавства України. А тому, саме правильне розуміння та здійснення необхідних процедур для проведення цих процесів дають змогу зменшити втрати, як часові, так і фінансові на їх проведення та отримати максимальну вигоду для підприємств, стосовно яких відбуваються ці процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання утворення та ліквідації підприємств не в достатньому обсязі відображені у вітчизняній літературі, проте у працях таких вітчизняних вчених, як: Ангіпенка В., Гури Н.О., Ільницького Ю., Кравчука В., Мельник Т.Г., Повара П.О., Скічко О., Хобича О.,

Швеця В.Г., вони все ж знайшли своє відображення у українській літературі та періодичних виданнях.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми ліквідації юридичної особи в обліковому та контрольному аспекті вивчені недостатньо, досі не вироблено єдиного підходу щодо систематизації обліково-аналітичних методик під час ліквідації та санації банкрутів, що перешкоджає їх впровадженню у практику українських підприємств.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розкрити основні аспекти процесів створення та ліквідації підприємств, враховуючи зміни у законодавстві України, та варіанти вирішення проблемних питань, з якими можуть стикатися суб'єкти господарювання при проведенні даних процедур.

Виклад основного матеріалу. Підприємства є головними суб'єктами ринкової економіки, основою створення ВВП країни, і саме від них залежить еко-