Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)

Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)

Інститут економіки ім. Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)

Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)

Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)

Навчально-науковий інститут неперервної освіти Національного авіаційного університету (м. Київ, Україна)

Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень (м. Дніпро, Україна)

Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)

Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)

До 100-річчя Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (1918–2018)

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2018: ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції

(Дніпро, 19–20 квітня 2018 р.)

У восьми томах

Том 3. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації

Дніпро
Видавець Біла К. О.
2018

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

Затверджено на засіданні вченої ради економічного факультету
(протокол № 10 від 10.04.2018)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Поляков М. В. – д-р фіз.-мат. наук, проф., член-кореспондент НАН України, ректор Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, *голова оргкомітету;*

Гринько Т. В. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Грабчук О. М. – д-р екон. наук, доц., зав. кафедри фінансів Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Іванов Р. В. – канд. фіз.-мат. наук, доц., зав. кафедри економічної кібернетики Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Коваленко О. В. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки підприємств Запорізької державної інженерної академії;

Абесадзе Р. Б. – д-р екон. наук, проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі;

Раманаускас Юліус – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

Гайдка Єжи – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки промисловості та ринку капіталу Лодзинського університету;

Максютенко І.Є. – канд. екон. наук, доцент кафедри управління професійною освітою Навчально-наукового інституту неперервної освіти Національного авіаційного університету;

Шевцов А. І. – д-р техн. наук, професор, директор Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень у місті Дніпро;

Серджо Велеско – д-р екон. наук, професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у місті Міттвайда;

Дімітров Іван – д-р екон. наук, проф., професор кафедри економіки та управління університету професора доктора Асена Златарова;

Величко Л. А. – канд. наук з держ. упр., доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Гвініашвілі Т. З. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р. : у 8 т. – Дніпро : Біла К. О., 2018.

ISBN 978-617-645-288-1

Т. 3 : Концептуальні засади управління торгівельною діяль-ністю підприємств в умовах глобалізації. – 2018. – 116 с.

ISBN 978-617-645-291-1

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 19–20 квітня 2018 року в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-617-645-288-1
ISBN 978-617-645-291-1 (Т. 3)

© Авторський колектив, 2018

Bondarenko R., Kurinna I.
Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

INTELLECTUAL POTENTIAL AS A FACTOR OF THE TERRITORIES DEVELOPMENT

An important role for the socio-economic growth and competitiveness of each country is represented by the level of education, knowledge, experience and their practical application. It is the potential of science and technology to become the dominant vector of economic growth, forms an innovative type of development, which is carried out through a set of processes of formation and application of intellectual resources in all spheres. Its realization creates conditions for economic growth of territories, improvement of ecology and quality of people's life.

Intellectual potential is a combination of intellectual resources, which embody the scientific achievements of society with human creativity with its educational, and qualification characteristics, the rational use of which in combination with other resources provides the achievement of a new quality of knowledge-based economic development.

The time of the emergence of a new aspect of intellectual potential is unpredictable. It may appear instantly or through a certain, not always short, period. The costs for its creation are relatively small, since it can be implemented in various fields, systems, industries, types of activities and replicated within its limits.

Emphasizing that the level of economic growth of territorial communities, the quality of their in habitants life, competitiveness and community rating depend directly on the intellectualization of development processes, therefore the creation of conditions for such an environment should be fully subordinated to the subjects of territorial activity – local self-government bodies. Their purpose is to create and effectively use collective cumulative intellectual potential both separate its elements and their totality.

The use of intellectual potential is accompanied by the growth of intangible assets, the widespread use of the modern technologies, the development of innovation in science, the development of science-intensive products and services, intellectual property (patents, licenses, copyright, etc.).

The only long-term factor in the intellectual society development of the country and its regions is the development of science, and the main asset of the creation of intellectual potential is the education of its citizens.

Problems of improving the intellectual potential of the country arise from its initial level – economic subjects at the local and regional levels. From them, requests for research on the resources for the territories development should begin, which will subsequently become used throughout the country at the expense of concentration of scientific forces and abilities, preventing them from dispersing in scanty scientific collectives.

How to get rid of the depressed state of Ukrainian science, to neutralize doubt, neglect, conservatism, and lack of sufficient attention from the authorities? How to overcome the accumulation of difficulties in this area in recent years? What incentives can really change and substantially improve the current situation? How social institution can contribute to the increase and stability of science?

Nevertheless, there is a definite answer to these questions and the solution to the difficult situation, and this is related to the introduction of the Law of Ukraine «On the Principles of State Regional Policy» [1] and the Concept of Reforming Local Self-Government and Territorial Organization of Power in Ukraine [2] and other power steps associated with the implementation of local self-government reforms and decentralization of power. Their implementation creates conditions for the emergence of new opportunities and real prerequisites for reforming and supporting the processes of accumulation and use of intellectual potential in the territories of the regions. Its preservation, development and accumulation is possible by expanding the content and filling of the reform measures directions in the local self-government of territorial communities by incorporating into them programs of science development. This can be a guarantee of a rapid exit from the crisis, which equates it with the strategic development resource all around the world.

The concept construction of the reforming scientific activity for the purpose of intensive development of intellectual potential causes the necessity and consideration of this problem as a preliminary and indispensable stage of regional development processes. It will differ from other program activities and local self-government reforms aimed at achieving not only local, but also state goals, close links with world science, based on the systemic, integral and global nature of science as a field of knowledge. At the same time, at this level, science should aim and reflect the scientific needs of regions in different activities, taking into account the specifics and features of their economic complexes, natural and spatial conditions of economic activity, and

create an innovative platform for reformed transformations and dynamic changes in the social development of regions and countries.

The core of the development of scientific knowledge at the regional level should be presented by the regional programs of science development, measures of which are implemented in community development programs and in specific tasks and functions of local authorities. The concept of the science development at the regional level should be developed for the long-term prospects with the prediction of a new mission of science as a component of innovative transformations of society in order to increase the sustainability and balance of development. For measures to preserve and enhance intellectual potential, an effective system of science and its employees' motivation must be created that will allow people and teams to work together to disseminate the regional scientific environment. However, only the available intellectual potential to improve the development of territories is not enough. There should be appropriate organizational forms and infrastructure, specification of needs and consumers of knowledge and information in the society.

References:

1. Про засади державної регіональної політики: закон України від 5 лютого 2015 р., № 156-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ 156-19
2. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження КМУ від 1 квіт. 2014 р. № 333-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-р

Izyumskiy D. M., PhD Kuriacha N. V.

Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

OBJECTIVES AND STAGES PUBLIC DEBT MANAGEMENT

Public debt management is a combination of state measures for repayment of income to creditors and repayment of loans, changes in terms of loans already issued, definition of conditions and issuance of new government securities.

Objectives of public debt management can be defined as follows:

economic: minimizing the cost of borrowed external and internal loans, improving the conditions for refinancing and (or) redevelopment of debt, reducing the overall costs of servicing external and internal debt, increasing the efficiency of the use of resources.

political: maintaining the stability of the functioning of the political system of the state, creating an image of a reliable borrower.

social: timely funding of social programs and the social sphere of the state, ensuring social stability in society.

ensuring national security: the excessively high burden of external debt can adversely affect the country's economic security and sustainability of public finances, lead to a default of the country.

The cycle of public debt management consists of five stages, each of which solves specific tasks:

1) it is necessary to carry out the process of substantiation of the limits of internal and external debt, the limits of internal and external borrowings, the limits of granting of guarantees, and also to form programs of internal and external borrowings. At this stage, the magnitude of the future total debt burden, including internal and external debt, types of future borrowings is laid, so work at this stage is strategically important for the country;

2) a program of issuance of state and local securities is formed and determines the specific parameters of future borrowings for terms of circulation, the level of probable profitability, the procedure for payment of income, restrictions on owners, placement and other conditions that make each borrowing attractive for investors resident and non-residents. The quality of work at this stage depends, in particular, on the availability or absence of «peaking» payments in the future, as well as the timely receipt of resources for repayment of previously made borrowings in the order of their refinancing;

3) hold placement of bonds and regulation of quotations on state and local debt obligations in the secondary debt market. Influence on quotes on state and local bonds allows to regulate the budget efficiency of spent borrowings and the size of the current internal and external debt;

4) is connected with carrying out of measures the necessity of which is determined by the presence of problem debts or crisis debt situations. If the government is not able to service and repay its debts, it will enter into negotiations with creditors on the revision of payment schedules and maturities. As a result of negotiations, the parties may enter into an agreement on deferral of payments, debt restructuring, partial or full write-off of debts, redemption of obligations;

5) implementation of initial or adjusted payment schedules for servicing and repayment of state and local internal and external debts.

In the conditions of Ukraine's integration into the European space, the issue of introducing special «second generation» budget rules that exist in most EU countries and introducing special norms combining restrictions on the size of the budget deficit and public debt is relevant [2].

Bibliography:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України: від 08.07.2010. № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
2. Коляда Т. А. Формування бюджетної стратегії України: теорія, методологія, практика [моногр.] / Т. А. Коляда. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2016. – 396 с.
3. Лондар С. Л. Вплив реструктуризації зовнішніх боргових зобов'язань перед приватними кредиторами на боргову стійкість України / С. Л. Лондар, К. В. Кузнєцов, І. М. Верещака // Фінанси України. – 2016. – № 1. – С. 39–56.

PhD Krupskyi O. P., Kavarma A. V.

Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

SOME ASPECTS OF FORMING CORPORATE CULTURE OF ENTERPRISES OF TOURISM AND HOSPITALITY

Formation, development and support of corporate culture (CC) is tightly related to personnel motivation. The CC creates an atmosphere favorable for work at an enterprise. «The culture of an organization is a complex composition of elements that do not often have the clear language, but can credibly be perceived by the organization team» [3, p. 62]. The presence of the CC is the basic element of modern business.

«The tourist enterprise management system requires continuous improvement of organizational and administrative methods...» [1, p.15]. Such elements development of the CC of tourism and hospitality enterprises as the mission and objectives of an enterprise, its announced corporate values and image are directly related to the stimulation of non-material employees motivation. On the one hand, the CC plays a motivating role, if it is shared by all employees and management of an enterprise, and encourages employees for certain actions, and support existing norms [4]. On the other hand, it is the basis of a high economic culture of enterprise managers [5].

The CC can exist in an enterprise in two basic forms: formal and informal. The first one is presented in official documents: instructions, rules of conduct, etc. The second is, first of all, the traditions, the unwritten rules, and values. The CC main elements that act as motivational factors are the mission and the purposes of an enterprise, its philosophy, the system of norms, values and rules of conduct, behavioral rituals and communication channels, business procedures. In addition to the listed (basic) CC elements, factors that influence the motivation are also: rotation of personnel, career growth, self-realization, communication, symbolism.

The personnel career development involves rotation within an enterprise. The CC that consolidates the employees' growth and development is considered more effective as a motivating leverage than that which restricts employees at the employer, eliminates the appearance of «irreplaceable» employees, expands employee knowledge of the activity directions, strengthens relationship between hospitality personnel.

Self-realization is a tool for personnel non-material incentives. When the motivating factor touches upon such important things for each person as the desire to realize own potential, to achieve professional and personal development, to participate in managerial processes, to be able to make independent decisions, it really becomes extremely effective. If the tourism and hospitality enterprise has a well-developed and competently implemented career development program, the efficiency of labor increases respectively. An employee who got the promotion and recognition from colleagues and leadership, is more dedicated to work, and strives to excel. The person becomes more independent, receives new powers and, as a result, greater responsibility for the decisions made.

Relations among personnel, established communication flows enhance the team's unity and solidarity. The team interpersonal interaction forms those behavior patterns that meet the standards, norms and rules of the enterprise. The corporate code (developed by the employees' involvement) can serve as a significant intangible incentive. The hospitality enterprises professional personnel are the enterprises' innovative potential basis, which is an integral part of competitiveness [2].

The company's traditions, ceremonies, slogans help to bring corporate values and the business mission to personnel in an accessible form, being as an external motivation factor. «Corporate behavior can provide a high level of business ethics in relations between market participants based on respect for the rights and

legitimate interests of the participants, to promote the effective organization operation» [6, c. 102].

The general principles of the enterprise's introduction of a single motivation corporate system includes the following: motivational factors should be in a comprehensive manner and do not contradict each other; any motivating incentives should be in conjunction with the minimum coercion to work; motivational factors should correspond to different personnel groups, based on their level of professionalism, qualifications, social and personality characteristics; motivation methods must constantly be developed, be flexible to personnel; the personnel motivation system works more efficiently, if it covers the employees' motives, the degree of satisfaction of their needs and interests; the main purpose of any motivation is to harmonize the interests of employees and the enterprise.

The entire personnel management system is a set of motivating factors that directly or indirectly affect the personnel [7]. Motivational management is only possible when the elements of the management system have a comprehensive motivational impact on employees. Principles, norms and values of corporate culture can effectively motivate personnel only if they are realized, oriented by the entire management system.

References:

1. Гринько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т. В. Гринько // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – №. 5. – С. 13-15.
2. Єфімова С. А. Методичні підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємства сфери послуг / С. А. Єфімова, Т. В. Гринько // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2016. – Т. 23. – №. 5. – С. 30–37. https://doi.org/10.15421/191519
3. Кальніцька М. О. Вплив організаційної культури на інноваційний потенціал підприємства / М. О. Кальніцька // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2015. – Вип. 5 – Т.23. – С. 60–70.https://doi.org/10.15421/191522
4. Кириченко В. В. Особенности восприятия организационной культуры персоналом промышленного предприятия / В. В. Кириченко, А. П. Крупский // Вісник Харківського університету. Серія «Психологія». – 2004 – № 617. – С.55-60.
5. Крупський О. П. Економічна культура як фактор інноваційного розвитку економіки країни / О. П. Крупський, Ю. М. Стасюк // Інноваційна економіка. – 2012. – № 9 (35). – С. 56–60.
6. Смирнова Т. А. Використання принципів інноваційного менеджменту у процесі формування корпоративної культури / Т. А. Смирнова, Ю. М. Голей // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2014. – Т. 22, вип. 3. – С. 100–106. https://doi.org/10.15421/191415.
7. Управління розвитком підприємства в інтеграційних умовах : колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2014. – С. 162–177.

Kucherenko A. A.
Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

PRINCIPLE OF BUDGETARY SYSTEM BALANCE SHEET

Balance of the budget is one of the fundamental principles of budget formation and execution, which means the quantification (equilibrium) of budget expenditures by sources of their financing.

In Ukraine, the principle of balance is defined in the Budget Code as one of the main principles of budget system construction. Its implementation in life has allowed to stop the practice of drawing up and approving actually unbalanced budgets.

In accordance with the budget law, the principle of balance means that the amount of expenditure envisaged by the budget should correspond to the total amount of budget revenues and receipts from the sources of financing its deficit [1]. Thus, this principle, even in the presence of a budget deficit, allows us to achieve a balance between the total amount of budget revenues (budget revenues and sources of financing of the deficit) and the volume of expenditures made in accordance with adopted budget commitments.

The lack of budgetary equilibrium creates imbalance. If the costs exceed the budget receipts, the budget in principle can not be met. Making a budget with a surplus is not economically feasible, because it is associated with an overheated burden on the economy and a decrease in the overall efficiency of using budget funds.

Hence, the balance of the budget – the mandatory requirement for drawing up and approval of the budget, is intended to ensure the normal functioning of the authorities at all levels.

The best option for balancing the budget is the development of a budget-free budget, in which the expenditure, including the costs of servicing and repaying the state (local) debt, does not exceed the amount of income. If the budget deficit can not be avoided, even after exhausting the usual sources of funding, then for balance of the budget it is necessary to resort to various forms of borrowing, which requires minimization of the budget deficit at all stages of the budget process.

Balance of budget is achieved by different methods. Some of them apply to the budget, others – when it is implemented.

The methods used in the practice of budget planning, include: limiting budgetary costs, taking into account the economic opportunities of society and the volume of

centralized income; improvement of the mechanism of distribution of incomes between budgets of different levels, adequate allocation of expenditures between them; Detection and mobilization of reserves for growth of budget revenues; construction of an effective system of budgetary regulation and provision of financial assistance in the field of intergovernmental fiscal relations; Planning of budget expenditures that positively affects the growth of incomes and at the same time provide solutions to socio-economic problems facing the society at minimal expenses and with the maximum effect; reduction of the size of the state sector of the economy on the basis of a reasonable privatization of state property; austerity cost savings by excluding them from excessive expenses, not conditioned by extreme necessity; using the most effective forms of budget borrowing that can provide real cash inflows from financial markets.

At the stage of drafting budgets, the implementation of the principle of balanced budget is ensured through full and consistent compliance with another principle – the general (aggregate) coverage of budget expenditures, and this principle should be observed when planning not only annual budget allocations, but also for the annual budgeting income and expenditure.

In the course of budget implementation, the balance is achieved through: introducing a procedure for authorizing budget expenditures; strict observance of the established limits of budget commitments, oriented on the real income received; Determining the optimal timing of spending; use of the mechanism of rational reduction of budget expenditures; improvement of the system of budget financing and the introduction of full property liability of economic entities for fulfilling their obligations to the state and partners; mobilization of additional reserves for growth of budget revenues; consistent financial control over the targeted, economical and efficient spending of budget funds; providing financial assistance in its various forms by other budgets; use of budget reserves and others.

At the stage of implementation of the budget, additional factors influencing the balance of the budget, on the one hand, are the methods of operational regulation of budget flows, which allow to maneuver with budget funds with the greatest efficiency, and, on the other hand, the mechanism of reduction of budget expenditures and budget reserves, using which executive body The authorities finance the suddenly occurring, unforeseen expenses.

At present, the budget balance should be ensured at each level of management effort and professional skills of employees of the relevant financial authority. Of great importance in these conditions are the stability of public finances and the responsibility of the financial authority for its provision.

Bibliography:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України: від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
2. Коляда Т. А. Джерела фінансування дефіциту бюджету: тенденції у застосуванні та виклики для стабільності державних фінансів України / Т. А. Коляда // Бізнес Інформ. – 2015. – № 2. – С. 215–222.
3. Опарін В. М. Домінанти та пріоритети фінансового вирівнювання в Україні / В. М. Опарін // Фінанси України. – 2015. – № 6. – С. 29–43.

Movsha K. E.

Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO DETERMINING THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Researches on the issue of assessing the competitiveness of enterprises are highlighted in the works of such foreign and domestic scientists: Y. B. Ivanov, J. B. Clarke, M. I. Kruglov, A. Marshall, N. K. Moses, L. V. Sokolov, R. A. Fatkhutdinov. It should be noticed that now in Ukraine there is not enough soil research devoted to managing the competitiveness of the enterprise. The methodological developments outlined in the writings of domestic and foreign economists, mainly reveal the methods of assessing the competitiveness of industrial enterprises and goods, and the specific features of enterprises are not sufficiently studied. The purpose of scientific work is to study the main approaches to assessing the competitiveness of enterprises, to identify their advantages and disadvantages; substantiation of the use of these approaches for making effective management decisions and increasing the competitiveness of the enterprise in modern economic conditions.

The competitive position of an enterprise in the market is determined not only by its internal features and conditions of activity, but also by a competitive environment whose factors are not always manageable. An assessment of the competitiveness of an enterprise will enable it to identify its strengths and weaknesses, as well as factors

that affect the attitude of buyers to the company, and, as a result, to replace its share of sales on a competitive commodity market [1].

The assessment of the company's competitiveness is a complex multifactorial task, which reduces itself to the interpretation and evaluation of a set of indicators characterizing various aspects of the enterprise's activity, which form its competitiveness.

An assessment of the level of competitiveness of an enterprise allows: formulate management tasks: definition of approaches to production, technology, marketing, labor resources, financing of material, informational and organizational support; take a managerial decision: reduce costs, focus on a specific market segment, contracting; develop measures for the development of competitive advantages: the introduction of innovations, offensive measures in the direction of securing long-term advantages, protective measures in the direction of prevention of actions of participants, the development of a program for entering new markets, attracting funds of the investor; adapt the company to market conditions, resulting in victory in the competition for the consumer and sales markets [2].

Currently, there is no generally accepted methodology for assessing the competitiveness of enterprises in Ukraine, and foreign experience, as set forth in the scientific literature, is adapted for these countries.

The generalization of the most common methods for assessing the level of competitiveness of enterprises suggests that traditionally this is done using typical indicators (Table 1).

Table 1. Classification of methods for assessing the competitiveness of enterprises in the form of expression of the result of evaluation [3]

Group name	The name of the method	
Matrix	BSC Group «Boston Consulting Group» Matrix Matrix I. Ansoff McKinsey Matrix Shell Matrix	Matrix of Competitive Strategist M. Porter Matrix A. Tomskan – A. J. Strickland Hammer-Schöderler matrix
Indexes	A method based on determining the competitiveness of products A method based on the theory of effective competition A method based on determining the strength of a reactive position	A method based on the equilibrium theory of the firm and industry Integrated assessment method Benchmarking method
Graphic	Polygon of competitiveness Radar of competitiveness	Profiles method

However, the indicators in Table 1 are not exhaustive. Existing methods of assessing the competitiveness of an enterprise characterize only certain aspects of its activity and have a number of shortcomings. Therefore, the most objective assessment can be obtained through a comprehensive assessment, which includes the definition of group and individual competitiveness indicators of the enterprise. In connection with this, based on existing approaches and indicators, a system of indicators of competitiveness of agrarian enterprises is presented, which is given in Table 2.

Table 2. System of indicators of competitiveness of enterprises, in the market of building materials

Efficiency of production activity of the enterprise	**Indicators characterizing the financial condition of the enterprise**	
Production unit costs Return on assets Profitability of the goods Productivity	The coefficient of autonomy Mobility ratio Equity of Urgent Debt Coating ratio	Absolute liquidity ratio Ratio of turnover of own working capital Risk factor Asset efficiency
Financial condition of the enterprise	**Indicators characterizing the effectiveness of promotion and sales**	
The coefficient of autonomy Solvency ratio Absolute liquidity ratio Turnover rate of working capital	Return on equity Profitability of sales Coefficient of foraging in finished products	Capacity utilization factor The coefficient of advertising effectiveness and ways to stimulate sales Economic efficiency of exports
Competitiveness of the goods	**Indicators characterizing the competitive potential of the enterprise**	
Quality of goods Price of the product	Return on assets Productivity	Powerfulness Efficiency of production technology

It is important to note that the use of only one method of evaluation cannot adequately show the state of the enterprise and its potential. For a more accurate and objective assessment, it is necessary to combine existing methods or use integrated methods. This approach allows us to assess the real state of the enterprise in a competitive environment and rank it against competitors. However, it is worth remembering that the use of all methods at the same time is also inappropriate, because it complicates the analysis, making calculations rather laborious. Therefore, one should focus on key criteria specific to the industry.

References:

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996.

2. Бакунов О. О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства : моногр. / О. О Бакунов, Є. М. Смирнов. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2012. – 208 с.
3. Бєлєнький П. Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності / П. Ю. Бєлєнький // Вісник НАН України. – 2007. – № 5. – С. 9–18.

Артемчук Є. В., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАУКОВІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСТВА Й ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Усі методи дослідження діляться на загальнонаукові та спеціальні. До загальнонаукових відносяться такі методи: картографічний, системний, порівняльний, графічний, історичний та ін. До спеціальних – соціологічний, економіко-математичний, геоінформаційний та інші. Також виділяють традиційні та нові методи. Традиційними методами називають «ті методи, які постійно використовуються при наукових дослідженнях, а новими – ті, які включають в себе дослідження нових розробок та вивчення проблем, які пов’язані з територіальною організацією господарства та регіональною економікою» [1].

Для подальшого аналізу методів, розглянемо деякі з них:

Картографічний метод дослідження полягає у тому, що карта використовується як модель досліджуваного об’єкта та проміжної ланки між об’єктом та дослідником. Цей метод призначений для будування двовимірного зображення об’єктів на площині.

Системний метод дослідження – метод, який формується на основі дослідження об’єкта як системи. Через системний підхід створюється можливість всебічно оцінити стан регіону, його ресурсний та інтелектуальний потенціал, можливості для становлення та розвитку.

Історичний метод – один з найвідоміших загальнонаукових методів. Його вигідно використовувати під час регіональних дослідженнях, оскільки зміни у господарстві, населенні та природі є пасивними, тобто їх можливо визначити тільки по закінченню певного проміжку часу (як правило, 5 років).

Економіко-математичний метод описує економічні процеси та явища у вигляді математичних моделей та рівнянь. Для економічного аналізу просторової організації господарства найчастіше використовуються наступні методи: економіко-статистичний; кореляційний; регресійний; метод індексів; балансовий; оптимізаційні (методи найефективнішого рішення). Сфера застосування цього метода дуже широка.

Соціологічні методи дослідження використовують при «дослідженні соціальних аспектів регіональної економіки здебільшого для аналізу проблем формування регіональних споживчих ринків, зайнятості населення, розвитку соціальної інфраструктури. Основними з них є методи опитування населення, формулювання яких вимагає обов'язкового виконання правил: надійності, репрезентативності, стандартизації» [2].

Технології геоінформаційних систем – найновіший метод, який аналізує регіональні проблеми. Він використовується в розвинених країнах для прийняття рішень щодо освіти, туризму, створенні інформаційних банків, у бізнесі, освіті тощо.

У регіональних дослідженнях до спеціальних можна віднести три групи методів: економіко-математичні, соціологічні та технології геоінформаційних систем [3].

Оцінювання регіонального рівня розвитку регіону відбувається за багатьма видами показників, які умовно можна поділити на політичні, соціальні, екологічні та економічні.

Політичні показники відображають можливість існування різноманітних політичних партій та громадських організацій, наявність політичних та релігійних свобод у суспільстві тощо. Як правило, вони використовуються для оцінювання рівня розвитку країн. Але їх також можуть використовувати при присутності міжконфесійних та внутрішньо регіонально-політичних суперечностях.

Соціальні – показують рівень життя населення. До них належать такі показники: сукупні доходи на одну особу, харчування населення (рівень якості продукції, яким закуповується споживач), рівень освіти, тривалість життя, природний приріст, стан ринку праці тощо.

Спільність екологічних показників характеризує рівень екологічного стану регіону (рівень забрудненості, наявність небезпечних виробництв та ін.).

Отже, вирішення питань щодо будь-якого регіону, району та організації просторового господарства неможливе без розуміння та правильного вміння використовувати методи аналізу, тому це необхідна умова не тільки для економістів, а ще й для людей інших спеціальностей. Загальнонаукові та традиційні методи мають тісний зв'язок та можуть переплітатися між собою. Як бачимо з наведеного вище аналізу, єдиного універсального методу аналізу просторової організації господарства не існує, а зазначені методи доцільно використовувати згідно поставлених задач.

Список використаних джерел:

1. Качан Є. П. Регіональна економіка [Електронний ресурс] / Є. П. Качан. – Режим доступу : http://westudents.com.ua/glavy/83630-rozdl-3-naukov-metodi-analzu-ta-obruntuvannya-prostorovo-organzats-gospodarstva-y-ekonomchnogo-rozvitku-regonv.html
2. Качан Є. П. Регіональна економіка [Електронний ресурс] / Є. П. Качан. – Режим доступу : http://westudents.com.ua/glavy/83633-312-spetsaln-metodi-dosldjennya.html
3. Наукові методи аналізу просторової організації господарства й економічного розвитку регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1418111138544/rps/naukovi_metodi_analizu_organizatsiyi_gospodarstva_ekonomichnogo_rozvitku_regioniv

Бугрім Д. С., к. психол. н. Крупський О. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Спираючись на міжнародний досвід, можна заявити, що головною складовою можливості національної економіки витримувати конкуренцію на зовнішньому ринку є підприємництво. Його розвиток має залежність від середовища зовнішнього ринку, в якому відбулося багато суттєвих змін:

- виділення індивідуальної споживацької поведінки;
- розвиток нових інформаційних та комунікаційних технологій;
- поширення конкуренції на світовому ринку.

Сьогодні присутня тенденція появи більш доступних товарів та підвищення рівню інформованості населення. Це призводить до значного зміни попиту, та змушує робити вироби індивідуальними. Наслідками цього процесу є зниження виробництва товарів за певними стандартами і збільшення на ринку частки товарів з особливими характеристиками.

В умовах становлення ринкового типу економіки в Україні розвиток підприємництва набуває значення основи економічного і соціального розвитку. З моменту, коли Україна здобула незалежність почалося поступове становлення підприємництва як окремого явища соціальної та економічної культури країни. За останні двадцять років підприємницька діяльність та умови її ведення зазнали суттєвих змін. Тож тепер розвиток підприємництва в Україні має такі основні тенденції:

- зростає кількість юридичних осіб та приватних підприємств;
- збільшується частка іноземних інвестицій у вітчизняні підприємства;
- розширяється сфера послуг (консультативні, юридичні, страхові, транспортні, туристичні, готельні, охоронні).

Однією з найважливіших тенденцій розвитку підприємництва вважається участь іноземних інвестицій у створенні та підтримці вітчизняних підприємств. На думку Єлісєєвої О. К.: «щодо інвестиційної привабливості нашої країни, то слід зазначити, що регіональні диспропорції в Україні за розподілом інвестиційних ресурсів характеризують регіональну політику як низькоефективну. Механізм державного регулювання не забезпечує мобілізації регіональних факторів та раціонального використання кожного з них. Не звертаючи увагу на те, що в останній час в Україні спостерігалася позитивна динаміка загальних факторів, наша країна на сьогодні є інвестиційно непривабливою. Це підтверджується результатами дослідження за різними методиками оцінки інвестиційної привабливості країн» [2].

Розвиток підприємства в Україні має багато проблем, серед яких необхідність розширити структуру поставок на внутрішній ринок товарів та послуг, створити ефективне конкурентне середовище, стимулювати розвиток інновацій, створити більшу кількість робочих місць та зміцнити регіональні економіки.

Отже, в Україні сьогодні існують проблеми, які є перешкодою для розвитку вітчизняного підприємництва. Їх вирішення буде забезпечене, якщо підвищити ефективність діяльності підприємництв, розширити підприємницький сектор та зменшити тіньовий сектор.

Список використаних джерел:

1. Горбачевська О. В. Проблема підприємництва в економічній теорії / О. В. Горбачевська, Н. Н. Рим // Науковий вісник. – 2006. – №16.1. – С. 242–249.
2. Світове господарство і міжнародні економічні відносини // Вісник Дніпропетровського університету. – 2012. – Вип. 4. – С. 63–68.

Войчишена Ю. В.
Национальный аэрокосмический университет им. Н. Е. Жуковского «ХАИ» (Украина)

ПРОБЛЕМЫ ЕВРОПЕЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В XXI ВЕКЕ

Европейский Союз представляет собой довольно динамично развивающуюся интеграционную группировку, которая постоянно расширяет свои географические границы и предлагает странам-участницам новые форматы взаимодействия. Это неизбежно порождает новые проблемы «роста», которые накладываются на конфликты и дисбалансы, возникшие на предыдущих этапах интеграционного строительства в Европе. ЕС включает в себя 28 стран.

Проблема соотношения двух направлений западноевропейской экономической интеграции – все более полного объединения национальных хозяйств в единую региональную хозяйственную систему и территориального расширения интеграции – стала предметом анализа еще в 1960-е годы [1, с. 156]. Особенно она обострилась по мере продвижения границ ЕС на Восток Европы. Среди аспектов этой проблемы можно выделить усложнение механизмов координации внутри европейской группировки по мере расширения числа стран участниц. Если первоначальная «шестерка», в которой к тому же три крупнейших страны были примерно равны по численности населения, была во многом оптимальной с точки зрения управления, то уже к 1995 г. число членов ЕС выросло до 15. Два расширения ЕС в 2000-е годы довели число стран-участниц до 27 (а с 1 июля 2013 г. к ним добавляется 28-е государство – Хорватия). При таком количестве стран все сложнее достигать консенсуса даже по самым важным вопросам.

Следует добавить, что последние расширения ЕС шли в основном за счет менее развитых стран. Например, во вступивших в ЕС в 2007 г. Болгарии и Румынии размер ВВП на душу населения в расчете по паритетам покупательной способности валют составлял от среднего по ЕС-27 лишь 40 и 42 % соответственно. Наряду с этим увеличились и межрегиональные неравенства внутри стран-членов, в том числе даже в сравнительно благополучных государствах, поскольку некоторые районы в наименьшей степени выиграли от усиления глобализации. Самые проблемные страны ЕС обычно относят к развитым

государствам лишь на основе формального членства в этой интеграционной группировке – по уровню производительности труда, качеству человеческого капитала и т. д. Вместе с тем неоднородность хозяйственного пространства ЕС нельзя воспринимать лишь негативно. Ведь экономическое ядро вовлекает в свою орбиту другие страны-члены, усиливая межтерриториальное разделение труда в интеграционной группировке.

Другое дело, что наличие в составе ЕС стран разного уровня развития и принципиально различной международной специализации затрудняет проведение общей экономической политики для ЕС в целом, особенно единого денежно-кредитного регулирования, адекватного для всех государств зоны евро. Более того, оказалось, что структурные дисбалансы в ЕС стали одним из спусковых механизмов углубления нынешнего экономического кризиса. Не секрет, что ряд стран Южной и Восточной Европы само членство в ЕС рассматривали как возможность улучшения уровня жизни своих граждан напрямую, а также использования в интересах своего национального бизнеса доступа к емким рынкам сбыта ЕС. При этом правительства соответствующих государств почти не предпринимали усилий по трансформации отсталой структуры экономики [2, с. 35].

Как показали различные исследования, в ЕС так и не сформировалось единой модели социально-экономического развития. Отдельную проблему всегда составляла проблема синхронизации деловых циклов. К сожалению, она до сих пор не преодолена. Стремление ЕС расшириться с целью увеличения внутреннего рынка во многом подстегивалось ведущими европейскими ТНК. При этом интеграция предприятий европейских ТНК в глобальные цепочки создания добавленной стоимости позволяет странам ЕС наращивать свою конкурентоспособность и за счет заграничных дочерних структур. Наиболее яркие иллюстрации связаны с зоной евро, куда не входят ряд «новичков», которые пока не готовы выполнить установленные критерии, а также с Шенгенской зоной, что ограничивает свободу передвижения людей.

Также можно выделить перспективы развития европейской валютной интеграции связанными с двумя аспектами:

- экономическими перспективами основных странах Европейского валютного союза и быстротой решения тех экономических проблем, которые обострились или возникли в этих странах после перехода на евро;

• присоединением к Европейскому валютному союзу государств Центральной и Восточной Европы, сценарием их экономического развития и успешностью решения проблемы отставания этих стран в экономическом плане от государств Западной Европы, которые определяют общий деловой климат в ЕС [2, с. 228].

Безусловно, необходимо и дальше продолжать изучение специфики европейской интеграции, моделей социально-экономического развития стран ЕС. Нужно сосредоточиться на анализе тех факторов, которые определяют конкурентоспособность экономики ЕС в долгосрочном плане. В конечном счете, судьба зоны евро и всего интеграционного проекта ЕС будет определяться не проработанностью тех или иных институциональных решений, принятых под влиянием кризиса, а способностью европейцев решать фундаментальные проблемы, которые стоят перед ними.

Список использованных источников:

1. Кузнецов А. В. Экономика стран ЕС после введения евро: от эйфории 1999 г. до долгового кризиса 2010-х годов / под ред. А. В. Кузнецова и Е. С. Хесина. – М. : ИМЭМО РАН, 2013. – 250 с.
2. Арбатова Н. К. Расширение ЕС на восток: предпосылки, проблемы, последствия / отв. ред. Н. К. Арбатова, В. П. Гутник, Е. С. Хесин, Ю. И. Юданов. – М. : Наука, 2003. – 344 с.

К. е. н. Волошко Н. О.

Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля (Україна)

НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ АКЦІОНУВАННЯ

Акціонерне товариство, як форма здійснення підприємницької діяльності і спосіб організації фінансово-економічних відносин, є певним вирішенням проблеми пошуку допоміжних джерел фінансування бізнесу. Для ефективного використання капіталу і росту бізнесу одночасно необхідна достатня, обумовлена сума. Форма акціонерного товариства як раз і дозволяє зібрати капітал у таких розмірах, забезпечує його ефективне використання і прибутковість. Суперечності, що виникають при зростанні потреб у розмірах капіталу і обмежених можливостях його концентрації оптимально вирішуються при акціонуванні.

Використання можливостей акціонування створює альтернативу у економічній діяльності. Акціонерні товариства здатні концентрувати, об’єднати вільні

фінансові ресурси у капітал одного підприємства. Можна виділити наступні основні позиції, що становлять організаційну основу фінансової мотивації акціонування: наявність законодавчих підвалин для створення АТ і здійснення діяльності; можливість вільного вибору потенційним акціонером об'єкту інвестування та форми акціонерного об'єднання; можливість залучення акціонерного капіталу через емісійну діяльність, вільний вибір видів емітованих цінних паперів, визначення їх номінальної вартості; гарантованість стимулювання та захисту інтересів інвесторів, акціонерів.

На сучасному етапі розвитку України на акціонування покладається виконання ряду задач. Серед них особливої уваги надається поєднанню інтересів інвестування та акціонування, як двох паралельних процесів. Існуючий на сьогодні розвив між ними не просто загострює проблему нестачі фінансових ресурсів, а й унеможливлює нормальний розвиток підприємства. Але ж від акціонування вимагається саме вирішення проблеми акумулювання достатнього капіталу для забезпечення прибуткової діяльності. Тому вирішення ситуації можливе шляхом розробки адекватних механізмів здійснення додаткової емісії акцій із залученням фінансових посередників у процесі розміщення цінних паперів.

Система стимулюючих важелів формування акціонерного капіталу може бути представлена у вигляді окремих складових, що визначають напрями захисту прав акціонерів: економічні стимули щодо можливостей акціонерів управляти діяльністю товариства через: участь у виборах до органів управління акціонерного товариства і їх діяльності; отримання інформації про фінансово-господарський стан товариства; внесення пропозицій на загальні збори та участь в них; економічні стимули щодо використання акцій та отримання доходів за ними, тобто: вільне розпорядження акціями в операціях купівлі-продажу, першочерговість у придбанні акцій нових випусків, отриманні частки майна при ліквідації АТ, отримання доходів через сплачені дивіденди.

Вирішення проблеми запровадження економічних стимулів акціонування пропонується здійснювати у двох напрямках:

1. Удосконалення організації управління акціонерним товариством передбачає: застосування механізму кумулятивного голосування; удосконалення процесу прийняття рішень на загальних зборах та підготовки до їх проведення; розширення

компетенцій спостережної ради; розкриття інформації про фінансово-господарську діяльність АТ, власників великих пакетів акцій, перерозподіл власності;

2. Удосконалення щодо розпорядження акціями та отримання доходів за ними: врегулювання питань виплати дивідендів; удосконалення процедури отримання частки майна при ліквідації акціонерного товариства; врегулювання питань продажу акцій дрібними акціонерами та придбання контрольних пакетів; встановлення пропорційного підходу у вирішенні проблеми придбання цінних паперів нових випусків

На сьогодні чітко виділяється низка причин, що підтверджують необхідність впровадження економічних стимулів акціонування, а саме:

порушення прав мінорітарних акціонерів на участь у виборах до органів управління акціонерним товариством внаслідок концентрації основної частки акцій у окремих акціонерів, що за рахунок застосування системи звичайного голосування створює умови для реалізації власних позицій, нівелюючи права та пропозиції іншої частини акціонерів;

необхідність створення альтернативного підходу при формуванні органів управління акціонерним товариством;

необхідність урівноваження позицій усіх акціонерів у реалізації права на участь у виборах до органів АТ та виключення абсолютного контролю акціонерної більшості за процесом обрання керівних органів.

Економічне стимулювання акціонерів через отримання частини доходів акціонерного товариства за рахунок сплачених дивідендів виступає основним чинником, що спонукає акціонерів до участі у акціонерному капіталі. За відсутності розподілу прибутків, з причини негативних фінансових показників діяльності акціонерного товариства, мотиви акціонерів залишаються не реалізовані, а тому, порушується сам принцип і умови функціонування акціонерної системи.

Ситуація, коли акціонер реалізує свої акції за ціною, що набагато нижча від тієї, що платив за їх придбання, а про дивіденди і взагалі не має мови, на жаль, широко розповсюджена. Механізм діяльності акціонерного сектору повинен базуватися на зворотній ситуації: коли з часом ціна акцій зростає і її ринкова межа набагато перевищує номінальну, а виплата дивідендів є стабільною, що гарантує реалізацію інших фінансових чинників акціонування. Як результат наявних негативів, про реалізацію інших економічних стимулів акціонування

шляхом участі в управлінні компанією через належні акції, вільне розпорядження ними тощо взагалі говорити не доводиться. Тому в цьому напрямку мається широке поле удосконалення, що ставить на перше місце вирішення проблеми обґрунтування вибору джерел формування акціонерного капіталу, формування фінансово-інвестиційної стратегії, розробки дивідендної політики тощо.

Список використаних джерел:

1. Акционерное дело : учеб. / под ред. В. А. Галанова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 544 с.
2. Євтушевський В. Основи корпоративного управління / В. Євтушевський. – К. : Знання-Прес, 2002. – 317 с.
3. Чиркова Е. Действуют ли менеджеры в интересах акционеров? Корпоративные финансы в условиях неопределенности / Е. В. Чиркова. – М. : ЗАО «Олимп-Сервис», 1999. – 288 с.

К. е. н. Джинджоян В. В.

Дніпровський гуманітарний університет (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСУ

Дніпро – місто, яке, в силу різноманітних історично обумовлених обставин, позбавлено своєї історико-культурної ідентичності. У свідомості пересічного громадянина України і, навіть, мешканця міста, Дніпро – це велике індустріальне місто без минулого, без знакових подій, без яскравих персоналій. Відсутність в межах міста розбудованих об’єктів, що несуть в собі символічну складову, унеможливлює формування історико-культурного ландшафту, покликаного виконувати виховну та освітню функції. Місто залишається без власного «урбаністичного міфу», здатного формувати міську ідентичність та творити імідж міста на загальнодержавному та міжнародному рівнях. Як результат, в Дніпрі відсутня така знакова для постіндустріального суспільства галузь як туризм.

Формування іміджу міста повинно відбуватися шляхом системної розбудови об’єктів історичного, культурного, духовного спрямування, як-то: етнографічні парки, історико-культурні комплекси, музеї, парки тощо. У своїй сукупності вони повинні створювати єдиний історико-культурний ландшафт, привабливий як для мешканців міста так і для його гостей (туристів). Створення мережі подібних

об'єктів стимулюватиме розвиток міської туристичної інфраструктури й формування нової галузевої спеціалізації.

В межах м. Дніпро знаходяться залишки одного з найстаріших поселень міського типу в регіоні – козацька фортеця Стара Самарь. Протягом XVI–XVIII ст. фортеця була одним з ключових військово-політичних та адміністративних центрів регіону, осередком запорозького козацтва й неодноразово згадується в історичних документах (див історичну довідку). На даний момент залишки фортеці представляють собою систему земляних фортифікаційних споруд (валів). Ступінь збереження задовільна. Розташовується об'єкт в районі селища ім. Т. Шевченка Самарського району, в межах території віднесеної до категорії зелених насаджень загального користування. Орієнтована площа 50 га. Реконструкція фортеці та створення на її основі історико-культурного центру сприятиме: формуванню міської ідентичності, конструюванню іміджу міста як культурного та історичного центру в південно-східному регіоні України; патріотичному виховання громадян та розвитку туристичної галузі. Реконструкція фортеці та повинна відбуватися виключно на наукових засадах.

До основних завдань відносяться:

1. Адміністративно-правове забезпечення проекту.
2. Проведення науково-дослідницької роботи.
3. Реконструкція археологічних та історико-культурних об'єктів та пам'яток.
4. Створення туристичної інфраструктури.
5. Освітня та патріотично-виховна діяльність.

Реконструкція об'єктів історико-культурного комплексу повинна здійснюватися виключно на науковій основі. Задля цього необхідно створити Наукову раду історико-культурного комплексу, до складу якої залучити фахівців з історії (передусім козакознавців, археологів, етнографів, краєзнавців), інших наук, митців, архітекторів, журналістів тощо. Метою Ради є науковий супровід проекту:

- надання практичних рекомендацій щодо типу, розташування, технології виконання об'єктів комплексу, визначення архітектурних форм;
- організація та проведення наукових конференцій, семінарів, з'їздів, лекцій;
- проведення наукових досліджень;
- популяризація проекту в ЗМІ.

Проект передбачає зонування території комплексу з відповідним наповненням істотко-культурними об'єктами: зона «Фортеця»; зона «Місто»; зона «Музею».

Туристична, освітня та патріотично-виховна діяльність повинні стати основою діяльності комплексу. Необхідно організувати: систематичне проведення екскурсій школярів, студентів, військовослужбовців, туристів; проведення урочистих заходів присвячених видатним подіям та святам; організацій майстерень народних промислів; організація дитячих секцій, гуртків, центрів; поліграфічна діяльність: розробка та друк буклетів, брошур тощо; проведення загальноукраїнських і міжнародних музичних, мистецьких, ре конструкторських фестивалів та з'їздів; організація та проведення спортивних змагань; залучення до функціонування комплексу громадських активістів та громадські організації.

Список використаних джерел:

1. Передпроектні пропозиції створення історико-культурного комплексу «Стара Самарь» на території пам'ятки історії національного значення «Новоборогодицька фортеця» / Колектив авторів. – Дніпро : ДГУ, 2017. – 180 с. (з кресленнями).
2. Пуригіна О. Г. Маркетинг : навч. посіб. / О. Г. Пуригіна, С. Е. Сардак, В. В. Джинджоян. – Дніпропетровськ : Інновація, 2010. – 241 с.
3. Сазонець І. Л. Розміщення продуктивних сил : навч. посіб. / І. Л. Сазонець, В. В. Джинджоян, О. О. Чубар. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
4. Сардак С. Е. Науково-методичні основи управління розвитком виробництва у національній економіці : моногр. / С. Е. Сардак, В. В. Джинджоян. – Дніпропетровськ : Інновація, 2010. – 175 с.
5. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V Features and new trends in the provision of services by ukrainian tourism companies / 3rd Internaional Conference on Marketing Management – MM2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wne.sggw.pl/event/international-conference-on-marketing-management-mm2017/.
6. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., & Samoilenko, A. (2016). Global Innovations in Tourism. Innovative Marketing, 3(12), 45-50.

К. е. н. Дроботя Я. А., к. е. н. Галінська Т. С.

Полтавська державна аграрна академія (Україна)

УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Матеріальні запаси – це невід'ємна та важлива складова діяльності будь-якого підприємства. Аграрні підприємства порівняно з підприємствами інших галузей мають досить значні обсяги запасів, що пов'язано із особливостями здійснення виробничого процесу. Значні обсяги запасів аграрних підприємств

призводять до цілої низки фінансових ризиків, які необхідно спочатку визначити, визначити фактори, що їх спричинили, потім оцінити ймовірність їх настання та фінансові наслідки які можуть спричинити дані ризики і вже на останньому етапі здійснювати управління даними ризиками.

Якщо говорити про фінансові ризики за видами, то надмірні обсяги матеріальних запасів аграрних підприємств можуть спричинити наступні ризики: ризик зниження фінансової стійкості; ризик неплатоспроможності; криміногенний ризик; інші види ризику.

Особливості ризиків пов’язаних з неоптимальними обсягами матеріальних запасів аграрних підприємств підсилюються дією природних чинників, що є визначальними для аграрних підприємств. Так, зокрема, ризик зниження фінансової стійкості, що пов'язаний з надмірним використанням позикових коштів [1] набуває своїх особливостей спричинених здійсненням довготривалого виробничого процесу в сільському господарстві, що вимагає замороження коштів в запасах на тривалі строки, а отже може викликати нестачу коштів, що змусить підприємство формувати значні обсяги позикових коштів.

Сезонність виробничого процесу, що призводить до замороження коштів в запасах на тривалі строки та можливість реалізації готової продукції лише згідно агротехнічних строків і особливостей росту тварин спричиняє ризик неплатоспроможності, який також є специфічним для аграрних підприємств.

Криміногенний ризик теж має свої особливості пов’язані з аграрним виробництвом, оскільки сезонність виробничого процесу вимагає нагромадження значних обсягів матеріальних запасів, які можуть стати об’єктом крадіжки.

Псування запасів під час транспортування, зберігання, недотримання агротехнічних строків, посухи, ін. стихійного лиха може призвести до ризику зниження фінансової стійкості, оскільки вимагатиме залучення додаткових коштів у виробничий процес, ризику неплатоспроможності та ін видів ризику, що пов’язані із різними форс-мажорними обставинами.

Таким чином, природні чинники в аграрних підприємствах призводять до цілої низки фінансових ризиків, які підприємство не може ліквідувати, а може лише пристосуватись до них. А тому, з нашого погляду, такі фінансові ризики як ризик зниження фінансової стійкості, ризик неплатоспроможності, що є несистематичними ризиками для аграрних підприємств набувають рис систематичних,

оскільки значний вплив на дані ризики в сільському господарстві здійснюють природні фактори на які підприємство вплинути не може, а може лише пристосуватися до них.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками : учеб. / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2005. – 600 с.
2. Дибач І. Л. / Методичні передумови управління ризиками в аграрному виробництві // І. Л. Дибач, О. Ю. Кіпрєєва // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2010. – Вип. 2. – С. 95–108.
3. Дроботя Я. А. Особливості логістики запасів в сільськогосподарських підприємствах / Я. А. Дроботя // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – Вип. 243, Т. 1. – С. 249–257.

Душина А. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На сьогодні в Україні існує потреба розвитку малого бізнесу, яка сприяє економічному зростанню країни, забезпеченню надійності, ефективності і гнучкості внутрішнього ринку держави. Це питання є дуже актуальним, тому що саме підприємства малого бізнесу формують соціальний прошарок підприємців-власників, розширюють кон'юнктуру ринку, надають додаткові робочі місця, сприяють розвитку конкуренції, насичують національний ринок споживчими товарами і послугами повсякденного користування та активізують споживчий попит. Тобто малий бізнес надає можливість економіці України вийти на новий рівень в своєму розвитку, скласти конкуренцію іншим країнам.

Питання розвитку малих підприємств розглядалися у дослідженнях О. П. Крупського, П. Берне, В.А. Рубе, М. Д. Білик, В. Е. Савченко. В їх наукових працях глибоко розкрито стан фінансування малих підприємств, оцінка та перспективи їх діяльності.

Створення малого бізнесу є привабливим для українських підприємців, адже щоб розпочати підприємницьку діяльність вистачить незначного стартового капіталу; для малих підприємств властива простота в контролі над компанією; нестача проміжних ланок в структурі управління, тобто немає чітко визначеної

ієрархії влади, це дозволяє зберегти інформацію, яка поступає від керівника до підлеглих в її первинному вигляді; швидкість прийняття рішень; мобільність виробництва; гнучкість структури (малі фірми швидше реагують на ринкові зміни, можуть легко скорегувати та змінити обсяги виробництва). На малих підприємствах простіше підтримувати гарний мікроклімат в колективі.

Розвиток малого бізнесу закордоном відбувається швидше, ніж в Україні. Сьогодні доля підприємств малого бізнесу в країнах з розвиненою економікою складають 70–90 % від загальної кількості підприємств, наприклад, у США на малих підприємствах зайнято 53 % всього працездатного населення, в Японії близько 72 %, в країнах, які входять до складу Європейського союзу в малому бізнесі 50 % працездатного населення. За останній час в Україні спостерігається зменшення частки великого бізнесу у ВВП та зростання частки малого. Так, наприклад, частка великого бізнесу у ВВП в 2012 р. складала 47,5 %., а в 2016 р. зменшилась до 40 %.В той самий час, у 2012 р. частка малого бізнесу у ВВП України була 10,7 %, а в 2016 році зросла до 16,7 % [1].

За даними Державної служби статистики України протягом останніх років малі компанії лідирують за кількістю створених робочих місць. Тут працює від 75 до 78 % працевлаштованих українців [2]. Завдяки цьому підприємства малого бізнесу забезпечують громадян роботою та допомагають знизити рівень безробіття в країні.

Для того, щоб малий бізнес допоміг війти економіці країни на новий рівень, підприємствам потрібна підтримка зі збоку держави. Але, на жаль, наразі існує безліч перешкод, як заважають розвитку та ефективному функціонуванню підприємств. Наприклад, недосконала наявна законодавча база; неефективність фіскальної і монетарної політики; високі податки, які змушують суб'єктів малого підприємництва здійснювати свою діяльність у тіньовій економіці; недостатня кількість наданих кредитів, інформаційного і консультаційного забезпечення; відсутність фінансування; наявність недосконалої системи обліку та звітності статистичних даних; недостатня підготовленість та кваліфікація кадрі для підприємницької діяльності; складність отримання кредиту.

В той час, як у різних країнах існують програми, які сприяють розвитку малого бізнесу – податкові канікули, гранти, кредитування за пільгами, створюються програми розвитку малих підприємств, приймаються важливі законопроекти, що

регулюють діяльність підприємств даного сектору. Водночас існує криза збуту та низький попит товари на внутрішньому ринку через нестабільну економічну ситуацію в країні. Малий бізнес постійно втрачає основних споживачів власної продукції внаслідок зниження доходів громадян, погіршення рівня життя населення; інфляції, яка в 2017 р. склала 13,7 % [3].

Виходячи з існуючих проблем та потенційних можливостей вдосконаленню та розвитку малого бізнесу в Україні сприятиме реалізація наступних заходів: використання ресурсозберігаючих технологій на виробництві; боротьба з тіньовою економікою; прискорення швидкості обігу авансового капіталу; зниження витрат на виробничу інфраструктуру; підвищення продуктивності праці, оновлення та вдосконалення обладнання; фінансування підприємств зі боку держави та пошук інвесторів в розвиток виробництва; зниження витрат на управління; вдосконалення податкового законодавства введенні малого бізнесу, запровадження сприятливої податкової ставки для малих підприємств; зміцнення довіри до банківської системи.

На основі досліджень можна зробити висновок, що в сучасній економіці України малий бізнес недостатньої розвинений, є велика низка проблем, з якими зустрічаються підприємці. Цей сектор економіки потребує фінансування, підтримки зі збоку держави. Тільки тоді функціонування малого бізнесу зможе покращити економічне становище в країні, розширити кон'юнктуру ринку, наситити ринок споживчими товарами і послугами повсякденного користування місцевого виробництва та активізувати споживчий попит.

Список використаних джерел:

1. Турчак, В. В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / В. В. Турчак // Молодий вчений. – 2013. – №1 (01). – С. 39–44.
2. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
3. Міністерство Фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://minfin.com.ua
4. Крупський О. П. Проблеми і перспективи інноваційного розвитку України / О. П. Крупський, К. А. Макарова // Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 24–25 квітня 2014 р. : у 6 т. – Т. 6 : Проблеми та перспективи інноваційного розвитку: держава, регіон, галузь, суб'єкт господарювання. –Дніпропетровськ : Біла К. О., 2014. – С. 72–74.

Жидачин А. Я., Курінна І. Г.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підприємництво з точки зору міжнародного досвіду є найважливішою складовою конкурентоспроможності національної економіки.

Існує декілька факторів від яких залежить розвиток підприємництва:

– індивідуальна поведінка споживачів;
– інтеграція конкурентності на ринку;
– глобальний розвиток технологій [2].

Підприємництво вважається однією з найважливіших рис ринкової економіки, а також головним атрибутом товарного виробництва. Підприємництво є свободою господарської діяльності, яка дає можливість організовувати товарне виробництво, яке відіграє важливу роль в економіці держави. Адже саме розвиток чи занепад підприємницької діяльності дає розуміти про те чи якісні зміни відбуваються в суспільстві. Тобто підприємництво – цивільна діяльність людей у найрізноманітніших галузях виробництва. Найчастіше ця діяльність здійснюється на страх та ризик підприємця та підприємства загалом. Метою такої діяльності є отримання прибутку. При відсутності підприємців неможливе існування ринкової економіки, а також навпаки [1].

Будь-яка діяльність зумовлює проблеми та перспективи. Неважливо чи це бізнес, чи це певні дії з іншою метою. У час великої конкурентної здатності на ринку, підприємницька діяльність стає більш складною, але попри це все існує велика низка інших причин, які створюють проблеми в розвитку підприємницької діяльності. У світлі останніх подій, до прикладу, в Україні падає національна валюта, що є одним з важливих аспектів нестабільного розвитку підприємств в Україні. Саме нестабільність унеможливлює «приплив» інвестицій. За останні роки впала інвестиційна привабливість України як майданчику для розвитку певного підприємства з іноземними вкладами. Мовою цифр, прямі інвестиції в Україну станом на 2017 рік менші на 1,5 млн доларів США, що відображає економічну деградацію економіки України в світі. Саме по цій причині ставиться під великий сумнів перспективи розвитку підприємства. А в подальшому це також унеможливлює перехід України до європейських стандартів. До прикладу, якщо

порівнювати показники кількості підприємств в Україні, то станом на 2015 рік кількість підприємств досягає 1974,439 тис. підприємств у всіх галузях діяльності, а уже в 2016 році – 1865,631 тис. підприємств. Тобто лише за один рік відбувся спад на 5,51 %. Проаналізувавши дані про кількість підприємств за останні 5 років, легко зрозуміти, що саме 2016 рік став переломним та в ньому розпочалася зворотна прогресія в цьому напрямку. Які ж все таки основні проблеми існують гальмуючими факторами розвитку підприємницької діяльності. До прикладу, у зв'язку з пережитками минулого ще й досі існує так зване «рейдерство» в підприємницькій діяльності, яке також негативно впливає на розвиток того чи іншого підприємства. Не менш важливим чинником негативних тенденцій у підприємницькій діяльності є також фінансово-економічна криза. Негативні тенденції проявляються в причинах недостатнього попиту на той чи інший продукт чи послугу, а також загостренням банківської справи та обмеження підтримки малого бізнесу та інвестицій. Також одним з факторів, які унеможливлюють правильний розвиток підприємництва – відсутність або недостатність коштів у майбутніх підприємців для відкриття своєї справи. Тобто, беручи до уваги все вищесказане, можна виділити основні проблеми підприємницької діяльності в Україні:

– дестабілізуюча ситуація в державі, яка унеможливлює капіталовкладення та зовнішніх інвестицій;

– прямі та опосередковані злочинні посягання;

– фінансово-економічна криза;

– відсутність або недостатність коштів для відкриття власної справи.

Отже, існує велика низка проблем в Україні, які ускладнюють або унеможливлюють розвиток вітчизняної підприємницької діяльності. Тим не менш, сааме вирішення цих проблем прогнозує високий стрибок ефективної діяльності підприємців, а також кардинально зможе розширити підприємницький сектор. Найважливіше те, що саме в цих перетвореннях основну роль відіграє держава.

Список використаних джерел:

1. Білецька Л. В. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : навч. посіб. / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. − К. : Центр учбової літератури, 2009. − 2-ге вид. перероб. та доп. − 688 с.
2. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.

Жовкла О. А., к. е. н. Водолазська О. А.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Одним з найактуальніших питань сучасного етапу розвитку економіки України слід визнати вирішення проблем активізації розвитку підприємництва. Підприємницька ініціатива є не тільки необхідною умовою економічного процвітання держави, але й вирішує низку соціальних проблем, а саме: зменшення безробіття, підвищення рівня життя більшості населення та зменшення рівня бідності у країні.

Сьогодні малі та середні підприємства повстають фундаментальними елементами сучасного підприємництва. Саме ці складові, на думку науковців-економістів, здатні прискорити структурну перебудову економіки та підвищити організаційну ефективність використання наявного ресурсного потенціалу держави [3]. Домінування сегменту малого бізнесу притаманне саме країнам з розвиненою ринковою системою, де малі підприємства є гарантами інноваційної гнучкості та фінансової стійкості таких систем, задовольняють споживчі потреби населення, виконуючи важливу соціальну функцію, забезпечують населення робочими місцями та є джерелом їх доходів.

Переваги малої форми організації бізнесу здатні активно впливати на соціально-економічні перетворення в державі:

- створювати нові робочі місця як альтернативу найманій праці, особливо в умовах кризової економіки;
- оздоровлювати конкурентне середовище, бо в певних видах діяльності дрібні підприємці можуть змагатися з крупними компаніями;
- диверсифікувати структуру економіки і формувати у суспільстві середній клас.

Мале підприємництво в Україні у 2016 році, згідно даних офіційної статистики, мало частку 95,0 % у загальній кількості підприємств, але забезпечувало лише 18,9 % загального обсягу реалізації товарів і послуг [2].

Всі показники, представлені у табл. 1, вказують на те, що за 2012–2016 роки мале підприємництво не отримало істотного розвитку. Відбулося певне зменшення кількості підприємств у 2016 році, проте обсяг виробленої та реалізованої продукції значно збільшився, що дає підстави стверджувати про повільне зростання

малого бізнесу. Отже можна стверджувати, що від розвитку підприємництва в цілому, і зокрема малого бізнесу, безпосередньо залежить рівень економічного потенціалу країни.

Таблиця 1. Динаміка розвитку малого підприємництва в Україні

Показники	2014	2015	2016
Кількість підприємств за всіма видами економічної діяльності	324598	327814	291154
Обсяг виробленої продукції, млн грн	460222,0	516983,3	690054,9
Обсяг реалізованої продукції, млн грн	705000,5	937112,8	1177385,2

Джерело: складено на основі даних Державної служби статистики України [2].

Але малий бізнес стикається у своїй діяльності з безліччю перешкод, основними серед яких є:

- значний обсяг встановлених державою правил і процедур, що створює надмірне державне регулювання підприємницької діяльності;
- заплутаність реєстраційних процедур та ліцензування, що вимагає від підприємців додаткових витрат часу та грошей, а як наслідок, може призводити до корупції з боку дозвільних державних органів;
- незадовільна система оподаткування, що проявляється у частих змінах податкового законодавства та податкової звітності, високих ставках податків та їх надмірній кількості;
- обмеженість у залучені фінансових ресурсів, зокрема кредитів банків, тож основним джерелом інвестиційних коштів для малого бізнесу і досі залишаються власні фінансові ресурси;
- недобросовісна конкуренція. На виникнення цієї проблеми вказує більш як 80 % підприємств малого бізнесу [1].

Отже, на основі викладеного можна окреслити основні напрями щодо активізації розвитку малого бізнесу в Україні, а саме:

- створення сприятливих умов для функціонування малих бізнес-структур через подальше удосконалення законодавчо-нормативної бази;
- удосконалення механізму пільгового кредитування суб’єктів малого підприємництва через створення системи державних гарантій, або організації державних кредитних установ;
- подальше удосконалення податкової політики шляхом окреслення пільгових умов для малого бізнесу на період його становлення, а також стосовно

диференціації спрощеної системи оподаткування для різних видів економічної діяльності;

- надання особливої уваги розвитку наукомістких робочих місць та бізнесу, що орієнтований на експорт високоякісної продукції.

Отже, розвиток малого бізнесу в Україні багато в чому в перспективі залежить не від самих підприємців, а від законотворчої діяльності та урядової політики. Першочерговим напрямом повинно стати використання ринкових, а не силових методів контролю за діяльністю малих підприємств, що потребує також впровадження більш прозорого податкового законодавства та викорінювання корупційних методів впливу на бізнес. У кінцевому підсумку, ефективні та якісна модель розвитку малого підприємництва сприятиме економічному процвітанню країни та поліпшенню рівня життя її громадян.

Список використаних джерел:

1. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. – 2013. – №1(26). – С. 16–18.
2. Офіційний сайт Державної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
3. Причепа І. В. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов / І. В. Причепа, Т. К. Мещерякова // Розвиток підприємництва в Україні : теорія, методологія та практика : колект. моногр. / під ред. д. е. н. проф. О. О. Непочатенко. – Умань : Видавець Сочінський М. М., 2017. – 244 с.

Жук Т. І., к.е.н. Гвініашвілі Т. З.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ

Актуальність теми обумовлена тим, що в Україні малий бізнес історично є менш розвиненим порівняно з економіками більшості європейських країн, крім того, найбільша частка наявних вітчизняних малих підприємств задіяна в нефінансовій посередницькій сфері підприємництва [1]. У той же час високорозвинений малий сектор в економіці робить відчутний вплив на економічне зростання – досвід світового розвитку показує, що в країнах, де істотна частка створюваного національного багатства належить малим підприємствам, мають місце

найбільш сприятливі умови для подолання кризових явищ в економіці, її оздоровлення і забезпечення економічного зростання.

Необхідність визначення цільового спрямування впливу на розвиток малого підприємства, як об'єкта управління, обумовлює завдання аналізу впливу розвитку малого підприємництва на ефективність економіки країни в цілому [3, с. 81]. Відповідно до принципів класичного мікроекономічного аналізу основним завданням економіки в цілому (а також окремих економічних систем) є найбільш повне з точки зору отриманого результату і найбільш ефективне з точки зору використання наявних для досягнення результату обмежених ресурсів задоволення економічних потреб і інтересів суспільства в цілому й окремих його членів.

Ефективним варіантом розподілу обмежених ресурсів є такий, для якого не існує досяжної альтернативи, яка є кращою хоча б для одного з учасників розподілу. Неефективний розподіл ресурсів призводить до виникнення диспропорцій і створює дисбаланс в економічній системі, тоді як перехід до ефективного варіанту дозволив би підвищити добробут деяких учасників процесу розподілу без шкоди для добробуту інших учасників.

В даний час в економіці України малий бізнес відіграє значно меншу роль в порівнянні з економіками більшості розвинених європейських країн. Зазначена обставина має історичні передумови. Так дрібне промислове виробництво, що мало ручний характер загинуло від конкуренції великого виробництва, яке отримало в своє розпорядження великі знаряддя праці – машини. Однак розвиток капіталізму в усіх країнах супроводжувався кризою дрібної промисловості та торгівлі.

В той же час на даному етапі, малий бізнес, наприклад, в ЄС становить основу його соціально-економічного розвитку. Розвиток малого бізнесу на Заході йде більш швидкими темпами, оскільки національні органи влади надають великого значення підприємствам малого бізнесу та надають їм підтримку на всіх рівнях. В Україні, навпаки, вже на самому початку розвитку ринку держава відігравала з точки зору розвитку конкурентного середовища вкрай негативну роль. Характерною рисою вітчизняної економіки завжди був високий рівень концентрації промислового виробництва, за цим показником країна займала провідне місце в світі.

На даний момент все більшого поширення на загальносвітовому рівні, включаючи Україну, знаходить, так звана концепція сталого розвитку. В рамках даної концепції сталого розвитку визначається як розвиток, при якому нинішні

покоління задовольняють свої потреби, не позбавляючи майбутні покоління можливості задовольняти власні потреби. Концепція сталого розвитку сформувалася в ході поступового усвідомлення суспільством екологічних, економічних і соціальних проблем, що впливають на стан навколишнього середовища. Таким чином, в основі даної концепції лежить три компоненти:

– економічний – оптимальне використання обмежених ресурсів;

– соціальний – збереження стабільності існуючих соціальних і культурних систем;

– екологічний – забезпечення цілісності життєздатності біологічних і фізичних природних систем.

При цьому можливості малого бізнесу у вирішенні проблем в рамках векторів концепції сталого розвитку полягають в наступному [2, с. 105]:

1. Економічний вектор – перешкода монополізації ринку, формування конкурентних умов для виробників товарів, активізація інноваційної діяльності.

2. Соціальний вектор – забезпечення зайнятості та пом’якшення нерівності в розподілі доходів.

3. Екологічний вектор – участь в діяльності з переробки відходів, що забезпечує додаткову державну підтримку.

Функціонування виробництва в малих формах підприємництва створює додаткові ефекти розвитку економіки країни, так як формує додаткову ринкову пропозицію і попит на продукти та послуги, а також трудові ресурси, в тому числі: стимулює конкуренцію, сприяє прискоренню науково-технічного прогресу, спонукаючи також великі підприємства впроваджувати нові технології та підвищувати ефективність діяльності. Крім того, розвиток малого підприємництва сприяє формуванню конкурентного середовища. Таким чином, світовий досвід свідчить про те що, сталий розвиток економіки країни багато в чому залежить від економічного зростання суб’єктів малого підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс]. – К.: Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва, 2016. – Режим доступу : http://www.dkrp.gov.ua/info/3023.htm
2. Панасюк О. В. Малый бизнес в Украине: тенденции развития и проблемы налогообложения / О. В. Панасюк // Бізнес Інформ. – 2015. – № 6. – С. 102–107.

3. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / T. Grynko, T. Gviniashvili // Economic annals-XXI. – 2017. – №165 (5-6). – P. 80–83.

К. е. н. Зінченко О. А., Подолянюк Д. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ЄДИНОГО ТАРИФУ ЗАЛЕЖНО ВІД КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ГРУПИ СУБ'ЄКТА ОПОДАТКУВАННЯ

Єдиний податок – результат спрощеної системи оподаткування, який дає можливість сплачувати податок у єдиному консолідованому вигляді та звільняє від сплати інших видів податків фізичним та юридичним суб'єктам, які відносяться до конкретних груп та мають право на проведення підприємницької діяльності застосовуючи даний вид податкового стягнення [1].

Єдиний податок є ефективним інструментом стимулювання малого та середнього бізнесу. Завдяки цій спрощеній системі слати податків підприємці отримують такі переваги, як: 1. Здатність отримувати більше прибутку. 2. Оптимізація документообігу, за рахунок того, що оплата єдиного податку здійснюється одним документом. 3. Економія часу при розрахунку та оплаті податків. 4. Мають перевагу серед своїх прямих та потенціальних конкурентів, які не використовують даний механізм.

При наданні визначення терміну «єдиний податок» ми зазначали, що право на отримання даного інструменту мають представники окремих груп. Слід зазначити, що таких груп нараховується чотири: 1. Фізичні особи підприємці, які здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринку та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню Дохід не вище 300 тисяч гривень та здійснення господарської діяльності без задіяння найманих працівників. 2. Фізичні особи підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства. Дохід не вище 1,5 млн грн та здійснення господарської діяльності з задіянням не більше 10 найманих працівників [2]. 3. Фізичні особи підприємці та юридичні особи суб'єкти господарювання будь-якої

організаційно-правової форми. Дохід не вище 5 млн грн та здійснення господарської діяльності з задіянням необмеженої кількості найманих працівників. [2]. 4. Сільсько-господарські товаровиробники. Не існує обмеження по отриманню доходу та використанню обмеженої кількості працівників при здійсненні господарської діяльності [2].

Описавши всі 4 групи платників податків, які мають право на встановлення для них єдиного податку слід виявити за рахунок чого дані суб'єкти господарської діяльності мають права на використання даних преференцій:

1 група. Представники цієї групи здійснюють найпростіший вид підприємництва поєднуючи у своїй діяльності всі посади необхідні для здійснення підприємницької діяльності у напрямку, який вони оберуть. Держава встановлюючи низьку ставку оподаткування таким чином стимулює населення здійснювати види діяльності, яких завжди не вистачає на ринку, без суттєвого впливу на прибуток. Також слід зазначити, що таким чином виникає конкуренція і дії влади у цьому напрямку набувають соціального ефекту. Тому, що при таких умовах підприємці не зможуть суттєво підвищувати ціни на свою продукцію чи послуги, а в деяких випадках взагалі знижувати.

2 група. Представники цієї групи можуть здійснювати господарську діяльність отримуючи більший дохід зі своєї діяльності на наш погляд насамперед через те, що для них існує можливість використовувати у своїй діяльності 10 працівників. Це призводить до того, що витрати набагато збільшуються і прибуток від цього скорочується. Для того, щоб підприємство, наприклад ресторанного типу, працювало не в збиток собі і використовують даний механізм при нарахуванні податку.

3 група. Характерною особливістю цієї групи є те, що значною мірою збільшуються масштаби підприємництва і тому ліміт доходу також. Для неї не існує обмежень у кількості задіяних працівників, що дає можливість поступово розширити виробництво попередніх груп і перейти в серійне виробництво товарів. Дану теорію підтверджує і той факт, що ставка єдиного податку еквівалентна до доходу і різниться від умови сплати чи не сплати ПДВ.

4 група. Преференції для даної групи надаються на наш погляд по такій причині – Україна є одним з найбільших експортерів зерна у світі. Про це свідчать дані за 2015 рік [3]. Державі необхідно втримувати ці позиції, а інколи

і покращувати їх. Своєю політикою вона дає змогу підприємцям збільшувати свої прибутки стимулюючи покращувати показники продажу сільськогосподарської продукції та її якості. Також слід зазначити, що при наданні такого виду пільг збільшується зацікавленість підприємців в проведенні своєї діяльності в цій сфері. Як наслідок, дія єдиного тарифу для даної групи дає змогу ефективно використовувати землі та водні наділи.

Визначимо 2 основні проблеми системи спрощеного оподаткування:

1. Суб'єкти, платники єдиного податку не звільняються від сплати військового збору, податку на доходи фізичних осіб з доходів виплачених з дивідендів.

2. Суттєвим недоліком для суб'єктів 4 кваліфікаційної групи платників податків є те, що вони звільняються від сплати земельного податку та плати за оренду земель державної та комунальної власності. Від двох останніх держава наповнювала спеціальний фонд, який здійснював фінансування охорони земель, підвищення родючості ґрунту та інші операції пов'язані з землекористуванням.

Таким чином, ми бачимо вирішення цих двох проблем у відміні зборів та податків характерних для першого випадку та введення земельного податку для вирішення другого.

Отже, після проведеної роботи ми дійшли висновку, що єдиний тариф є ефективним інструментом для стимулювання малого та середнього бізнесу. Дана точка зору сформулювалась після розгляду груп суб'єктів, які мають право користуватись даним тарифом, визначивши ставку податку для них та розібравши декілька прикладів.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс. – Режим доступу : http://buklib.net/books/35115
2. Електронний ресурс. – Режим доступу : http://asnovator.com/tema-8-sproshchena-sistema-opodatkuvannya-obliku-ta-zvitnosti-2271
3. Електронний ресурс. – Режим доступу : https://help.smcs.com.ua/uk/reader/articles/read/12311/hrupy-yedynoho-podatku-zahalna-kharakterystyka

Карапетян А. А.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СИСТЕМА ВАЖЕЛІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досягнення конкурентоспроможності за витратами та цінами є одним з основних завдань менеджменту. Конкурентна боротьба змушує виробників шукати способи зниження собівартості своєї продукції для максимізації прибутку та у такий спосіб стимулює впровадження інновацій у кожній ланці ланцюжка цінності. Конкурентоспроможність підприємств, ґрунтуючись на конкурентоспроможності продукції, у свою чергу, забезпечує досягнення конкурентоспроможності галузі та економіки в цілому.

Одним із ключових факторів, які забезпечують національну конкурентоспроможність, є взаємодія інституціональних секторів економіки. Як відомо, система національних рахунків включає реальний (приватний нефінансовий), бюджетний (урядовий або фіскальний), грошовий (фінансовий або банківський), зовнішній сектори. Ефективна взаємодія цих секторів призводить до досягнення певного рівня конкурентоспроможності на національному рівні.

Управлінська функція сьогодні – це є найбільш важливий фактор ефективності організації. Лише одиниці підприємств інвестують у стратегію: стратегічне планування, дослідження ринків, розробку та освоєння виробництва нової продукції. Зневага агресивним вкладенням у стратегію унеможливлює ані використання стратегічного управління, ані професійне ведення бізнесу. Тому в сучасних умовах розвитку бізнесу центральне місце займають питання ефективного управління корпоративною діяльністю, в тому числі раціональних, трансакційних витрат в масштабах всієї корпорації.

Умовно виділяють три види ефективності: індивідуальну, групову, організаційну. Організаційна перевищує суму індивідуальної і групової ефективності за рахунок синергетичного ефекту, коли організація в цілому здатна досягати більш високих показників, аніж сума ефективності окремих її складових ланок. Ефективною основою існування організацій як засобу рішення проблем, які виникають у суспільстві, є їх здатність виконувати більший обсяг робіт, аніж це можливо за рахунок індивідуальних зусиль окремих підрозділів.

Практика міжнародного бізнесу показує, що найвищої організаційної ефективності досягають великі конкуруючі компанії, більшість із яких є ТНК. Останні здійснюють по-справжньому глобальну стратегію: реалізують свою продукцію в усьому світі, одержують матеріали і комплектуючі з усього світу, розміщують виробництво в багатьох країнах з метою забезпечення конкурентних переваг і, як наслідок, надприбутків.

Інший спосіб досягнення організаційної ефективності полягає в об'єднанні декількох підприємств у промислову групу або, так званий, кластер. Кластер – це група взаємозалежних компаній, що географічно сусідять, і пов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері та характеризуються спільністю діяльності і взаємодоповнюють одна одну. Об'єднання підприємств у кластер має на меті досягнення синергетичного ефекту на основі конкурентоспроможної діяльності всіх суб'єктів групи. Одержання синергетичного ефекту забезпечується за рахунок підвищення ефективності та досягнення конкурентоспроможності ланцюжка цінності.

Так сталося, що в Україні кластери підприємств, об'єднаних, як правило, на рівні споріднених та підтримуючих галузей та пов'язаних між собою проблемою конкурентоспроможності ланцюжка цінності, мають олігархічну сутність. З погляду ефективності на макрорівні та в умовах поточного стану конкуренції більш далекоглядним, стратегічно обґрунтованим та ефективним і є створення та розвиток кластерів, промислово-фінансових груп, тому що останні дозволяють досягати не тільки індивідуальної, але і групової ефективності.

Теорія кластерів припускає побудову галузей на основі концентрації компаній і стимулюванні розвитку в цих галузях діяльності із сильними зв'язками в межах кожного кластера. Сучасна, заснована на знаннях, економіка відводить кластерам значно більш структуровану роль, а національне бізнес-середовище починає широко усвідомлювати значення кластерів в конкурентній боротьбі.

Для сучасного розвитку кластерів в Україні, на нашу думку, характерні наступні риси:

– у ролі механізму, що поєднує компанії в кластер, виступають права власності на ці компанії з боку певного кола осіб. Донедавна об'єднання компаній у кластер носило характер економічної доцільності, тепер же, з поглибленням

приватизації, власники підприємств «добирають» відсутні ланки для досягнення ринкової логіки та ефективності;

– межі кластерів: найчастіше поміж окремими олігархічними угрупуваннями спостерігається поділ сфер впливу за географічними ознаками;

– галузеві сфери: в сировинному та переробному секторах кластери утворюються переважно у Центральному, в споживчому та секторі послуг – у Західному регіонах України.

Наступним кроком у підвищенні конкурентоспроможності національної галузі є конкурентна взаємодія сформованих українських кластерів. А як відомо, щоб досягти конкурентоспроможності, необхідно, насамперед, підвищити конкурентоспроможність усередині стратегічної групи, тобто групової ефективності. З іншого боку, ці підприємства належать до різних олігархічних кластерів. От чому досягти синергічного ефекту на рівні так званої організаційної ефективності можливо за рахунок професійного менеджменту на макрорівні.

Список використаних джерел:

1. Белецкая И. Современный механизм формирования конкурентных преимуществ в свете эволюции их теорий / И. Белецкая // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. – Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України.– Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. – Вип. 1 (16). – С. 167–172.
2. Оберемчук В. Ф. Створення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства / В. Ф. Оберемчук // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2003. – Вип. 6. – С. 242–248.

Кисленко А. Г., к. е. н. Павлов Р.А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Сучасне функціонування автотранспортного страхування в Україні не не всю потужність реалізує свій потенціал та можливості, та як наслідок, нажаль, не відповідає ні реальним потребам держави, ні європейським стандартам.

Зараз на страховому ринку поступово набирають оберти різні випадки з махінаціями, шахрайствами та фальсифікацією. Як правило, частіше всього

фальсифікують ДТП, викрадення придбаних у кредит автомобілів, умовчування важливої інформації (з обох сторін) при укладанні договорів.

Основними та актуальними проблемами автотранспортного страхування в Україні на сьогоднішній день є:

1. Недосконалість нормативного регулювання. Нормативна база, що регулює автотранспортне страхування в Україні залишилася на стадії початкового розвитку. Значна кількість нормативних актів, як правило, не відповідає міжнародним стандартам.

2. Відсутність страхової культури. Така проблема пояснюється низькою фінансової грамотністю та страховою культурою клієнтів. Більшість водіїв не звертають увагу на важливі пункти угоди або неуважно читають договори зі страхування авто. Крім того, мало хто з страхувальників має уявлення про таке поняття, як франшиза, або бонус-малус.

3. Недостатня кількість професіоналів на страховому ринку. Обмежена кількість висококваліфікованих фахівців у страховій сфері, катастрофічно не вистачає таких професіоналів, як андерайтер, актуарій, сюрвейєр, або аварійний комісар.

4. Недосконалість податкового стимулювання. На сьогоднішній день в українському законодавстві, а саме стаття №13 ЗУ «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» передбачені пільги для певних верств населення, але як показав досвід, вони не мають ніякого стимулюючого ефекту.

5. Невиконання інвестиційної функції страхування. Страхові компанії не демонструють значної зацікавленості в ефективному розміщенні вільних грошових ресурсів та в основному тяжіють до консервативного управління інвестиційним портфелем [1, с. 214].

Аналітичні дані засвідчують (станом на 01.01.2017), що найбільш ризиковим видом страхування в Україні з позиції схильності до фінансових махінацій є саме автотранспортне страхування – 67 %. У галузі страхування життя та здоров'я такий відсоток складає – 5 %, страхування тварин – 8 %, інші види страхування – 20 %. У такому випадку МТСБУ зараз пропонує приймати кошти страхових компаній в централізованих страхових резервних фондах у ролі активів, які будуть представляти страхові резерви з обов'язкового страхування цивільно-правової

відповідальності автовласників таких страхових компаній [3, с. 132]. Ці сплачені страховиками кошти гарантійних внесків обліковуються окремо в розрізі всіх страховиків та використовуються для здійснення обов'язкових виплат у випадку неплатоспроможності, банкрутства або ліквідації таких страховиків (кошти базових та додаткових гарантійних внесків) та за поточними зобов`язаннями страховиків (кошти цільових додаткових гарантійних внесків) [2, с. 183].

Щодо підвищення ринково-інвестиційного потенціалу системи автострахування доцільним є дії спрямовані на формування чіткої позиції реформування в страховій сфері, ефективного процесу державного регулювання ринку, поступову адаптацію українського страхового ринку до світових практик та методів фінансового регулювання та нагляду за страховою діяльністю, тісну співпрацю страховиків з міжнародними компаніями, створення незалежної установи з експертизи договорів та страхових випадків, а також створення відповідного підрозділу в МТСБУ з контролю фінансового стану компанії, що надають послуги з автострахування [1, с. 216].

На сьогоднішній день з метою залучення додаткових інвестицій та нових клієнтів, або утримання вже існуючих страховим компаніям на ринку автострахування потрібно обирати відповідні маркетингові та фінансові стратегії та впроваджувати нові заходи, щодо поліпшення роботи в з клієнтами, наприклад розстрочка страхових платежів; швидкий та безпечний онлайн-продаж полісів; безкоштовна консультація у телефонному режимі із страховим спеціалістом; надання два/три додаткових місяців страхового захисту до річного полісу; розширення переліку ризиків, що покриваються, додаючи базових випадків, ще і спеціальні за бажанням клієнта (головне для клієнта – почуття захищеності); тимчасова заміна автомобіля на час ремонту/експертизи застрахованого транспортного засобу; надання додаткових акційних, передсвяткових або маркетингових знижок (крім обов'язкових пільг, що встановлені законодавством); можливість отримати швидку виплату протягом декількох днів, без місячного оформлення усіх документів; впроваджувати страховки від збитків, заподіяного в ДТП, винуватцем якого був саме застрахований водій.

Список використаних джерел:

1. Лесик Л. Тенденції та проблеми розвитку ринку особисте страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів / Л. Лесик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 2. – С. 214–219.

2. Могильна Н. В. Проблеми та перспективи розвитку автострахування в Україні / Н. В. Могильна // Економічний аналіз. – 2012. – № 11. – С. 183–185.
3. Петрушевська В. В. Адаптація фінансової політики України до умов глобалізаційних і євроінтеграційних процесів / В. В. Петрушевська // Економіка та управління національним господарством (Проблеми економіки). – 2014. – № 2.– С. 131–137.

Кодацкая М. С.

Днепровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ НА ПРИМЕРЕ США

В настоящее время достаточно актуальной считается тема активного развития предпринимательской деятельности в нашей стране, поскольку с каждым днем эта сфера становится более обсуждаемой среди современного поколения и число молодых бизнесменов по всему миру стремительно увеличивается.

Последовательность нашего исследования такова, что вначале будет уместным рассмотреть пример отношения к бизнесу государства, где данная сфера деятельности успешно развивается по всем показателям. В качестве такого государства мы избрали Соединенные Штаты Америки. Рассмотрим его достижения в этой сфере. И далее проведем анализ развития предпринимательства в Украине, его основные проблемы и особенности. И в заключение предпримем попытку подвести итоги и сформулировать необходимые мероприятия, которые нужно провести для улучшения бизнеса в Украине на основе анализа развития бизнеса в США.

Соединенные Штаты Америки являются абсолютным лидером по практически всем экономическим показателям. Один из таких показателей, который существенно отражается на развитии экономики этой страны есть валовый внутренний продукт. На сегодняшний день, согласно статистике Всемирного банка, валовый внутренний продукт США составляет 18,57 триллиона долларов, благодаря чему эта страна занимает первую позицию в мире по размеру ВВП. Такой высокий показатель обусловлен интенсивным развитием предприятий малого бизнеса. Согласно ежегодному всемирному рейтингу Doing Business, который оценивает простоту ведения бизнеса в странах, исходя из анализа 10 показателей, США занимает 6-е место среди 190 стран мира.

Что касается потенциала Украины в осуществлении предпринимательской деятельности, то ее показатели, в сравнении с США, значительно уменьшаются. На сегодняшний день ВВП Украины оценивается в 93,27 миллиарда долларов. По этому показателю страна занимает 61 место в мире. Это невысокий показатель, и, кроме того за последние несколько лет имеет постоянную тенденцию к снижению. Тем не менее, за последний, 2017 год он увеличился на 2,2 %. Если рассматривать способности Украины в осуществлении малого бизнеса, то в рейтинге Doing Business наша страна занимает уже 76-е место, хотя в конце 2016 года находилась на 83 месте.

Исходя из вышеперечисленных показателей, будет уместно составить анализ особенностей ведения предпринимательства в Украине и США, а затем, на основе полученной информации, предложить пути улучшения развития данной сферы деятельности.

Прежде всего, такой резкий скачок в экономических показателях США обусловлен тем, что там малое предпринимательство начало развиваться еще в 1930-е годы, во времена Великой Депрессии. Большинство инновационных программ по развитию предпринимательской деятельности в этой стране были введены уже в 1932 году, хотя в настоящее время во многих странах мира они еще даже не рассматривались. После интенсивного появления и развития предприятий, которые безусловно поддерживались государством и всячески финансировались, в 1953 году была создана Small Business Administration (Администрация малого бизнеса) в США. Целью данной организации является поддержка молодых предпринимателей в финансовом плане, а также всевозможная консультативная помощь. На сегодняшний день благодаря существованию Администрации малого бизнеса, США и занимает 6-е место среди 190 государств в рейтинге самых успешных стран в сфере предпринимательства. Очень результативным является появление большого количества филиалов администрации во всех крупных городах страны, то есть практически во всех штатах. Так как США является федеративным государством, эта особенность во многом помогает молодым предпринимателям, обеспечивая удобство и простоту в консультациях и решении вопросов, касающихся развития бизнеса. Если глубже рассматривать задания, которые возлагает на себя Администрация малого бизнеса, то следует отметить следующее: предоставление информативных и консультативных услуг в области

ведения бизнеса, помощь в получении кредитования на предприятия малого бизнеса, субсидиарная помощь и выдача всевозможных кредитов за счет Администрации малого бизнеса.

В Соединенных Штатах Америки существует строгая категоризация субъектов предпринимательской деятельности. Такое деление на малые и средние предприятия предложила Администрация малого бизнеса, согласно которому малые и средние предприятия- это те, число работников в которых составляет менее 500 человек. В то время как, согласно Закону Украины «О развитии и государственной поддержке малого и среднего предпринимательства», малые предприятия характеризуются числом работников за календарный год не более 50 чел.

Известно, что на сегодняшний день в Украине также существуют программы по поддержке малого бизнеса, но большинство из них оказывают свою помощь в рамках программ Евросоюза. Также стоит отметить существование фонда поддержки предпринимательства, который также занимается финансированием программ, касающихся предпринимательской деятельности. В самых крупных городах действуют центры поддержки и развития бизнеса. Так как Украина находится в недостаточно благоприятном социально-экономическом положении по причине военных конфликтов, которые длятся уже на протяжении нескольких лет, более экстенсивное и интенсивное развитие предпринимательства могло бы служить источником улучшения и стабилизации экономики страны. Также это существенно отразилось бы на преодолении бедности и улучшении уровня жизни граждан.

На сегодняшний день существует ряд нерешенных проблем, которые мешают вывести бизнес Украины на новый уровень. Во-первых, официальные процедуры для оформления бизнеса в Украине длятся примерно 25-30 дней, в то время как в США на это требуется всего 10 дней. Кроме того, существенной проблемой является то, что с каждым годом получение разрешений на строительство объектов сильно растягивается по срокам. Стоимость разрешительных услуг также не стоит на месте и постоянно увеличивается. А также налоговые выплаты и время, необходимое на их уплату очень высоки. Известно, что они превышают выплаты стран ЕС в 7 раз.

Исходя из информации, приведенной выше, можно сделать вывод, что большинство проблем могут решится лишь при вмешательстве государственных

органов. Таким образом становится очевидным, что для более успешного развития этой сферы стоило бы выполнить следующее:

1. Увеличить число всевозможных программ по поддержке молодых предпринимателей.

2. Улучшить сотрудничество украинского фонда по поддержке предпринимательства с иностранными структурами.

3. Обеспечить существование центров по поддержке предпринимательства в остальных городах для удобства граждан.

4. Организовывать мероприятия по привлечению молодых людей к предпринимательской деятельности.

5. Упростить процедуры по оформлению документов по регистрации бизнеса и уменьшить все необходимые выплаты.

Таким образом, ознакомившись с информацией о текущем состоянии сферы предпринимательства в двух вышеперечисленных странах, можно подвести итог о том, что Украина постепенно прогрессирует, так как в течении нескольких лет она стремительно продвинулась во всемирно известном рейтинге с 140 места на 76, но для улучшения показателей и экономической ситуации страны, необходимо прислушаться к опыту уже успешных в этой области стран и провести ряд мероприятий по усовершенствованию предпринимательства.

Список использованных источников:

1. Официальный интернет-сайт всемирного банка Doing Business [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://russian.doingbusiness.org/rankings
2. Рейтинг стран мира по уровню валового внутреннего продукта [Електронний ресурс] – Режим доступа: http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info
3. Развитие малого предпринимательства в США [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness/29-razvitie-malogo-predprinimatelstva-v-ssha.html
4. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/52798/ekonomika/problemy_perspektivy_razvitiya_predprinimatelstva_v_ukraine

Колісник В. О., к. держ. упр. Величко Л. А.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Запровадження сталого розвитку підприємницької діяльності в Україні є важливим аспектом становлення високого рівня життя населення, його добробуту та комфортного життя. Якщо у країні підприємницький сектор добре розвинений, то це забезпечує матеріальну стабільність населення, підіймає рівень розвитку всієї нації.

Ефективність малого бізнесу можна охарактеризувати наступним чином: забезпечення потреб ринку тими товарами та послугами, які великим підприємствам виробляти чи надавати є недоцільним з економічних чи інших причин; запровадження нових технологій чи ідей; розвиток конкуренції, що позитивно впливає на якість товарів чи послуг; створення нових робочих місць, особливо в період кризи; висока оборотність капіталу.

За даними Державної служби статистики (табл. 1) всього в Україні налічується майже 300 тисяч малих підприємств, що складає 95 % від загальної кількості. Такі фірми є фундаментом національної економіки, бо їм притаманна маневреність та гнучкість в умовах швидкої зміни структури та кон'юнктури ринку [2; 3].

Проте незважаючи на такі значні показники цей сектор переживає не найкращі свої часи. Серед основних проблем можна виділити такі:

– занадто складна процедура реєстрації та ліцензування підприємств: більша частина малого бізнесу не пройшла всі етапи;

– недосконала конкуренція, яка стає на заваді розвитку: штучне зниження цін, корупція, технологічний шпіонаж тощо;

– надмірне регулювання економіки державою: велика кількість законів, нормативно-правових актів та процедур;

– великий податковий тягар, який відбирає значну частину доходу;

– обмеженість у фінансових ресурсах, що сильно гальмує процес розвитку фірм.

Також слід звернути увагу на низький рівень ВВП, що призводить до зниження фінансових ресурсів країни, що провокує зменшення купівельної спроможності населення, обмеженість попиту, слабку інвестиційну діяльність.

Таблиця 1. Кількість підприємств малого бізнесу за видами економічної діяльності [3]

		Усього	**Сільське, лісове та рибне господарство**	**Промисловість**	**Будівництво**	**Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспорту**	**Операції з нерухомим майном**	**Професійна, наукова та технічна діяльність**
Малі підприємства	Одиниць	291154	42477	33695	23565	79432	304486	24304
	У % до загальної кількості підприємств відповідного виду діяльності	95	94,4	87,4	96,8	96,7	98,6	97,8

Через велику кількість проблем виникла серйозна потреба дієвої державної політики, яка має бути направлена на підтримку розвитку малого бізнесу. Найбільша частина малих підприємств в Україні функціонує у сфері оптово-роздрібної торгівлі, так як тут має місце низький рівень банкрутства та потрібен невеликий початковий капітал. Саме тому необхідно створити програму підтримки малих підприємств [1].

Основні способи подолання:

– створення ефективної нормативно-правової бази: прийняття відповідних законів, які будуть регулювати розвиток малого бізнесу;

– удосконалення системи бухгалтерського і податкового обліку;

– запровадження зручної системи реєстрації та ліцензування підприємств;

– суттєве зменшення податків, що дозволить вивести багато тіньових підприємств;

– створення спеціалізованого органу фінансової допомоги малим підприємствам та ін.

Отже, розвиток малого бізнесу в Україні знаходиться на незадовільному рівні. Існує цілий ряд чинників, які негативно впливають на стан малого підприємництва в країні. На нашу думку, основними напрямами покращення системи малого бізнесу в сучасному економічному просторі є створення ефективної нормативно-правової бази, зменшення податкового тягаря та підтримка з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Величко Л. А. Механізми реалізації соціальної функції держави / Л. А. Величко // Економіка, організація, та управління підприємствами в сучасних економіко-правових умовах : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 21–23 листопада 2012 р. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2012. – С. 69–71.
2. Osvita.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/21925
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua

Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Поглиблення міжнародного поділу праці, формування глобального ринку, створення транснаціональних об'єднань, стрімкий розвиток науково технічного прогресу в сучасній світовій економіці відбувають глибокі фундаментальні зміни.

Такі зміни безпосередньо впливають на українську економіку, її ринки, змінюючи зовнішні та внутрішні чинники розвитку національної економіки, актуалізуючи значимість розвитку підприємництва та зовнішньої торгівлі.

Позиції любої країни в глобальній економічній системі визначаються низкою міжнародних рейтингів та оцінок рівня розвитку країн світу. Найчастіше використовуються з них:

– індекс глобальної конкурентоспроможності;

– індекс розвитку людського потенціалу;

– індекс глобалізації.

Рейтинг WEF (Система Всесвітнього економічного форуму) розраховує індекс конкурентоспроможності за 12 основними показниками. Дані стану конкурентоспроможності економіки України у розрізі 12 складових Глобального індексу конкурентоспроможності подані у табл. 1.

Результати України в рейтингу за 2017 р мінімально покращилися в порівнянні з минулим роком (+4 позиції), проте динаміка України в рейтингу більше схожа на топтання на місці. Більш того, в порівнянні з 2014 р Україна втратила 5 позицій у рейтингу, опустившись з 76 на 81 місце, а показник самого індексу − впав з 4,14 до 4,11.

Україна залишається країною з однією з найменш конкурентоспроможних економік в Європі: гірше тільки перебуває вже майже 10-й рік в глибокій кризі Греція (87), Молдова (89) і Боснія і Герцеговина (103). У порівнянні з минулим роком Україна поліпшила позиції по 8 з 12 складових рейтингу (табл. 1). Найбільше просування зафіксовано за такими субіндексах як державні інститути (+11 місць), макроекономічне середовище (+7 місць), ефективність товарних ринків (+7 місць), розвиток фінансових ринків (+10 місць), рівень розвитку бізнесу (+8 місць). У той же час, за всіма перерахованими субіндексах, крім останнього («рівень розвитку бізнесу»), Україна продовжує перебувати у другій сотні найменш розвинених і конкурентоспроможних.

Таблиця 1. Глобальний індекс конкурентоспроможності України за 2014–2017 рр.

Показник	2014	2015	2016	2017
Кількість оцінюваних країн	144	140	138	140
Загальний показник України	**76**	**79**	**85**	**81**
Інституціональний розвиток	130	130	129	118
Інфраструктура	68	69	75	78
Макроекономічне середовище	105	134	128	121
Охорона здоров’я та початкова освіта	43	45	54	53
Вища освіта та професійна підготовка	40	34	33	35
Ефективність ринкових механізмів	112	106	108	101
Ефективність ринку праці	80	56	73	86
Розвиненість фінансового ринку	107	121	130	120
Технологічна готовність	85	86	85	81
Масштаб ринку	38	45	47	47
Ускладненість бізнес процесів	99	91	98	90
Інноваційний розвиток	81	54	52	61

У 2017 року Україна поліпшила своє місце в рейтингу ВЕФ на 4 позиції, проте в порівнянні з 2014 р втратила 5 сходинок. Це говорить що Україна продовжує «пасти задніх», залишаючись однією з найменш конкурентоспроможних країн в Європі.

У порівнянні з попереднім рейтингом Україна в найбільшій мірі погіршила своє місце за такими складовими індексу глобальної конкурентоспроможності як: інфраструктура (78 місце; «мінус» 3 позиції); ринок праці (86 місце, регрес відразу на 13 позицій, а за останні 2 роки − на 30 позицій).

Що стосується інноваційного розвитку в країні, за останній рік погіршилися майже всі показники інноваційного середовища: починаючи від якості наукових дослідницьких інститутів (регрес на 10 позицій) і закінчуючи держзакупівлями

державою передових технологій («мінус» 14 позицій). Найбільший регрес (відразу на 16 місць) зафіксовано за показником «взаємодія між галузями і університетами в області НДДКР». Такий стан справ − наслідок мізерних бюджетів виділяються державою на науку (менш 0,25 % ВВП), що стимулює відтік вчених з України, і триваючої деіндустріалізації.

В глобальному економічному процесі участь України обмежена рядом факторів. По-перше, слід звернути увагу на зниження обсягів випуску та реалізації вітчизняної продукції, зношену техніко-виробничу базу та скорочення кількості малого та середнього бізнесу.

Таким чином, попри позитивні ефекти, які чинить глобалізація на світогосподарський розвиток, інтеграції України у світовий економічний простір має передувати етап якісного і кількісного вдосконалення національної економічної системи на основі підвищення ефективності використання наявних ресурсів, інвестицій, технологій, формування конкурентного середовища і конкурентоспроможності національних виробників на внутрішніх ринках. По мірі здійснення комплексу заходів щодо приведення різних сфер суспільного життя країни до рівня стандартів розвинутих країн, вона зможе з часом органічно вписатися в світові економічні структури та стати привабливою для інвесторів з точки зору ведення підприємницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Свида І. В. Підвалини сталого розвитку України в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / І. В. Свида. – Режим доступу : http://soskin.info/userfiles/file/2014/ 11-12_2014/ Svyda.pdf
2. KOF Index of Globalization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://globalization.kof.ethz.ch

Кушпіт А. Г., Тімар І. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

В сучасних мінливих економічних умовах підприємці знаходяться в постійному пошуку нових підходів та концепцій розвитку бізнесу, шляхів удосконалення підприємницької діяльності. Це супроводжується постійним запуском нових проектів, виникненням нових бізнес-ідей, впровадженням інноваційних

технологій в бізнес. В українських реаліях стартапи залишаються не надто розповсюдженою, але досить перспективною формою створення та розвитку бізнесу.

Найпоширеніше визначення стартапу дав Стів Бланк: Стартап – це тимчасова організація, створена для пошуку повторюваної, масштабованої і стійкої бізнес-моделі [1]. Стартапом вважають нещодавно створену компанію (іноді поки що не зареєстровану, але плануючу офіційну реєстрацію), яка створює власний бізнес, використовуючи інноваційні підходи, знаходиться на стадії завоювання ринку та має обмежені ресурси, перш за все фінансові. Характерною особливістю стартапів є обмеженість фінансових ресурсів, що гальмує розвиток компанії та її просунення на ринок.

Найвідомішими світовими стартапами можна назвати Facebook, Wikipedia, Vkontakte та навіть Apple Inc. На українському ринку, звісно, стартапи менших масштабів. Втім, вони теж є перспективними та успішними і навіть всесвітньовідомими.

Значні темпи розвитку стартапів останнім часом пояснюються певними сприятливими умовами, такими як значна мінливість зовнішнього бізнес-середовища, зростання вимог та очікувань споживачів товарів та послуг, інертність великих компаній та фірм.

Успішний розвиток стартапу залежить від трьох основних факторів:

1. Наявність особливої ідеї. Традиційно будь який бізнес розпочинається з ідеї, але ідея для стартапу з урахуванням її перспективності сама по собі є досить коштовною.

2. Наявність ефективної команди виконавців. Творцем стартапу як правило є молода людина, завданням якої є формування команди для розробки та впровадження бізнес ідеї

3. Наявність фінансування в достатніх обсягах.

Виникнення підприємницької ідеї, яку планується реалізувати командою виконавців, є основою створення стартапу, а відсутність необхідного фінансування може стати певним (іноді критичним) обмеженням його розвитку. Іноді стартап являє собою бізнес-план, для залучення інвестицій. Практичний досвід показує, що інвестиції в стартапи можуть варіюватись від одної тисячі до кількох мільйонів доларів. Якщо власник стартапу не має достатніх коштів для самофінансування свого бізнесу, він вимушений шукати зовнішніх інвесторів.

Існують різні шляхи пошуку інвесторів та способи фінансування стартапів. На основі аналізу літературних джерел та практичних підходів можна виділити найпоширеніші з них [2]:

- бізнес-інкубатори, які крім фінансування можуть надавати іншу допомогу стартаперам (проводити тренінги та стажування, надавати консультаційні послуги та інфраструктурні об'єкти, допомагати в маркетингових дослідженнях та підготовці бізнес-плану, тощо)

- бізнес-акселератори, які допускають до роботи лише ретельно відібрані проекти;

- венчурні фонди, які йдуть на підвищений ризик при фінансуванні стартапу, з метою отримання надприбутків при відносно невеликих сумах вкладених коштів;

- бізнес-ангели, порівняно нова форма інвестування в нашій країні, що передбачає вкладення коштів інвестора в стартап на початковому етапі, в обмін на частку власності в майбутньому бізнесі. Українські бізнес-ангели бувають трьох видів: досвідчені бізнесмени, готові допомагати початківцям, топ-менеджери крупних компаній, співробітники венчурних компаній, які бажають інвестувати власні кошти;

- краудфандинг, тобто фінансування за рахунок об'єднання грошових коштів та ресурсів різних людей, які готові підтримати підприємницькі ідеї що їм сподобались;

- Initial Public Offering (IPO), або первинна відкрита пропозиція, усім зацікавленим інвесторам;

- «розумні гроші» спосіб фінансування при якому інвестор вкладає не тільки гроші, а й власний досвід, знання, вміння, компетенції, зв'язки, тощо;

- «ЗД: домашні, дурні, друзі», тобто звернення за фінансовою допомогою до близьких людей;

- Цільове фінансування, в тому числі за рахунок державних коштів та цільових програм спеціалізованих установ та організацій

Вибір моделі фінансування стартапу є досить складним та важливим завданням для власника бізнесу та автора ідеї. На прийняте рішення мають вплив такі чинники як особливості інвестора, наявність власних ресурсів та можливостей, специфіка бізнес-ідеї, репутація стартап-компанії, масштаби її

діяльності. При цьому не варто відкидати загальноекономічні фактори, стан економіки та ринку. Головне при виборі інвестора пам'ятати, що від обраної моделі фінансування напряму залежать перспективи розвитку бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Blank S. G. The Four Steps to the Epiphany / S. G. Blank. – M. : Cafepress, 2005. – 176 с.
2. Івашова Н. В. Моделі фінансування стартапів / Н. В. Івашова, М. В. Василенко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 113–114.
3. Характерні риси стартапів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pro-biznes.com.ua
4. Що таке стартап? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://biznesua.com.ua/shho-take-startap
5. Гринько Т. В. Формирование механизма инновационного развития предприятия / Т. В. Гринько // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 7. – С. 18–22.

Лозицький Я. Р., Марухно П. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВПЛИВ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКА НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ

Останнім часом зростають масштаби та негативні наслідки тіньової економіки на економічні системи практично всіх країн, тому питанням впливу даного явища на економічні системи приділяється все більше уваги.

Тіньова економіка присутня у будь-якій країні, як вже було сказано, але в Україні її рівень досить високий.

Через тіньові економічні процеси в нашій країні виникає суттєвий та мабуть основний бар'єрів до інтеграції нашої держави у євро спільноту та розвитку конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Тіньова економіка країни руйнує соціальні стандарти життя населення, перешкоджаючи підвищувати якість життя. Вона відображає активні протизаконні економічні процеси, є проекцією високого рівня корумпованості державних чиновників та недосконалості правової і податкової культури. Питання своєчасного виявлення тіньових процесів та протидія ним являються в нинішніх умовах економічної кризи вкрай актуальними.

Дослідження описаного явища представляє надто складний процес і викликає великий інтерес у науковців. Протизаконні дії в економіці можуть спостерігати пересічні громадяни, не маючи навіть спеціальної економічної

освіти, але кількісно виміряти наслідки даного явища дуже складно, оскільки будь-яка економічна інформація в умовах жорстокої конкурентної боротьби набуває статусу конфіденційної.

Тіньова економіка в нашій країні не виникла спонтанно, вона є результатом системної економічної кризи. Після розвалу СРСР відбувся перехід від соціалістичної до ринкової форми організації економіки, під час цього й відбулась реструктуризація тіньового сектора економіки.

Найбільш відомими вченими, які займались вивченням наслідків тіньової економіки можна віднести Р. Гутманна, Е. Фейга, Б. Румера, Л. Ронсека, Д. Блейдса, Б.Даллаго. Серед українських вчених слід виділити О. Барановського, О. Турчинова, А. Базилюка, Я. Жаліла, В. Мандибуру.

В працях цих науковців було виявлено дві ознаки, притаманні тіньовій економіці: 1) протиправна діяльність у виключно власних інтересах з метою отримання доходу; 2) отримання доходу, який повністю або частково переведений з-під фіскального контролю для отримання знову ж таки економічної вигоди.

Рівень тіньової економіки згідно з різними дослідженнями варіюється на рівні від 20 до 50 % від ВВП. Для прикладу, в Ізраїлі цей показник знаходиться на рівні 6 %, у Швейцарії – 8 %, а у Китаї – 13 % [2].

Головною причиною такого великого показника, на наш погляд, є неефективна державна політика, відсутність реформ для подолання корупції. Адже, поки в Україні буде процвітати корупція, рівень тіньової економіки буде лише зростати.

На рис. 1 наведено данні Держкомстату та незалежного експерта Фрідріха Шнайдера професора економіки Лінського університету з приводу частки тіньової економіки України.

Починаючи з 2012 року частка тіньової економіки була виміряна за інтегральним показником. Слід зазначити, що данні Держкомстату й незалежного вченого сильно різняться. Видно, що дані Держкомстату значно занижені через неефективний контроль даного явища з боку держави. Це в свою чергу наштовхує на думку, що держава не бореться з проблемами тіньової економіки, а навпаки, допомагає розвиватись.

Згідно з дослідженнями європейських вчених обсяги тіньової економіки та незаконні грошові потоки постійно зростають протягом 15 років. Наслідками

такого негативного явища в економіці будь-якої країни і безпосередньо в економіці України є: зменшення податкових платежів до бюджету; погіршення умов існування соціального сектора країни; «відтік» грошових коштів за кордон; різке зменшення обсягів легального виробництва; вивільнення працівників та зростання рівня безробіття; нестабільність умов інвестування для внутрішніх і зовнішніх інвесторів.

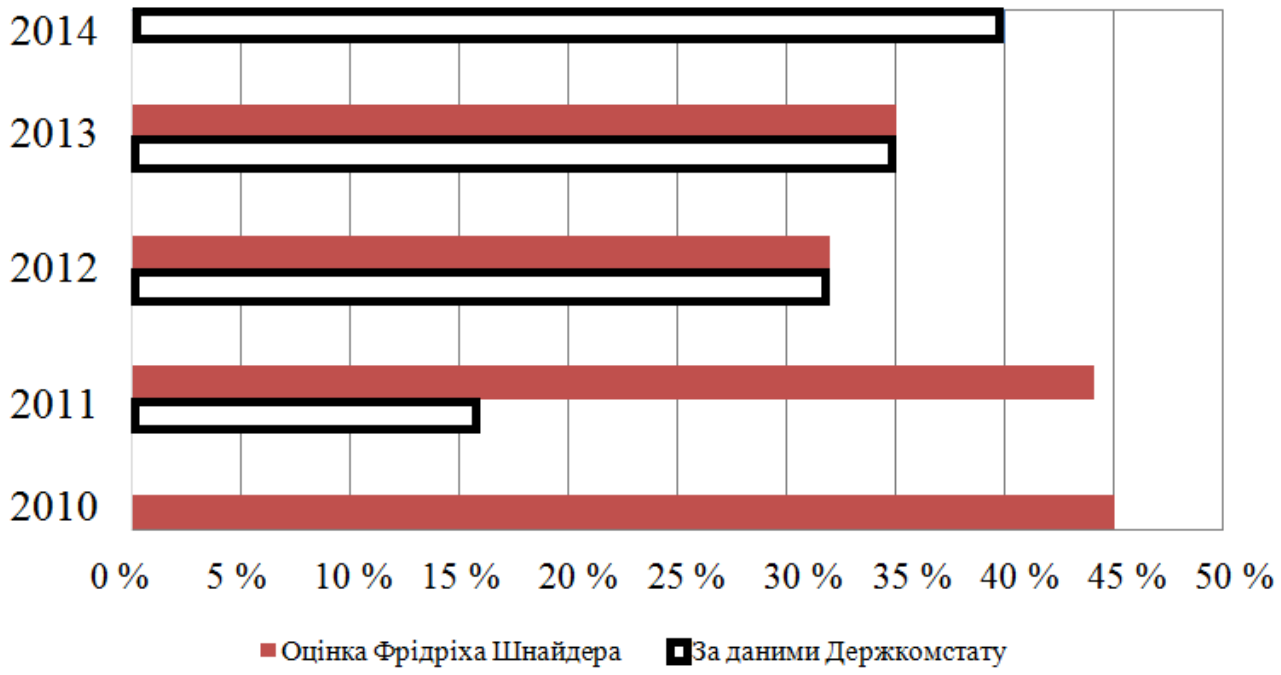

Рис. 1. Динаміка частки тіньової економіки України за 2010–2014 роки [3]

Більш детально розглянемо вплив тіньової економіки на скорочення податкових надходжень до бюджету. Сьогодні величезна кількість робітників отримують заробітну платню «у конвертах», що лише погіршує ситуацію в даному контексті. І така практика присутня щонайменше на половині підприємств країни. Згідно з дослідженнями, обсяги тіньової зарплати в Україні складає орієнтовано 180 млрд грн, а за оцінками податківців – 145 млрд грн щорічно. Обсяг тіньового сектора економіки України становить як мінімум 350 млрд грн на рік [2].

За оцінками доходів населення і роздрібного товарообороту, рівень тіньових доходів домогосподарств може сягати 47–50 %. Орієнтовні втрати бюджету сягають 45 млрд грн, а недоотримані соціальні внески складають більш ніж 97 млрд грн на рік [2].

Головними ініціаторами боротьби з таким явищем виступає легальний бізнес та різні громадські активісти, але таких людей досить мало і всі їх зусилля досить незначні, тому й не можуть внести значних змін для боротьби з цією проблемою . Не можна сказати, що їх намагання марні, але вони дуже мізерні.

Таким чином можна стверджувати, що тіньову економіку не можливо повністю викорінити без втручання державних органів та реформування економіки. Але можна в рази зменшити її показник за рахунок вдосконалення методів у дослідженнях цієї проблеми, а також активних змін у законодавстві та контролю за дотриманням існуючих законів.

На сьогоднішній день органами влади України було прийнято велику кількість законів, вжито чимало заходів щодо виведення економіки із тіні, але бажаного результату вони не дали.

Головною метою боротьби з тіньовим сектором економіки України є покращення умов інвестування, полегшення податкового зобов'язання та регулятивного тиску на підприємців, захист прав власності та регулювання відносин у процесі трудової діяльності.

Здійснення різних заходів щодо поступового виводу економіки з тіні не лише сприятиме створенню повноцінного та багатого ринкового середовища, процесу демократизації економіки, легалізації капіталу, а й забезпеченню відродження та ефективного розвитку українського підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Горобінська І. В. Тіньова економіка – як результат ухилення від сплати податків [Електронний ресурс] / І. В. Горобінська, О. І. Шептунова // Збірник наукових праць НТУ. – 2009. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua
2. Обсяг тіньової економіки України становить 350 мільярдів [Електронний ресурс] // Економічна правда. – 19.08.2012. – Режим доступу : http://www.epravda.com.ua
3. Тіньова економіка в Україні : причини та шляхи подолання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.icps.com.ua/assets/uploads/files/t_ novaekonom_kaukra_ni.pdf

Лук'яненко А. В., Рябик Г. Є.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Видозміна теперішніх управлінських методів щодо виконання функцій господарських вузлів, формування конкурентного оточення на вітчизняних ринках, передусім на ринках, що є стратегічними на рівні країни, зумовлене теперішніми умовами народної економіки України, які мають значний вплив на всі аспекти економічно-соціального та громадського буття. У випадку процесу перетворення ринкових зав'язків виняткове завдання виконують будівельні вузли, що мають у своєму володінні значні матеріальні засоби, таким чином, і інвестиційні можливості для рішення проблем стосовно соціально-економічного піднесення держави та її регіонів.

Частка будівельного комплексу в народному господарстві України досить вагома. Питома вага тільки будівництва у ВВП складає 8 %. Комплекс займає приблизно 10 % усіх зайнятих в народному господарстві.

У 2017 р. підприємствами країни виконано будівельних робіт на суму 101,1 млрд грн. Індекс будівельної продукції у 2017 р. порівняно із 2016 р. становив 120,9 % (рис. 1).

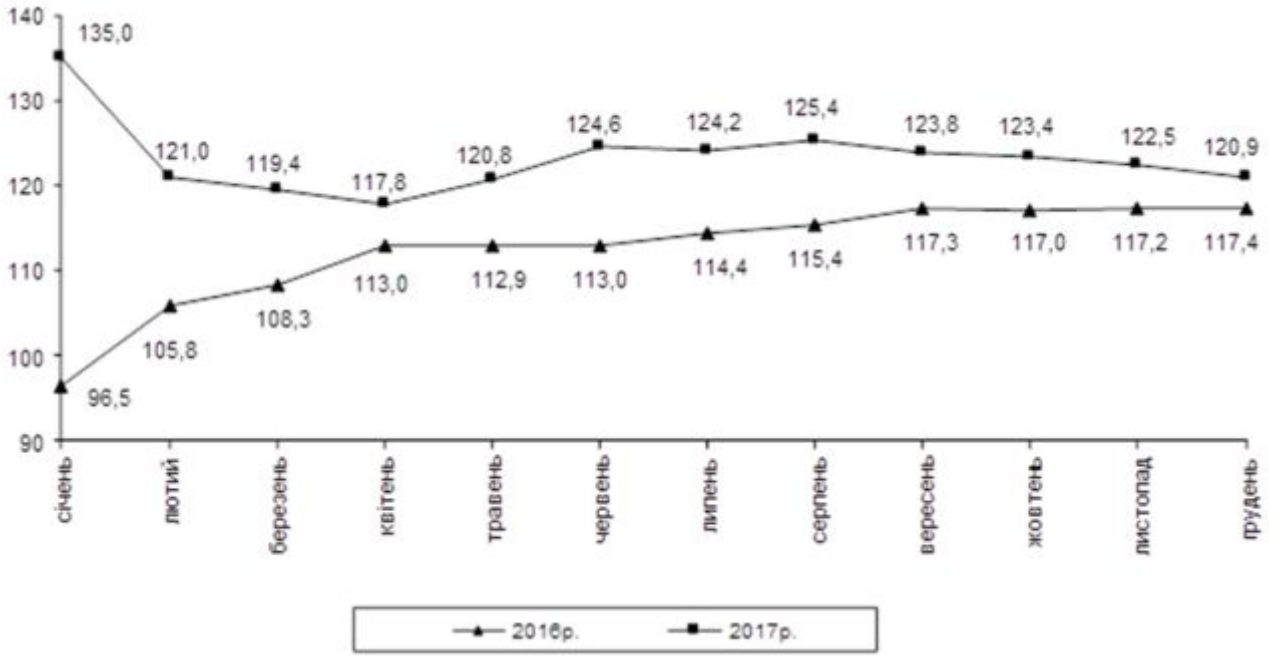

Рис. 1. Індекси будівельної продукції у 2016–2017 роках

Обсяг виконаних будівельних проектів в Україні в травні 2017 р. Збільшився на 24,5 % порівняно з травнем 2016 р., А збільшення в квітні 2017 р. До квітня 2016 р. Становило 7,4 %, повідомляє Державна служба статистики України. Найбільше збільшення обсягів робіт, виконаних у січні-травні-2017 рр., Було зафіксовано у Кіровоградській області (удвічі більше, до 314 млн грн), Житомирської області (удвічі більше, до 408,8 млн грн) Та Запорізької області (у 1,6 рази, до 790,4 млн грн) [2].

Запропонована схема послідовності та зав'язків функціонування фірм та товариств регіонального будівельного комплексу в теперішньому економічному середовищі України (рис. 2).

Рис. 2. Схема послідовності та зав'язків фірм та товариств будівельного комплексу

Договір на будівництво характеризує відношення між покупцем та продавцем предмету, коли решта співучасників будівельної угоди з'єднані юридичними стосунками, які у свою чергу мають форму договору. Таким чином, конструктори та детектори проекту мають стосунки з покупцем будівлі чи спорудження, а постачальники сировина – з підрядником [1].

Весь процес висновку договорів повинен будуватися на конкуренції з метою одержування найбільш корисного результату. Існує два аспекти будівельного договору: підрядник, який гарантує будівництво; наймач, який гарантує виплату.

Наймачем може бути фізична особа чи товариство, що, не тільки задовольняє вимоги з оплати будівництва об'єкта, а й ще є його господарям. Отже, наймач

напряму зацікавлений у договорі та в тому, щоб задовольнити потрібний баланс вартості, строків та ступень вартості.

Для підрядника так само важливо, щоб об’єкт відповідав усім стандартам якості, але цей інтерес викликаний, передусім, з нетривалим часовим інтервалом та націлена на одержання очікуваної рентабельності за договором, методом застосування виключно мінімально потрібних ресурсів, які передбачені на етапі тендера [3].

Здобуття договорів на будівництво об'єктів шляхом підрядної торгівлі значить налаштування ринкових стосунків у будівництві. Як наслідок цього сформулюємо положення, що конкурентоздатність будівельного підприємства характеризується як комплекс його переваг у порівнянні з рештою організацій, що забезпечує його можливістю отримувати перевагу на підрядних торгах та заключати договори на будівництво об'єктів.

Список використаних джерел:

1. Шаповал С. Л. Громадське будівництво. Практикум : навч. посіб. / С. Л. Шаповал, Н. М. Плешкань ; за ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 264 с.
2. Статистичний щорічник України за 2016 р. / Державна служба статистики України ; за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Консультант, 2016. – 534 с.
3. Биба В. В. Стан та перспективи розвитку будівельної галузі України / В. В. Биба, В. С. Гаташ // Зб. наукових праць (галузеве машинобудування, будівництво). – Полтава : ПолтНТУ, 2013. – Вип. 4 (39). Том 2. – С. 3–9.

Малоок А. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Банкрутство – це встановлений господарським судом факт неспроможності суб'єкта підприємницької діяльності виконати свої грошові зобов'язання не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури. Матеріально-правовими умовами порушення провадження у справі про банкрутство є: стійка (понад три місяці) і значна (на суму не менш як триста мінімальних розмірів заробітної плати) неплатоспроможність. Серед багатьох різноманітних методів визначення ймовірного рівня банкрутства підприємства можна використати «метод інтегрального показника» Z («п’ятифакторна модель Альтмана»), який базується на

бальній оцінці ключових фінансово-економічних показників, що характеризують кредитоспроможність підприємства та його можливість задовольняти потреби споживачів. Враховується також ваговий коефіцієнт обраних чинників впливу на фінансово-економічну діяльність підприємства». При Z > 3 – рівень діяльності підприємства є досить високим; 2,71 < Z 2,9 – середній рівень діяльності підприємства; 1,81 < Z < 2,7 – низький рівень діяльності підприємства, імовірність банкрутства висока; Z < 1,8 – дуже низький рівень діяльності підприємства, дуже низька його кредитоспроможність. Дуже високий рівень імовірності».

Використовуючи вищенаведену модель, визначимо можливий рівень банкрутства за п'яти основними фінансово-економічними показниками господарської діяльності Єрастівської дослідної станції за період 2013–2016 рр.

X1(2013)=8082/12198=0,662; X1(2014)=7,985/54761=0,147; X1(2015) =7,936/18308= =0,441; X1(2016)=6985/16566 =0,487;

X2(2013)=2915/12198=0,238; X2(2014)=20586/13026=1,58; X2(2015)=4967/18308= =0,271; X2(2016)=1653/16566=0,099;

X3(2013)=6050/12198=0,495; X3(2014)=6715/13026=0,515; X3(2015)=9737/18308= =0,531; X3(2016)=11242/16566=0,67;

X4(2013)=398/887=0,448; X4(2014)=445/843=0,527; X4(2015)=664/983=0,675; X4(2016)=422/835=0,5;

X5(2013)=18058/12198=1,48; X5(2014)= 20586/13026=1,58; X5(2015)= =23883/18308=1,305; X5(2016) = 27880/16566 = 1,68.

Інтегральний щорічний показник Z за визначений період складе: Z(2013)= =4,506; Z (2014)=5,981; Z (2015)=3,768; Z (2016)=4,877.

Як бачимо, за цей час – досліджуваний період фінансово-економічний стан Єрастівської дослідної станції достатньо високий. Це пояснюється тим, що підприємство належним чином стабільно задовольняє конче необхідні потреби життєдіяльності локальних споживачів у агропромисловій продукції і є платоспроможним навіть до кредитних зобов'язань, адже інтегральний показник ймовірності банкрутства коливається в межах 3,768–5,981. Такий позитивний результат господарської діяльності агропромислового підприємства – це наслідок загально-господарської значущості сільськогосподарської галузі народного господарства, від якої залежать вся життєдіяльність народу, соціально-економічний розвиток країни та стабільне функціонування і розвиток практично всіх інших галузей економіки.

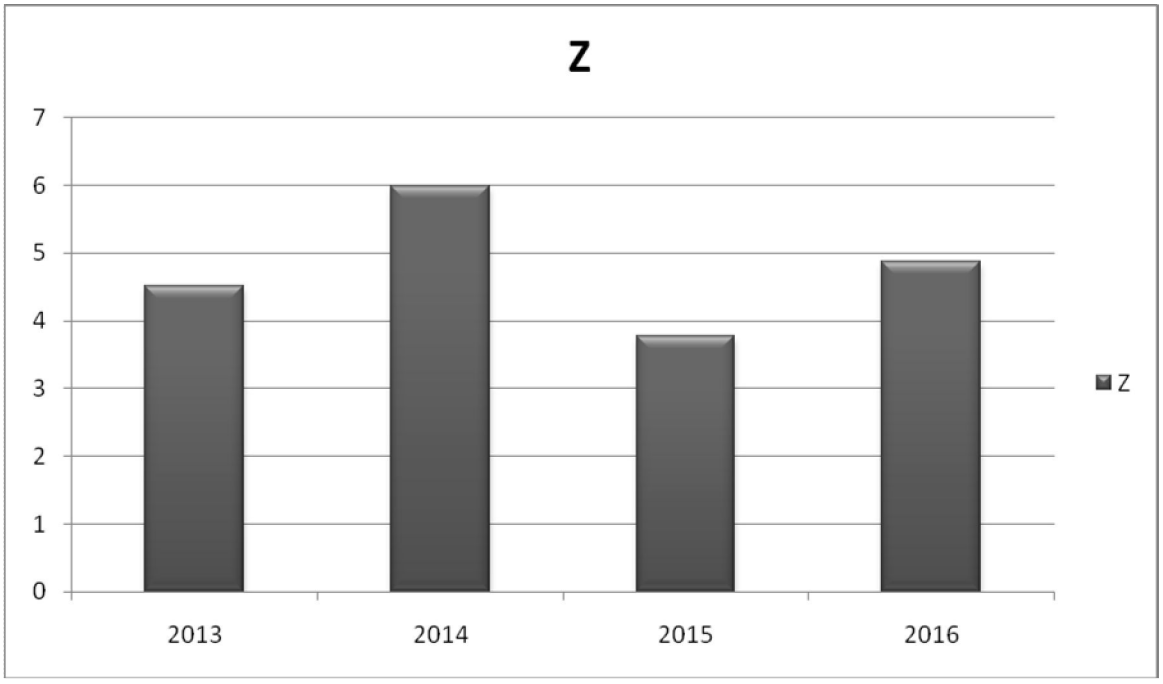

Рис. 1. Ймовірний рівень банкрутства підприємства Єрастівська дослідна станція за 4 роки з 2013 до 2016 рр.

Завдячуючи нечуваним у світі природним дарам нашій країні (трудолюбивому народові, який сповідує загальнолюдські мирні цінності, най родючим чорноземам, теплому клімату, чистим водним ресурсам, усієї гамми корисних копалин), які є основою життєдіяльності і розвитку країни, сільське господарство, як визначальна галузь економіки, завжди була прибутковою та беззбитковою – єдина галузь, коли усі інші, як правило, збиткові, потерпають від зацикленості, періодичних криз та банкрутств. Хоча варто зазначити, що динаміка показника Z за останні два роки не позитивна: якщо середній коефіцієнт за перші два роки (2013–2014) склав найвище значення 5,24 (4,506–5,981), то в наступні два роки суттєво (майже на одиницю: до 4,32) зменшився (3,768–4,877). Це може говорити про те, що скоро можливо розпочнеться наступний трьох-чотирьох річний період зниження активності підприємства, враховуючи циклічність фінансово-економічного розвитку переважної більшості підприємств за ринковою моделлю економіки як в США (світового лідера циклічності та зацикленості корпорацій), так і у нас. Державна влада нашої країни у 1991 році добровільно наслідувала англосаксонську модель неоліберальної соціально-економічної системи, для якої властива зацикленість, періодичні фінансово-економічні кризи та банкрутства.

Тож, досліджуваному підприємстві слід продовжити активний пошук резервів подальшого покращення сільськогосподарської діяльності для їхньої

реалізації, щоб не допустити подальшого зниження інтегрального коефіцієнту до величини, меншої три. Мова йде про відновлення природного – натурального (органічного) агровиробництва без застосування шкідливих хімічних, ГМО-технологій, біотехнологій, нанотехнологій, які загрожують репродуктивній функції людського організму, сприяють забрудненню нашого середовища – біосфери, захворюванням, старості, передчасній смерті. Отже наше майбутнє – за органічним (натуральним – природним) господарством.

Список використаних джерел:

1. Рибалка О. В. Розробка механізмів запобігання загрозам банкрутства / О. В. Рибалка // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – Вип. 209. – Т. ІІ. – С. 399–404.
2. Тімар І. В. Особливості формування системи ризик менеджменту на підприємствах будівельної галузі / І. В. Тімар, А. В. Коваленко // Науковий вісник НГУ. – 2011. – С. 104–106.
3. Тімар І. В. Ризик менеджмент в антикризовому управлінні підприємством будівельної галузі / І. В. Тімар// Мировая экономика XX века: современные тенденции и перспективы развития : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. – Львівська економічна фундація. – 2011. – С. 71–73.

Маріняк Ю. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ

В умовах перманентних змін зовнішнього середовища та посилення конкуренції на товарних ринках перед менеджментом підприємства постає актуальне і складне питання забезпечення його сталого розвитку у довгостроковій перспективі. Ефективним інструментом вирішення цього завдання є стратегія інноваційного розвитку шляхом диверсифікації виробництва – видів економічної діяльності, номенклатури і асортименту продукції, операційної діяльності та організаційних змін.

Здійснення диверсифікації виробництва вимагає розв’язання важливих наукових завдань – дослідження і прогнозування кон’юнктури товарного ринку та тенденцій зміни бізнес-середовища, розроблення ефективних стратегій інноваційного розвитку, оцінювання потенціалу (технічного, ресурсного, інтелектуального) диверсифікації, встановлення рівня ризику в умовах часткової інформаційної визначеності, розроблення дієвих інструментів диверсифікації тощо.

Основні положення теорії диверсифікації, які викладені у працях науковців можна можна сформулювати так:

1. Диверсифікація є інноваційним процесом, що спрямований на досягнення загальних, стратегічних і тактичних цілей розвитку підприємства шляхом реалізації обраних стратегій (активних, пасивних, адаптивних, упереджуючих).

2. Диверсифікація є оберненим процесом до спеціалізації, здійснення якого супроводжується зовнішніми і внутрішніми змінами. Стратегії диверсифікації можуть охоплювати: упорядкування (розширення, звуження) видів економічної діяльності підприємств, оптимізація (оновлення, розширення, вилучення) номенклатури і асортименту продукції, удосконалення операційної діяльності (оновлення техніки, використання нових видів матеріальних та енергетичних ресурсів тощо), впровадження нових високоефективних технологій, організаційні перетворення, зміну ринків збуту, удосконалення системи менеджменту і т.д.

3. Диверсифікація забезпечує стійкі значення параметрів соціально-економічного розвитку підприємств в умовах підвищеної мінливості зовнішнього середовища, часткової чи повної інформаційної невизначеності за рахунок зниження ризиків їх виробничо-господарської діяльності та підвищення конкурентоспроможності.

4. Диверсифікація відбувається в умовах обмеженості ресурсного забезпечення, вимагає залучення необхідних інвестицій, а її рівень визначається потенціалом розвитку підприємства.

Мета диверсифікації повинна бути комплементарною до мети інноваційного розвитку підприємства і полягати у досягненні максимального прибутку (чистого доходу) за обмежених витрат на диверсифікацію виробництва (за допустимого рівня ризику).

Досліджувати диверсифікацію можна через взаємодію ринку і товару, співвідношення ризику, характерного для зовнішнього середовища господарювання, і невизначеності, результативності, що є притаманними стратегії [2]. Якщо порівнювати діяльність вузькоспеціалізованих підприємств і підприємств із значною кількістю видів господарської діяльності, то останні мають більше

шансів зберегти стабільний стан напрямів діяльності в умовах впливу нестабільності ринкових умов господарювання [3].

Крім того, впровадження нових та розвиток діючих видів виробництва спричиняють зміни стану внутрішнього середовища суб'єкта господарювання, який описується технічними, технологічними, організаційними, управлінськими, маркетинговими, фінансовими, соціальними параметрами.

Бізнес-напрями, виробничі потужності, види продукції диверсифікованих підприємств можуть належати до єдиного ринку або технології. Результативність диверсифікації, що спрямована на єдиний ринок, можна досягнути за умови відповідності кожного напряму діяльності підприємства його загальновизначеній стратегії, структурі, місії. Однак, кожний бізнес-напрям повинен мати чітко визначені плани розвитку, стратегії, цілі. Успіх диверсифікації, що базується на єдиній технології, є можливим при дотриманні таких положень: конкретність (знання, навики), особливість (отримана продукція має бути конкурентною, відрізнятись особливими ознаками), центральність (важливе місце у виробництві нового товару) технології, а також орієнтування на загальну стратегію підприємства. Коректне поєднання бізнес-напрямів відіграє важливу роль для конкурентної переваги підприємства. Тобто, при виборі напрямів діяльності необхідно звертати увагу на їх сумісність, взаєморозвиток, оптимізованість зусиль [1].

Список використаних джерел:

1. Цогла О. О. Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств / О. О. Цогла // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №7. – С. 147–151.
2. Брінь П. В. Диверсифікація господарської діяльності підприємств / П. В. Брінь, Л. О. Переходова // Вісник «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – 2013. – №69 (1042). – С. 172–175.
3. Скоробогатов М. М. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах / М. М. Скоробогатов, О. І. Куцерубова // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – №3 (25). – С. 18–21.
4. Цогла О. О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності / О. О. Цогла // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №4. – С. 109–115.

Мироненко І. О.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Зараз, внаслідок світової фінансової кризи та негативних реалій нашої економіки, сталося формування руйнівних змін у більшості галузях національного хазяйства та зменшення прибутковості діяльності суб'єктів господарювання. Недоліки системи управління, відсутність планування та системи прогнозування на вітчизняних підприємствах, відсутність елементів стратегічного управління, зокрема при розподілі і використанні прибутку, а також ігнорування недопустимо низьких показників платоспроможності та високого фінансового ризику діяльності, виступили основним каталізатором збиткової діяльності значної частини підприємств нашої країни.

За січень-вересень 2017 р. фінансовий результат діяльності великих та середніх підприємств до оподаткування становив 237,8 млрд грн прибутку (за 9 місяців 2016 р. – 82,0 млрд грн). Прибуток становив 368,6 млрд грн і проти відповідного періоду минулого року збільшився на 36,3 %. Збитків допущено на суму 130,8 млрд грн, що на 30,6 % менше, ніж за 9 місяців 2016 р. Частка збиткових підприємств за 9 місяців 2017 р. порівняно з попереднім роком скоротилася на 3,1 в.п. – до 29,7 %. Темпи зростання (зниження) прибутку та збитків представлені на рис. 1 [1].

Актуальним вважаємо вдосконалення інструментів управління, які відповідають сучасним економічним умовам діяльності вітчизняних підприємств та враховують стратегічні та тактичні аспекти управління. Взагалі управління прибутком підприємства означає побудову системи управління, спрямовану на збільшення кінцевих результатів діяльності підприємств.

Державне нормативно-правове регулювання, пов'язане з питаннями формування й розподілу прибутку, ринковий механізм регулювання, система методів та прийомів здійснення управління прибутком: все це входить в структуру механізму керування прибутком підприємства.

Сума прибутку, отримана підприємством у звітному періоді від діяльності – це об'єкт розподілу, а розподіл прибутку означає спрямування прибутку в бюджет

під виглядом податків і визначення чистого прибутку, залишеного у розпорядженні підприємством [2].

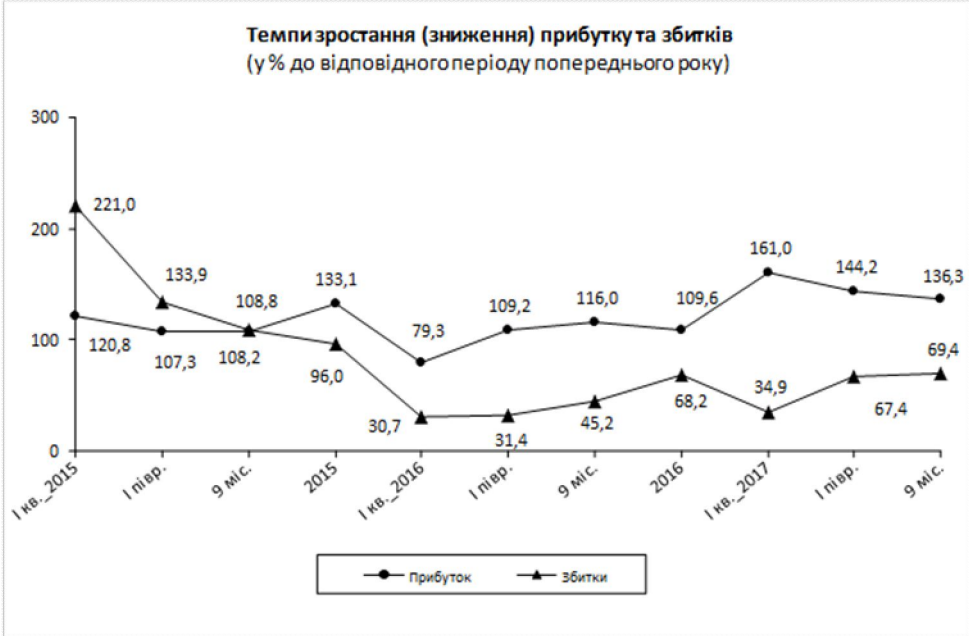

Рис. 1. Динаміка прибутку та збитків підприємств за 2015–2017 роки

Отже, вважаємо, що шляхи удосконалення структури застосування прибутку підприємствами для розвитку підприємництва в Україні можуть бути такі:

1. Визначення капіталізації коштів як пріоритетний напрямок застосування прибутку, це може призвести до процвітання підприємства;

2. Знаходження оптимальної величини резервного фонду та напрямлення фінансів на його збільшення;

3. Оптимізація розміру фінансів, скерованих на фонд споживання, це може сприяти збільшенню продуктивності праці та внаслідок цього розміру прибутку;

4. Контролювання виконання завдань у плані розподілу та використання прибутку;

5. Оптимізація коштів, що були скеровані в інші фонди;

6. Складання плану з визначеними датами;

7. Аналізувати динаміку та чинники одержаних прибутків у базовому періоді, та виявлення можливостей, що максимізують прибуток, а також розробка плану для наступних періодів [3].

Отже, прибуток це об'єктивна економічна категорія, ось чому процеси, що здійснюються у суспільстві, впливають на його формування. Формуючи систему управління, важливо враховувати системний підхід, який ґрунтується на врахуванні аспектів управління, які спрямовані на максимізацію остаточного результату не тільки в короткому періоді, а й в довгому. Перспективою наступних досліджень є побудова моделі ефективності використання прибутку підприємства, яка залежить від багатьох факторів, та її вплив на головні кількісні та якісні показники його діяльності.

Список використаних джерел:

1. Офіційний web-сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
2. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/13190713/finansi/rozrahunok_pributku_vid_realizatsiyi_produktsiyi
3. Гудкова Я. М. Шляхи підвищення ефективності розподілу прибутку підприємства [Електронний ресурс] / Я. М. Гудкова. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/10_DN_2013/Economics/10_132756.doc.htm

К. е. н. Олійник Т. І., Візір О. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На теперішньому етапі розвитку економіки України виникає необхідність аналізу проблем та перспектив існування малого бізнесу для забезпечення його розвитку.

Суттєвий внесок у дослідження розвитку малого підприємництва зробили такі відомі західні економісти, як: С. Брю, П. Друкер, Х. Міленбуш, М. Мескон, Д. Речмен, П. Хейне, А. Хоскінг, Й. Шумпетер, Р. Кантільйон.

Термін «підприємництво» ввів банкір-економіст англієць Р. Кантільйон (1680–1734 рр.). Р. Кантільйон зробив методичний аналіз підприємництва. Він досліджував його, як особливу функцію і вважав ризик невід’ємною частиною. Підприємця Кантільйон вважав «головним рушієм економіки» і визначав його як людину, яка здатна до передбачення, усвідомлено бере на себе ризик, згодна на витрати та чиї дії відзначаються розрахунком на отримання доходу [1].

В Україні значна доля усіх підприємств представлено малими підприємствами. Для порівняння з іншими країнами світу: частка малого підприємництва в економіці Японії близько 40 %, у Росії – 30 %, у Сінгапурі – 90 % підприємств.

Найголовнішими галузями малого підприємництва в Україні являються роздрібна та оптова торгівля (питома вага в загальному обсязі 31 %), далі йдуть такі галузі як: промисловість (12 %), лісове, сільське та рибне господарства (15 %), операції з нерухомістю, наукова, професійна та технічна діяльності (10 %) [2].

Дніпропетровській області належить друге місце після столиці за концентрацією малих та середніх підприємств. За статистичними даними, 2016 року малими підприємствами даної області було реалізовано 8,8 % продукції від усього обсягу реалізації малого бізнесу України. Загальна кількість підприємств малого та середнього бізнесу в Дніпропетровській області у 2015 р. становила 27196 підприємств, у 2016 р. – 25537. В цих показниках динаміки простежується негативна тенденція.

Для розв’язання найсуттєвіших проблем у сфері підприємництва у Дніпропетровській області запроваджено Програму інтенсифікації розвитку малого та середнього підприємництва в Дніпропетровській області на 2018–2020 роки. Основні її положення спрямовані на підтримання розвитку малого бізнесу, стимулювання до застосування новітніх технологій, а також тих технологій, що забезпечують вдосконалення якості товарів. Метою програми є підвищення економічних показників розвитку області та забезпечення стабільного функціонування підприємств. Очікуваними результатами програми є зростання кількості робочих місць та надходжень до бюджету області від функціонування малих та середніх підприємств, збільшення кількості зайнятих у сфері підприємництва, підтримання сприятливих умов для заснування нових та розвитку вже існуючих підприємств.

Малий бізнес є найбільш поширеним і визначальним сектором ринкової економіки. В умовах розвитку мереж підприємств малого бізнесу в Україні він необхідний для нормального розвитку конкурентно-ринкових відносин в економіці країни, подолання безробіття, освоєння виробництва високорентабельних товарів.

Основними причинами та перешкодами, які уповільнюють прогрес малого бізнесу в Україні являється нестача чітко визначеної в системі правових актів державної політики у сфері підтримки малого підприємництва, суперечність та

неконкретність чинної нормативно-правової бази, обтяжливість та недосконалість системи оподаткування, складна система бухгалтерського обліку і звітності та невпевненість підприємців у стабільності умов ведення бізнесу [3].

Для підтримки підприємництва створюють бізнес-інкубатори, що сприяють створенню та розвитку малих і середніх підприємств зазвичай інноваційного типу. Визначальною умовою вдалого функціонування бізнес-інкубаторів є його відповідність наявному економічному середовищу, а також вміння швидко реагувати на нестійкі зовнішні умови. За даними нещодавно проведеного Українською асоціацією бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів моніторингу діяльності бізнес-інкубаторів, численність дійсно працюючих складає близько 10 інкубаторів. Для подальшого розвитку бізнес-інкубування в Україні необхідне прийняття Типового положення про бізнес-інкубатор [4].

Підсумовуючи слід зазначити, що одним із фундаментальних напрямків розвитку економіки країни є розвиток малого бізнесу. Забезпечення доцільного використання економічного потенціалу розвитку малого підприємництва доречно здійснювати на основі державної стратегії розвитку малого та середнього підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Підприємництво: ретроспектива та економічна інтерпретації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/13761025/ekonomika/pidpriyemnitstvo_retrospektiva_ekonomichna_interpretatsiya
2. Деякі аспекти розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/7.pdf
3. Програма інтенсифікації розвитку малого та середнього підприємництва у Дніпропетровській області на 2018–2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http %3A %2F %2Foblrada.dp.gov.ua %2 Fwp-content %2Fuploads %2F2017 %2F12 %2F2- %D0 %94 %D0 %9E %D0 %94 %D0 %90 %D0 %A2 %D0 %9E %D0 %9A.doc
4. Бізнес-інкубатор як форма підтримки малого та середнього бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2009/Economics/41648.doc.htm

К. е. н. Олійник Т. І., Казка А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПЕРЕШКОД РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Ресторанне господарство – це сфера послуг народного господарства, яка об'єднує підприємства, що виготовляють однорідну продукцію і працюють на одному товарному ринку, використовуючи єдині або схожі технології та однакові фактори виробництва. Особливістю ресторанного господарства є те, що цей вид діяльності поєднує декілька функцій:

– функцію харчової промисловості (виробляє їжу);
– функцію торгівлі (продає їжу);
– функцію тільки ресторанного господарства, яка належить до сфери обслуговування (організація споживання їжі).

Предметом досліджень багатьох науковців є тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні за роки незалежності. Найвідомішими науковцями, які досліджували динаміку розвитку ресторанного господарства є: А. О. Аветисова [1], В. А. Антонова, Г. Т. П'ятницька [4], О. В. Борисова [2], П. О. Заремба, В. В. Кривошей, М. М. Ляшук [3] та інші.

Для визначення рівня розвитку ресторанного бізнесу в країні використовують: показники кількості підприємств РГ; показники товарообігу і прибутковості ресторанного бізнесу; показники структури працюючих за віком, освітою, статтю; показники насиченості підприємствами ресторанного господарства відносно кількості населення; показники плинності кадрів [5].

Ресторанне господарство України в останні роки має регресивну кризову тенденцію розвитку. Кількість суб'єктів господарювання постійно змінюється в усіх сегментах і типах діяльності. Забезпеченість населення закладами ресторанного господарства і посадковими місцями продовжує погіршуватись і в декілька разів нижча за світовий рівень. Все це відбувається на фоні, коли ресторанне господарство у різних країнах світу розвивається швидкими темпами, відраховує податкові надходження до бюджету, забезпечує новими робочими місцями населення країн, виконує соціальну функцію харчування і організації дозвілля

населення, притягує туристичні потоки, та опосередковано створює умови для отримання доходів від діяльності підприємств ресторанного господарства [3].

На українському ресторанному ринку спостерігаються дві тенденції: розвиток закладів ресторанного господарства у структурі інших закладів (торговельних центрів, готелів, спортивно-розважальних центрів тощо) та, як самостійних окремих структурних одиниць. Безпосередню діяльність з постачання й виробництва їжі, як окремі підприємства ресторанного господарства, здійснюють приблизно 50 % підприємств, інші 50 % зосереджені в структурі підприємств. За статистичними даними, за період з 2003 по 2016 рр. спостерігається постійне зниження кількості ресторанних закладів.

Можна виділити основні бар'єри та проблеми успішного розвитку ресторанного бізнесу в Україні в сучасних умовах, зокрема:

– військові дії в країні та кризові соціально-економічні явища в усіх сферах економіки та суспільства в цілому;

– незацікавленість державних органів влади у співпраці з підприємствами ресторанного господарства, відсутні спеціальні програми підтримки галузі та розвитку малого бізнесу у сфері ресторанного господарства;

– недостатня якість національної сировини та не налагоджена система логістики та постачання національних продуктів харчування через те що перевага постійно надається іноземним партнерам та імпортним товарам;

– зниження купівельної спроможності та доходів населення;

– підвищення рівня цін та інфляції, зростання витрат на комунальні платежі через збільшення вартості споживчого кошика, зростання загальних постійних витрат українців, унаслідок чого ресторанні послуги, послуги розваг, відпочинку та дозвілля трансформуються у статті необов'язкових родинних витрат;

– постійне збільшення операційних витрат підприємств;

– неузгодженість закладів ресторанного господарства з підприємствами сфери рекреаційного бізнесу та гостинності;

– недостатня інформатизація ресторанного бізнесу;

– управлінська діяльність має низьку ефективність;

– розміщення ресторанів на території міст та регіонів має нераціональний характер;

– недостатньо спеціалістів з кваліфікацією, які зможуть на достатньому рівні обслужити гостей з інших країн;

– проблема управління якістю та обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Аветисова А. О. Ресторани виходять із кризи: досвід і проблеми / А. О. Аветисова // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – 2011. – № 31 (1). – С. 3–8.
2. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О. В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. : у 2-х ч. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі ; [редкол.: О. І. Черевко (відпов. рід.) та ін.]. – Х., 2012. – Вип. 1(15), ч. 2. – С. 331–338.
3. Ляшук М. М. Сучасний стан розвитку підприємств ресторанного господарства в системі споживчих товариств / М. М. Ляшук // Вісник Львівської комерційної кадмії. Серія – гуманітарні науки : зб. наук. праць. – 2015. – № 8. – С. 125.
4. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : моногр. / Г. Т. П'ятницька. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 465 с.
5. Статистичний бюлетень «Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 р.» [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України, 2014. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat-u/publtorg-u.html

Онишкевич Н. О., к. е. н. Левкович О. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

На теперішньому етапі розвитку в Україні існує велика кількість проблем фінансово-економічного, політичного й соціального характеру, які мають істотний вплив на розвиток фінансових ринків. Головними напрямками стабільної діяльності економіки та забезпечення національного достатку можна вважати урівноваження державних фінансів та результативну роботу фінансових ринків.

Як стверджує В. Д. Базилевич: «Страховий ринок являє собою складну багатофакторну, динамічну, структурну систему економічних відносин, що утворюються з приводу забезпечення потреби в страховому захисті» [3].

Ринок страхування займає важливу позицію в системі механізмів фінансового забезпечення суспільства від комерційних, технічних, правових і політичних ризиків, являючись необхідною частиною економічної інфраструктури України. Страхування слугує для об'єднання ресурсів, які націлені на організацію безпеки економіки.

Страхові компанії, у свою чергу, в змозі самостійно створювати фінансово-економічну політику, а також концепції розвитку та внутрішні фінансові механізми, які відстежуватимуть настання будь-якої страхової події.

Аналізуючи діяльність страхових компаній можна з'ясувати, що ринок страхових послуг знаходиться на другому місці за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків після кредитних спілок та інших кредитних установ.

Станом на 30.09. 2017 року кількість страхових компаній дорівнювала 296, у тому числі тих, що здійснюють страхування життя налічувалося 34, а страхові компаній, що здійснюють страхування видів, інших, ніж страхування життя – 262 компанії. Для порівняння, на кінець 2016 року їхня загальна кількість становила 310 компаній. Страхові компанії «life» налічували у кількості 39, а страхові компанії «non-life» – 271, тобто у 2017 році загалом юридично ліквідовано 14 компаній. Динаміку кількості страхових компаній можна зобразити на рис. 1 [2].

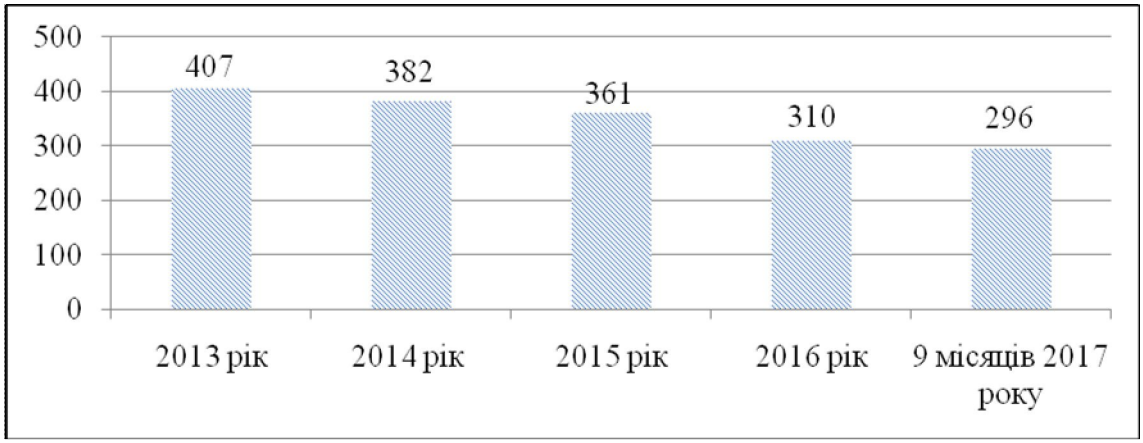

Рис. 1. Динаміка кількості страхових компаній в Україні, 2013 р. – 9 місяців 2017 р., шт. [2]

На рис. 1 прослідковується тенденція до зменшення кількості страхових компаній. З кінця 2013 року до кінця вересня 2017 відбулося зниження на 111 товариств.

Також можемо спостерігати не високий рівень розвитку страхування життя, оскільки страховий ринок України на 88,5 % складається зі страхових компаній «non-life» і лише 11,5 % компаній займаються страхуванням «life». Причиною такого незадовільного рівня розвитку страхування життя виступає

недостатня кількість вільних коштів у населення та не високий рівень довіри до страхової системи в цілому.

Аналізуючи рівень страхових премій за 9 місяців 2017 року, то, порівняно з 9 місяцями 2016 року, кількість валових страхових премій зросла на 26,4 % або ж на 6 546,9 млн грн, а сума чистих зросла на 1 202,5 млн грн чи приблизно на 6 %.

Обсяг валових страхових відшкодувань, у порівнянні з 9 місяцями 2016 року, збільшився на 1103,8 млн грн або ж на 17,6 %, проте обсяг чистих зріс на 18,4 % чи на 1111,1 млн грн [2].

За результатами першого півріччя 2017 року лідируючу позицію за сумою чистих страхових премій займає страхова компанія «АХА Страхування» – 1 188,5 млн грн, а за рівнем виплат лідирує страхова компанія «Нафтагазстрах» – приблизно 72 % [3].

Не дивлячись на стрімкі темпи збільшення кількісних показників, функціональні характеристики страхового ринку України в цілому не відповідають реальним потребам економіки та тенденціям розвитку світових страхових ринків, що призводить до суттєвого відставання у всесвітньому процесі функціонування фінансової системи.

Однією з головних проблем національних страхових компаній залишається недостатня кількість ліквідних фінансових інструментів для здійснення більш ефективної політики інвестування коштів.

Незначний рівень доходів громадян, не стабільне збільшення обсягів виробництва, неефективний контроль з боку держави, а також недовіра населення до страхування в цілому не дають розвиватися страховому ринку України в повній мірі.

Для підвищення ефективності діяльності даного ринку доцільним є впровадження деяких заходів. Потребує вдосконалення механізм створення страхових резервів та системи їх розміщення. Також доцільним є збільшення ринку перестрахування, а також популяризація довгострокового страхування життя та медичного страхування. Для підвищення рівня довіри необхідно через ЗМІ інформувати населення про стан страхового ринку.

Список використаних джерел:

1. Матеріали сайту Фориншурер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://forinsurer.com/ratings/nonlife/17/6/45

2. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nfp.gov.ua
3. Страхові послуги : підруч. : у 2 ч. / Пікус Р. В., Приказюк Н. В., Моташко Т. П. та ін. ; за ред. В. Д. Базилевича. – К. : Логос, 2014. – Ч. 1. – 496 с.

Петренко Н. А., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Економіка України перебуває на етапі трансформації. Актуальною є проблема пошуку шляхів її росту та розвитку. Рушійною силою в вирішенні цієї проблеми є малий та середній бізнес.

На сучасному етапі у сфері приватного бізнесу в Україні переважають чоловіки-підприємці. А це близько вісімдесяти відсотків від загального обсягу підприємців в Україні. Напевно, це обумовлено такими чинниками, як соціальні, психологічні та культурні. Також це пояснюється тим, що наше суспільство все ж таки перебуває на патріархальних засадах і в суспільному уявленні переважає думка, що бізнес – це суто чоловіча справа та жінкам тут не місце. Перелічені фактори стримують і дотепер входження жінок в підприємницьку сферу.

Проте відомо, що жінки стають все більш активною економічною силою. Так як вони змогли зарекомендувати себе, як професіонали високого класу, як в сфері управляння, так і в сфері підприємництва, створюючи прибутковий бізнес і організації різного рівня. Також вони керують або займають високі керівні позиції на різноманітних торгових підприємствах, підприємствах громадського харчування тощо [1].

Тому проблема жіночого підприємництва є актуальною, яку можна пояснити труднощами як економічного, так і соціального характеру. Особливо актуально це для українського підприємництва, бо жінка у нас залишається в полоні традиційного стереотипу про те, що вона завжди буде знаходитись за чоловіком, на другому місці. Та варто відзначити, що жінка реалізовуючи себе в бізнесі, користується своїм законним конституційним правом на працю. Проте зараз для багатьох жінок власна кар’єра та самореалізація має дуже важливу роль.

Соціологи, досліджуючи функціонування підприємств, що очолюють жінки, виявили, що вони, приймаючи будь-які рішення в бізнесі, вносять свої цінності. Відомо, що жінки приділяють велику увагу збереженню позитивного морального клімату в робочому колективі. Особливість жінок в тому, що вони торкаються питання взаємовідносин серед працівників, духу співробітництва та погляду в далеке майбутнє як компанії, так і колективу.

Також дослідження соціологів вікової структури жінок-управлінців показують, що в основному це жінки з віком від 35 до 50 років. Менше жінок віком від 23 до 34 років. Та найменша кількість жінок віком від 17 до 22 років, що пояснюється тим, що в цей період доцільно здобувати освіту [2]

Соціологічні дослідження і не оминули освітнього рівня жінок-управлінців. Тут виявлено, що близько 70 відсотків жінок здобули вищу освіту, з них третина мають диплом економіста, потім третина жінок здобули освіту гуманітарного спрямування, а ще третина – технічну освіту. Тут можна зробити висновок, що до рішення зайнятися бізнесом спонукає не тільки економічна освіта.

Порівняно з чоловіками у бізнесі жінки відрізняються тим, що є не конфліктними і будь-які проблеми вирішують м’яко. Вони перебувають у більш гарних взаємовідносинах з органами місцевої влади.

Також жінки виділяються більшою мірою відповідальності та обережністю в веденні бізнесу. Можна сказати, що саме жінки є кращими за соціальною відповідальністю, що вдало розпоряджаються підтримкою органів влади у державі. Підприємства, що очолюють жінки рідше мають заборгованість по заробітній платі.

Серед значних перешкод на шляху розвитку жіночого підприємництва в Україні є брак власних фінансових ресурсів та слабка законодавча база, значний податковий тиск на підприємництво взагалі.

Тому, щоб подолати цю перешкоду, жінкам необхідно звертатися за кредитуванням для бізнесу. Для цього їм іноді бракує обсягу необхідних знань про те, як і куди можна звернутися за фінансовою допомогою у вигляді кредиту для власної справи. Потрібно налагодити систему інформування жінок щодо особливостей розвитку бізнесу в Україні.

Доцільно буде процитувати гарний вислів експерту Ради Європи Розмарі Поклей: «Вважається, що успіх або невдачі країни залежать від її економічного розвитку в першу чергу. І саме тут жінка виступає не просто користувачем переваг економічного розвитку, а є його безпосереднім творцем із неповторним досвідом, знанням, здібностями» [3].

Жіноче підприємництво в Україні – це не міф, а реальність. Воно має великий потенціал. Повне його використання допомогло б українській економіці в поліпшені її стану, покращенні господарських справ у галузях економіки і в цілому розвинути країну.

Ніякі гендерні стереотипи, що склалися в свідомості людей у суспільстві, вже не повинні впливати на самореалізацію амбіційних жінок, адже суспільство знаходиться на високій ступені розвитку і Україна, як держава з високим економічним потенціалом має всі шанси на покращення свого стану за рахунок розвитку жіночого підприємництва.

Для збільшення кількості жінок в підприємницькій сфері необхідно надавати їм пільгові кредити для бізнесу, також потрібно пам’ятати про інформування жінок щодо доступності відкриття власної справи і розвитку бізнесу в Україні. А це розвиток малого і середнього бізнесу, створення нових робочих місць та поповнення бюджету держави.

Список використаних джерел:

1. Ісакова Н. Предприниматели-женщины в Украине: путь в бизнес / Н. Ісакова, Л. Кавуненко, Ф. Велтер, Д. Смоллбоун // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – №2. – С. 146–155.
2. Костенко А. М. Соціокультурні аспекти реалізації жіночого потенціалу в бізнесі / А. М. Костенко, Н. Д. Світайло // Філософія науки: традиції та інновації. – 2010. – №1(2). – С. 158–167.
3. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні / Оксана Кісь // Незалежний культурологічний часопис «Ї». – 2003. – № 27. – С. 76–84.
4. Гринько Т. В. Шляхи забезпечення розвитку малого бізнесу в Україні / Т. В. Гринько, О. А. Куценко // Фінанси України: глобальні та національні імперативи розвитку : Матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. – 2012. – С. 78–80.

Петренко Н. А., к. е. н. Кучеренко С. К.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Функціонування українських підприємств за сучасних ринкових умов має досить виражений характер невизначеності та ступінь ризику в збутовій діяльності. Задля подолання цих негативних явищ використовують інструменти стратегічного маркетингу і стратегічного управління у збутовій політиці підприємства. Це сприяє не тільки досягненню компанією короткочасних цілей, а й зміцнює і стратегічну направленість і можливість досягнення довгострокового успіху.

Розробка ефективної політики збуту на підприємстві визначає пріоритетні напрямки, способи і засоби, що необхідні для активізації продажів.

Ефективна збутова політика – це один з найважливіших кроків у досягненні організацією прибутковості. Тому проблеми збуту українським підприємствам потрібно виявляти і вирішувати ще під час розробки збутової політики [1].

Проблемами збутової діяльності цікавилися такі українські науковці як Л. В. Балабанова, В. Г. Герасимчук, А. І. Кредисов, В. П. Онищенко та інші.

Зараз економіка України знаходиться на такому інтенсивному етапі розвитку, що підприємства повинні постійно розвиватися і еволюціонувати, щоб триматися на плаву і отримувати прибуток. При цьому підприємству необхідно орієнтуватися на споживача, задовольняти усі його потреби та бажання. Тому підприємство повинно вміти поєднати побажання покупців із своїми виробничими можливостями. В такому випадку товар або послуга буде успішно продана покупцю. Саме для цього підприємству необхідно ефективно розробити свою збутову політику [1].

Підприємства, що спрямовані на довгостроковий успіх повинні відразу визначити майбутні орієнтири своєї діяльності зі збуту. Також однією з головних передумов досягнення успіху є розробка ефективної стратегії підприємства загалом, що гарантуватиме організації стійкі конкурентні переваги у збутовій сфері у перспективі.

На сьогодення постала об’єктивна проблема удосконалення наявних систем збуту [3].

У першу чергу необхідно підвищити роль збуту на підприємствах. Але це обумовлено наявною низкою проблем у сфері менеджменту збутом. Ефективному функціонуванню підприємства передує вирішення цих проблем.

Усі проблеми в управлінні збутом у сучасних умовах можна поділити на внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх можна віднести реалізацію таких функцій управління збутом як функції планування, організації, обліку, аналізу, регулювання, контролю, координації та мотивації.

Також сюди належить проблема реалізації деяких окремих функцій керування збутом:

– дефіцит забезпечення інформацією;

– низька ефективність збутової системи;

– поганий ступінь маркетингової орієнтації збутової діяльності;

– неефективна політика управління товарними запасами.

Також до внутрішніх проблем відносять низький рівень забезпеченості фінансовими ресурсами [5].

Зовнішні проблеми в управлінні збутом це такі:

– регулярні зміни законодавчої бази в Україні щодо здійснення підприємницької діяльності;

– невисокий рівень купівельної спроможності громадян країни, що пояснюється тим, що в Україні низький життєвий рівень та постійна суттєва інфляція.

В системі маркетингу збут має чи не найголовніше місце, бо він створює зворотній зв’язок з ринком, інформує підприємство про динаміку попиту, про структуру, а також зміну побажань споживачів, їх потреб.

Щоб збутова діяльність покращилась керівництву потрібно приймати різноманітні стратегічні заходи, що направлені на підвищення ефективності збуту на підприємстві.

Задля забезпечення ефективної збутової діяльності і з точки зору маркетингу необхідно правильно виділити ринковий сегмент. Маркетологи вважають, що це вже половина успіху. Так як вся наявні ресурси підприємства будуть концентруватися в сегментах ринку, що є найперспективнішими. Тобто продукт, що виробляється і збувається дійсно відповідає реальному попиту.

Також одним з найдієвіших методів підвищення ефективності збутової діяльності є підвищення особистої зацікавленості працівників збутових відділів в реалізації продукції чи послуг [4].

Пошук шляхів рішення проблем збутової політики на сучасних українських підприємствах є актуальним. Адже задля виживання у суворих ринкових умовах підприємствам необхідно розробляти ефективну збутову політику. Значущість збутової політики у контексті стратегічного управління зростає. Так як будь-яке підприємство направлене на довгостроковий успіх, а досягнення всіх цілей можливе тоді, коли вироблений товар успішно реалізується.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства : моногр. / Л. В. Балабанова, Н. М. Гуржій. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010 – 184 с.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю : моногр. / Л. В. Балабанова, Ю. М. Логвіна. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012 – 250 с.
3. Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств [Електронний ресурс] / В. Ф. Гамалій, С. А. Романчик, І. В. Фабрика. – Режим доступу : http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf
4. Мостенська Т. Л. Основи маркетингу : навч. посіб. / Т. Л. Мостенська. – К. : Кондор, 2006. – 240 с.
5. Ямкова О. М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств / О. М. Ямкова // Економіка і управління. – 2012. – № 2. – С. 52–59.

Петьков В. Л.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Якщо організація не змогла попередити небажаний розвиток подій на передкризовому етапі і проблема переросла в кризу, вона має вдатися до нових заходів, для її подолання. В такий момент життєвого циклу підприємства найбільшого випробування зазнає потенціал підприємства, його ресурси і можливості. Від того, як організація поведе себе в умовах кризи, буде залежати її майбутнє положення. Непрофесійні дії або бездіяльність не тільки спаплюжать репутацію організації, а й завдадуть їй значних матеріальних збитків. Тому в умовах кризи важливо максимально ретельно підходити до розробки інтегрованої економічної стратегії, тим більше, що це не потребує значних додаткових витрат.

Реалізація конкурентної стратегії розвитку економічної системи відбивається в зміні її стану через такі параметри як зростання, стабільність (або скорочення) основних показників: частки ринку, виручки, клієнтської бази, капіталізації, ліквідності організації, ефективності її функціонування. Безліч стратегій, що розробляються в організаціях, часто не витримують перевірки практикою, оскільки створюються без урахування важливих елементів: стану ринкового середовища, кадрового потенціалу, фінансових ресурсів та інших структурних складових економічного потенціалу підприємства.

Вибір стратегій здійснюється в результаті аналізу альтернатив, зіставлення цілей, сценаріїв, ресурсної бази, інвестицій, застосування тих чи інших маркетингових ходів. Оцінюється здатність приймати і організовувати виконання стратегічних рішень всередині і поза організації.

Відомо, що більшість стратегічних рішень, які приймає будь-яка компанія, особливо в умовах кризи, знаходяться в сфері виявлення та розвитку конкурентних переваг. Тому, одним із головних завдань розвитку підприємства стає розробка конкурентної стратегії розвитку. Така стратегія необхідна для забезпечення ефективної діяльності компаній, особливо таких, які характеризуються складною корпоративною структурою [2].

На основі підходів до визначення стратегій і їх елементів виділяють базовий комплекс елементів стратегії.

Визначення чітких, вимірних і досяжних цілей розвитку організації є етапом управління, який значно впливає на всі інші елементи економічної стратегії. Даний елемент відображає якість системи прийняття стратегічних рішень компанії. Ухвалення помилкових стратегічних рішень або помилкове визначення цілей розвитку може спровокувати накопичення системних помилок в управлінні компанією.

При визначенні стратегічних варіантів розвитку необхідно забезпечити огляд максимально широкого спектру варіантів стратегічних рішень, дозволяючи оцінити можливі плани дій і зміни статусу компанії при реалізації або зриві тієї або іншої стратегії.

Ресурси включають в себе клієнтську базу, якість технічної оснащеності і технологічного забезпечення компанії, а також інші ресурси (кадрові активи, інтелектуальна власність та інші нематеріальні активи). Операційна ефективність,

поточний і перспективний стан компанії залежить від того, якими ресурсами вона володіє, а також від ефективності їх сприйняття і використання.

Інвестиції як частина ресурсу – один з найбільш важливих факторів зростання компанії. Наявність, доступність і вартість фінансового капіталу зумовлюють плани розвитку компанії і її прибутковості. Прогноз трансформації цього фактору пов'язує стратегічні цілі розвитку компанії з її фінансовими можливостями.

Інноваційна діяльність як елемент стратегії організації враховує такі види науково-дослідних робіт (фундаментальні, пошукові, прикладні), проектні, технологічні, дослідні та конструкторські розробки, реалізацію інновацій.

Для реалізації конкурентної стратегії системи, її управління повинно бути орієнтовано на забезпечення умов для раціонального використання потенціалу підприємства і ринкового росту за рахунок врівноважування організації із зовнішнім середовищем, тобто її пристосування до зовнішнього середовища за рахунок реалізації конкурентних явних або потенційних переваг. За своєю суттю конкурентні адаптивні механізми є сукупністю конкретних дій (чи їх відсутності) системи. Їх основна функція полягає у допомозі при виборі стратегії розвитку конкурентних переваг.

Механізми розробки, реалізації, контролю здійснення стратегії на підприємстві повинні мати властивість цілісності і, одночасно, раціональної відокремленості його елементів. Це означає, що зміна будь-якого елементу механізмів повинно приводити до деяких зрушень у змінах інших механізмів.

Тобто, конкурентну стратегію підприємства можна визначити як сукупність дій, спрямованих на формування оптимального напрямку розвитку підприємства за допомогою узгодження потенційних чинників конкуренції. Підприємство повинно обирати ті стратегії, які відповідають особливостям, потенційним конкурентним перевагам, наявним ресурсам і активам і конкретним задачам. Збереження сталого стратегічного положення на ринку забезпечується шляхом підтримання ефективної діяльності підприємства. Несвоєчасна зміна задач, стратегії, цілей, і, в цілому, системи управління може призвести до спаду, а відповідно і до припинення функціонування підприємства. Реалізація розробленої стратегії неможлива без адекватного стратегічного управління з постійним контролем і оцінкою досяжності поставлених стратегічних цілей за допомогою ефективних інструментів.

Список використаних джерел:

1. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Экономистъ, 2010. – 154 с.
2. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб. : Питер, 2014. – 351 с.
3. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 2013. – 244 с.
4. Стратегический менеджмент / под ред. Петрова А. Н. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2012. – 421 с.
5. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова ; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ : Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.

Поліщук М.Т.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОТИВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одна з проблем, вирішенню якої приділяється велика увага – це мотивація. Українська стратегія мотивації зазвичай дуже бідна. Адже вона обмежується лише оплатою праці та фіксованими тарифними планами. Це є малоефективним. Також втілюють в основному економічну зацікавленість у формах сплати премій та забувають про наявність трудових та професійних стимулів. В той час, як на зарубіжних підприємствах, мотиваційна теорія вивчається великий проміжок часу, знання поглиблюються та успішно застосовуються на практиці. Тому в нашій доповіді основна увага приділена проблемам мотивації з точки зору менеджменту людських ресурсів.

Основною базою для розробки ефективних стратегій та інструментів мотивації працівників може стати саме **закордонний досвід.** Мотивація це дуже складний процес, адже він потребує індивідуального підходу до кожного підприємства. Адже на це впливає стан навколишнього середовища, в якому функціонує окреме підприємство та потреби працівників. Виявити пріоритети мотивації для нового робітника – половина успіху. Відомо, що людина, яка зацікавлена лише у матеріальній винагороді не буде приймати участі у творчих завданнях, нововведеннях та навчанні.

Треба відмітити, що на вибір засобів мотивації суттєво впливає вік, освіта та стать працівників [2].

Зміни у мотивуванні працівників підприємств та робочої сили відобразились у перейменуванні більшістю американських фірм у 70–80 роки кадрових підрозділів у служби людських ресурсів. Характерною їх рисою стала концепція інтеграції усіх аспектів роботи з людськими ресурсами з моменту залучення до роботи (або підбору) до виплати пенсійної винагороди. При цьому методи мотивації працівників забезпечують успіх в поліпшення роботи організації шляхом налагодження зворотнього зв'язку в системі управління як основного засобу контролю та постійного корегування утвореної ситуації. В результаті керівники отримують інформацію про ступінь досягнення цілей реорганізації, виконання графіку проведення заходів, про кількість використаних ресурсів, про реальне використання персоналом витрачених ресурсів та нових форм організації труда, про необхідність модифікації, впроваджених раніше, нових форм і методів управління. Велике розповсюдження отримала друга концепція «партісіпативного управління», яка заснована на залученні персоналу до вирішення проблем підвищення продуктивності праці на підприємстві. Форми є достатньо різноманітними – представництво у раді директорів компанії, створення гуртків якості, автономних робочих груп. Отримав гарний розвиток напрям, пов'язаний з удосконаленням міжособистих відносин між керівником та підлеглими, коли впроваджуються методи участі групи працівників у прийнятті рішень по керівництву і організації праці колективу. Таким чином вдається інтегрувати цілі керівництва та рядових працівників, а також формальної та неформальної структур управління [3].

Використання американськими фірмами методів раціональної організації праці привели до появи концепції «гуманізації праці», яка була заснована на більш повному використанні продуктивних резервів робочої сили, особливо інтелектуальних та морально-психологічних. Цю доктрину характеризують чотири основних принципи: безпека, справедливість, розвиток особистості, демократія.

Важливе значення мають такі заходи, як планування індивідуальної кар'єри, створення команд у проектних колективах, підбір кваліфікованих кадрів, надання допомоги менеджерам у керівництві горизонтальними організаційними структурами, а також створення загально корпоративних схем визнання та заохочування заслуг працівників. Основні зусилля зосереджуються на перекваліфікацію працівників, створення программ перенавчання для менеджерів середньої

ланки. Мотиваційний механізм повинен бути орієнтован на формування та розвиток майбутніх потреб та розвиток потенціалу робітників. Для цього використовують оцінку професійної діяльності працівників, їх плани та бажання в майбутньому. Увага до кожного в його конкретній робочій ситуації дозволяє активізувати персонал. Такий підхід американські компанії використовують у сполученні з матеріальним стимулюванням. Результатом оцінки діяльності співробітника може бути або винагорода, або прийняття заходів по навчанню та підвищенню кваліфікації.

З точки зору стратегічного бачення оцінка дає можливість підвищити рівень організації виробництва; виявити працівників, які здатні виконувати більш відповідальну роботу, та надати їм можливість реалізувати свій потенціал; допомогти самовдосконаленню співробітників звертаючи увагу на їх потреби, спонукаючи мотиви та дарування; сприяти підвищенню заробітної платні для того, щоб привести її у відповідність з більш високим кваліфікаційним рівнем. З позиції тактики до головних досягнень такої оцінки можна віднести підвищення мотивованості праці співробітників; підвищення задоволеності від праці; чітко повідомляти підлеглим про оцінку їх діяльності.

Методи мотивації можна розділити на економічні прямі (зарплата та премії), економічні непрямі (пільги різного роду), а також не грошові (підвищення якості праці, участь у прийнятті рішень). Основним формами мотивації працівників підприємства є заробітна платня, система пільг, заходи з підвищення змісту праці, та підвищення кваліфікації і просування по службі.

Список використаних джерел:

1. Кайлюк Є.М. Психологія управління : навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, Г. Г. Фесенко. – Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – 2-ге вид. перероб. та доп. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 202 с.
2. Заяць Т. Продуктивність людських ресурсів України та регіональні можливості її забезпечення / Т. Заяць //Україна: аспекти праці. – 2004. – № 3. – С. 25–29.
3. Пушкар З. Кадрове планування як елемент реалізації кадрової політики / З. Пушкар, Г. Мацькова Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2010. – № 14-15. – С. 193–198.
4. Трубич С. Ю. Соціально-економічна сутність та особливості формування людського потенціалу / С. Ю. Трубич, З. М. Пушкар // Актуальні проблеми економіки. – 2006.– № 4.– С. 186–192.

Смирнов Д. С.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

У сучасних мінливих умовах ринкових відносин одним із найважливіших чинників підвищення ефективності виробництва вітчизняного суб'єкта підприємництва є забезпеченість його матеріально-технічними ресурсами та основними фондами в необхідній кількості та структурі і максимально повне та ефективне їхнє використання.

Сучасні ринкові відносини передбачають конкуренцію між різними товаровиробниками, але перемогти в цій конкурентній боротьбі зможуть лише ті із них, хто найбільш ефективно використовує всі види наявних ресурсів. Бо однією з досить важливих умов успішного функціонування підприємства є його матеріально-технічне забезпечення. Рівень матеріального забезпечення підприємства постає одним із критеріїв його конкурентоспроможності, адже, одним із головних факторів виживання в умовах ресурсних обмежень є постійна економія та зменшення собівартості продукції.

Проблемні питання управління матеріально-технічним забезпеченням діяльності суб'єктів підприємництва привертали увагу багатьох вчених серед яких необхідно відзначити наступних: Білецького В. Г., Вітвіцького В. В., Іванишини В. В., Козловського В., Ніколайчука В., Макаренка П. М., Маліка М. І., Мосіюка П. О., Новікова Ю. М., Підлісецького Г. М., Саблука П. Т., Майданова О., Ситника В. П., Тихонова О. В., Гордона М. та ін.

Так, за своєю сутністю матеріально-технічне забезпечення являє собою «процес постачання необхідних матеріально-технічних ресурсів. Від нього залежать своєчасність, ритмічність, якість та ефективність операційної діяльності. Ключовим завданням матеріально-технічного забезпечення є своєчасне, безперебійне та комплектне забезпечення виробництва усіма необхідними ресурсами матеріалів та запасів» [2].

На думку автора Пилипенко А. А. «для того, щоб підвищити рівень матеріально-технічного забезпечення суб'єкта підприємництва потрібні фінансові

заощадження та нові розробки. Стосовно варіанту фінансових заощаджень та накопичень необхідна довготривала процедура накопичення коштів та запасів. При цьому необхідні залучені кошти, але це досить ризиковий варіант. Стосовно нових розробок – необхідні розробки та впровадження передових власних інноваційних технологій, які також потребують значних фінансових затрат» [1].

Для удосконалення матеріально-технічного забезпечення підприємства необхідно проводити періодичні маркетингові дослідження ринку постачальників матеріалів та сировини, також треба моніторити ситуацію на ринку та направляти дії управлінців підприємства на пошуки гідних та вигідних постачальників. Кожне підприємство повинно постійно здійснювати контроль своєї діяльності на всіх етапах та системи збуту, нормування потреб в певній галузі, планування технічного та матеріального забезпечення тощо.

У нашій державі є всі можливості для покращення матеріально-технічного забезпечення діяльності підприємств.

Насамперед, необхідно контролювати та вести облік використаних ресурсів, вводити інноваційні технології та розробки і нормувати потреби ресурсів задля їх постійної економії, тільки так можливо досягти максимального ефекту діяльності.

Сучасне управління матеріально-технічним забезпеченням спрямоване на раціоналізацію ланцюгів постачань у просторі та часі, а також максимально ефективне вирішення таких питань:

1) максимальна орієнтація на більш вигідні види ресурсів;

2) уніфікація асортименту використовуваних ресурсів;

3) мінімізація загального обсягу закупівель.

Необхідна також постійна та всеохоплююча оцінка наслідків прийнятих рішень стосовно визначених питань [2].

Таким чином, для ефективного управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства необхідно здійснювати такі заходи:

- постійно проводити моніторинг наявних ресурсів та сировинного ринку потенційних ресурсів;

- планувати потреби у ресурсах;

- постійно оцінювати матеріаломісткість виробництва та його матеріальних потреб;

- обирати альтернативні варіанти матеріально-технічного забезпечення;
- формувати остаточне рішення про розвиток сировинної бази підприємства;
- організовувати своєчасне постачання ресурсів;
- постійно управляти запасами матеріально-технічних ресурсів на підприємстві;
- проводити постійний та всеохоплюючий контроль за ефективністю формування та використанням матеріально-технічних ресурсів в усіх ланках виробничої системи суб'єкта підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Пилипенко А. А. Організація управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства : моногр. / Пилипенко А. А., Литвиненко А. О. – Х. : ФОП Здоровий Я. А., 2015. – 236 с.
2. Хазанович О. І. Система матеріально-технічного забезпечення: Ретроспектива розвитку та напрями удосконалення / О. І. Хазанович // Наука і оборона. – 2007. – №1.– С. 27–31.

Спасова К. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підприємництво є передумовою інноваційного типу економічного зростання, що базується на підприємницькій ініціативі у сфері науково-технічної та організаційно-економічної діяльності. Ефективність управління підприємствами залежить від вчасного й якісного інформаційного забезпечення процесу прийняття, як стратегічних так і тактичних управлінських рішень. Проблемою системи державного управління є системна корупція, що призводить до часткового виконання законодавства.

Сучасний стан підприємництва надає змогу стверджувати, що нестабільність політичного середовища наносить негативний відбиток на економічний розвиток нашої країни. Тож суб'єкти підприємницької діяльності на сьогодні функціонують у несприятливих умовах зовнішнього та внутрішнього середовищ [2].

Вагомим моментом, що відображає роль підприємництва є масштаби діяльності. Підприємництво охоплює малий, середній, а також великий бізнес, тобто це своєрідна сфера, яка функціонує для отримання прибутку та структурно

перетворює економічну систему належної держави або її окремої території. Малі підприємництва виконують важливу роль, оскільки їх розвиток сприяє досягненню в Україні соціальної стабільності, зростання доходів населення та збільшення робочих місць. Достатня кількість створених, як дрібних, так і малих підприємств не розпочинають свою діяльність, а отже стримують власних розвиток через недостатність фінансових ресурсів та практичних навичок, що є суттєвим недоліком [3].

Проблеми у сфері підприємництва України спостерігаються на макро, та мікрорівні. До перших, що охоплюють макрорівень – це відсутність інвестиційної привабливості, відтік інвестицій та грошових коштів, низька конкурентоспроможність підприємств, зростання нелегальної частки та перерозподіл тіньового ринку реального сектора економіки, низька ефективність регіональних програм, що підтримують малий бізнес, недосконала державна регулятивна політика.

Мікрорівень включає низьку проблем, а саме: недостатню продуктивність праці та низьку мотивованість працівників, об’ємні затрати часу стосовно підготовки податкових документів, уникнення від оподаткування, збільшення тіньових операцій, виведення капіталу за межі країни, неефективний менеджмент, високі відсоткові ставки.[4].

На сьогодні за результатами досліджень, законів, урядових документів встановлено, що в Україні відсутні індикатори та показники, за якими можливо об’єктивно оцінити ефективність та результативність державної політики щодо МСП. Загальний розвиток підприємницької діяльності в Україні залишається недостатнім, навіть з урахуванням чималих дій у сфері поліпшення діяльності підприємницьких структур, оскільки потребує подальшого удосконалення. Своєчасне врахування, вирішення наявних проблем у сфері розвитку підприємництва сприятиме підвищенню ефективності підприємництва, збільшенню підприємницького сектора, а також спонукатиме до зменшення обсягів тіньового сектора, як наслідок призведе до сприятливих умов для подальшого розвитку [1].

Тому доцільно виділити основні напрямки щодо прискорення розвитку підприємництва в Україні:

• переглядання законодавчої та нормативної бази, що призведе до ефективного функціонування та розвитку підприємництва;

• вдосконалення кредитної політики та податкової політики;

• інтенсивна підтримка з боку держави;

• дотримання та вдосконалення законів щодо розвитку підприємницької діяльності;

Суттєве значення у подоланні цих проблем повинна відігравати держава, але відсутність чітких прогнозних розрахунків щодо можливих позитивних і негативних наслідків для економіки України стримує будь-який розвиток. Тож лише розробка ефективної моделі розвитку вітчизняних підприємств України призведе до збільшення виробництва національних товарів, послуг та сприятиме економічному зростанню, покращенню рівня життя, а також зниженню безробіття.

Список використаних джерел:

1. Ляпін Д. Аналітичний матеріал щодо державної політики сприяння розвитку малого бізнесу / Д. Ляпін // Державна політика щодо малого бізнесу України 2018: виклики та очікування». – К., 2018. – 7 с.
2. Скорук О. В. Стан та проблеми розвитку підприємництва в Україні / О. В Скорук // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – Вип. 2 (02). – 107 с.
3. Смелянська Т. П. Сучасні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов інтеграційних процесів / Т. П. Смелянська, І. Р. Мацюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 3(3). – С. 249–252. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_3 %283 %29__51
4. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України // О. І. Тимченко. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1

Спицька К. В., к. держ. упр. Величко Л.А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Як в усьому світі так і в Україні підприємництво є фундаментом, який генерує національне багатство. Саме такі підприємства активно сприяють створенню нових робочих місць, зростанню ВВП та розвитку конкуренції.

Сучасне становище бізнесу в Україні та його активний розвиток пов’язані з підписанням Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом. Європейська комісія та країни-члени Європейського Союзу (ЄС) створюють нові політичні рамки, які включають існуючі інструменти для

розвитку підприємства. Для цього комісія пропонує розвивати політичне партнерство на принципах пропорційності.

Західні та українські економісти, такі як А. Освальд, Д. Сторі, М. Денисенко, Г. Ф. Толмачова, О. В. Якубяк. О. Мазур досліджували та пропонували різні підходи щодо активізації розвитку суб'єктів бізнесу в Україні [2].

Малий та середній бізнес в порівнянні з великими підприємствами має ряд позитивних елементів. Такі підприємства більш активно реагують на зміни, що відбуваються на ринку та простіше долають конкурентні перешкоди, за рахунок чого насичують вітчизняний ринок тими товарами та послугами, що потребують споживачі саме зараз. Швидше та простіше впроваджуються інновації та сучасні технології, що дає можливість створювати нові робочі місця та приймати на роботу молодих спеціалістів [4].

На жаль, існує багато факторів, що негативно впливають на перспективи розвитку бізнесу в Україні. Для вирішення багатьох питань щодо розвитку малого та середнього бізнесу в рамках сучасної державної політики була розроблена «Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва (МСП) в Україні на період до 2020 року» та «План заходів з її реалізації». За допомогою цієї стратегії повинна сформуватися міцна основа для розвитку малого та середнього підприємництва, навіть враховуючи обмеження, які зараз існують в країні [1].

Починаючи з 2014 року в Україні триває економічна криза, на яку впливає конфлікт на сході України, що має негативний вплив на наслідки формування виробничих потужностей, транспортних та логістичних зв'язків, інвестиційних ризиків та негативного ставлення частини населення.

Для більш ефективного сприяння розвитку бізнесу необхідно звернути увагу на заходи щодо впровадження кращих практик з країн, економіка яких ефективно розвивається. Для цього необхідно проаналізувати індекс розвитку бізнесу (економічної політики) в даних країнах (рис. 1).

За допомогою виконання пунктів цієї стратегії уряд планує вирішити декілька важливих для України питань. А загалом прогрес у впровадженні прогресивних заходів держави у сфері розвитку підприємництва має підняти Україну в рейтингу Світового банку «ведення бізнесу» (з 80-ї сходинки – 2016 р. на 20-ту).

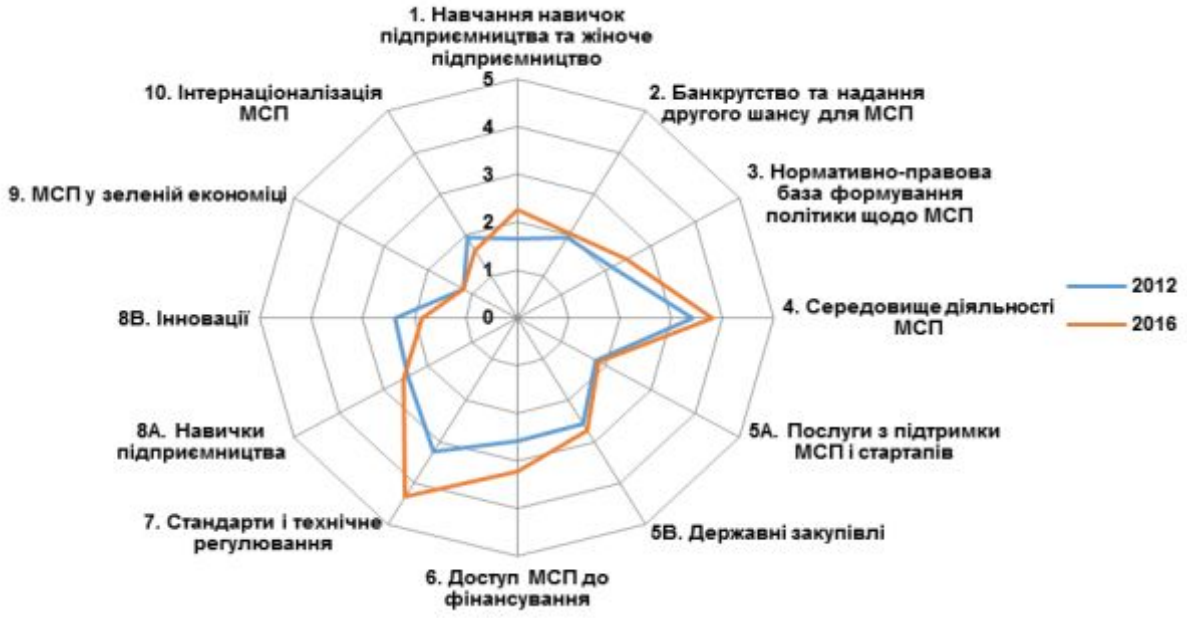

Рис 1. Індекс економічної політики [3]

В Україні підприємства малого та середнього бізнесу мають надію на міжнародну підтримку. У березні 2016 р. Україна мала змогу приєднатись до програми ЄС з фінансування бізнесу COSME, яке в свою чергу принесло Україні 117 млн євро на вдосконалення роботи підприємництва. Чотири українські компанії змогли взяли участь у програмі Horizon 2020, яка розроблена європейською комісією. Однак всі ці дії повинні бути спрямовані не на збільшення кількості малих та середніх підприємств, а на покращення їх якості та інноваційності.

Список використаних джерел:

1. Проект «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua
2. Толмачова Г. Ф. Тенденції розвитку малого підприємництва у сучасних економічних умовах України / Г. Ф. Толмачова, О. В. Якубяк // Зб. наук. пр. – К. : ІЕП НАНУ, 2014. – С. 121–140.
3. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] / О. І. Тимченко. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4135
4. Кошевий М. М. Використання аутсорсингу для поширення наукоємних послуг / М. М. Кошевий // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор – нові виклики та можливості: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 4–16 травня 2015 р.). – Львів, 2015. – С. 502.

Тімар І. В.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КАТЕГОРИЗАЦІЇ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ

Після імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, гостро постало питання перегляду діючих національних стандартів у сфері класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення з метою запровадження системи, наближеної до міжнародних стандартів та вимог. У зв'язку з цим, не втрачають актуальності дослідження, направлені на пошук шляхів вдосконалення української нормативно-правової бази, яка регламентує порядок класифікації готелів з метою її наближення до світових стандартів та забезпечення подальшого розвитку галузі.

Класифікацією (категоризацією) готелів є процес отримання суб'єктом готельного бізнесу документу, що підтверджує відповідність даного суб'єкта вимогам щодо певної категорії (класу) [1], з метою забезпечення високого рівня якості обслуговування; диференціації готелів та інших засобів розміщення відповідно до якості та переліку пропонованих послуг; встановлення відповідності готелю (іншого засобу розміщення) діючим стандартам та вимогам в межах застосованої системи категоризації (класифікації). Для ефективного виконання поставлених завдань система класифікації готелів повинна бути прозорою і зрозумілою, що обумовлює численні спроби уніфікувати діючи норми, стандарти і правила надання суб'єктам готельного бізнесу певних класів та/або категорій.

Проведені дослідження [1–6] доводять, що національна система категоризації готелів має численні вади та недоліки, є морально та юридично застарілою, отже потребує термінового вдосконалення, яке доцільно проводити спираючись на позитивний досвід країн, у яких туристично-готельний бізнес демонструє високі темпи розвитку.

Першочерговим кроком повинна стати відмова від участі державних органів в процесі встановлення засобам розміщення категорій (надання зірок). Даний підхід обумовлено тим, що отримання готелями зірок слід розглядати в інформаційно-іміджевому аспекті, а отже, проводити з метою допомоги споживачеві зорієнтуватись у великій кількості пропозицій на ринку, сформувати уяву про

готель при виборі того, чиїми послугами скористатись. Отже, таке важливе завдання в сфері готельних послуг повинні виконувати досвідчені фахівці та професійні експерти галузі. Тому, функцію проведення процедури класифікації та видачі документів, що підтверджують категорію (кількість зірок) доцільно передати від держави до спеціалізованих організацій, авторитетних в даних питаннях і визнаних на міжнародному рівні, а систему і правила проходження процедури класифікації наблизити до світових стандартів, застосувавши успішний досвід міжнародних організацій.

Проведений аналіз довів, що Україні доцільно вдосконалення національної системи категоризації готелів проводити спираючись на досвід HOTREC, а українські стандарти формувати на основі єдиної системи готельних стандартів Hotelstars Union, учасниками якої є 17 європейських країн. Система класифікації Hotelstars Union базується на застосуванні «зіркової» системи, готелям надають категорію від одної до п'яти. В основі системи лежить 21 критерій, що містять 270 ознак.

Єдина система готельних стандартів (ЄСГС) Hotelstars Union порівняно із українською практикою класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення має принципові відмінності, які полягають у наступному:

- критерії, за якими проводиться оцінка готелю, ділять на обов'язкові та необов'язкові;
- встановлення кількості зірок готелю здійснюється шляхом оцінки критеріїв та ознак за балами, для кожної категорії визначається мінімально необхідна кількість балів;
- для отримання певної кількості зірок потрібно набрати необхідну кількість балів та виконати умови обов'язкових критеріїв;
- присвоєння категорій передбачає надання від одної до п'яти зірок, але в межах кожної категорії є можливість отримати категорію Superior, отже система передбачає фактично 10 категорій готелів, що поглиблює рівень їх диференціації;

Головними позитивними ознаками системи готельних стандартів Hotelstars Union, що вигідно відрізняють її від інших систем, використовуваних у різних країнах, в тому числі й в Україні, є прозорість та уніфікація правил і вимог, що дозволяє рекомендувати її у якості основи реформування української національної системи. Це у свою чергу потребує приведення у повну відповідність до

європейських стандартів законодавчої бази, забезпечення прозорої, чіткої, зрозумілої процедури отримання готелями певної категорії. Приведення національної системи класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення у відповідність до HOTREC і ЄСГС Hotelstars Union, що має позитивно вплинути не тільки на розвиток галузі, а й української економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Тімар І. В. Категоризація підприємств готельного бізнесу: вітчизняний та світовий досвід / І. В. Тімар/ Управління розвитком. – 2016. – № 3. – С. 71–77.
2. Тімар І. В. Особливості господарської діяльності суб'єктів сфери готельних послуг в Україні / І. В. Тімар // Вісник Дніпропетровського університету Серія «Економіка» Дніпро : Біла К. О., 2016. – №10/1. – Вип. 10(2). – С. 90–96.
3. Тімар І. В. Категоризація підприємств готельного бізнесу: вітчизняний та світовий досвід / І. В. Тімар // Управління розвитком. – Х. : ХНЕУ ім. С.Кузнеця, 2016. – №3(185). – С. 71–77.
4. Timar I. V. Hospitality services in Ukraine: current state, problems and prospects for further development / I. V. Timar // Economics, management, law: realities and perspectives: Collection of scientificarticles. Les Editions L'Originale, Paris, France, 2016. – P. 241–244.
5. Grynko T. V. Organizational culture and a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T. V. Grynko, O. P. Krupskyi, I. V. Timar //National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine : Collective monograph – Poland : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. – Vol. 3. – P. 252–270.
6. Тімар І. В. Вдосконалення системи класифікації готелів в Україні в умовах Євроінтеграції / І. В. Тімар / Управління розвитком суб'єктів підприємництва: механізми, реалії, перспективи : колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро : Біла К. О, 2018. – С. 71–79.

Тімар І. В., Рябук К. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАЛИХ СІЛЬГОСПВИРОБНИКІВ В УКРАЇНІ

На сьогодні Україну вважають державою з високим виробничим потенціалом в сільському господарстві, яке вносить значний вклад у формування українського експорту, що є важливим фактором зростання національної економіки. Завдяки вигідному геополітичному розміщенню і наявності значних природних ресурсів, можливості України щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів сільського господарства досить привабливі та перспективні. Актуальність дослідження обумовлена досвідом країн, що досягли стрімкого економічного зростання

за рахунок ефективного використання експортного потенціалу, та привабливими перспективами виходу національних товаровиробників на зовнішні ринки, розпочатим процесом євроінтеграції.

Важливим фактором розвитку експортного потенціалу нашої країни є малі підприємства сільськогосподарської галузі. Цілком доречно розглядати їх як самостійну форму функціонування і розвитку продуктивних сил, а також як своєрідний соціально-економічний фундамент та підґрунтя для стабільного розвитку нашої держави[1]. За даними Державної служби статистики в Україні в сільському господарстві більш ніж 95 % від загальної кількості суб'єктів господарювання складають представники малого бізнесу. Але, за останні 15 років за чисельністю зайнятих працівників частка малого бізнесу складала від 32 % до 40 %, а у загальному обсязі реалізованої продукції – від 25 до 32 % [2]

Не зважаючи на значну присутність малого бізнесу в сфері сільгоспвиробництва, дрібні аграрії майже позбавлені доступу до експорту. Великі компанії-трейдери, які є посередниками при закупівлі та продажу сільськогосподарської продукції, докладають всіх зусиль для того, щоб бути монополістами на ринку експорту. Вони намагаються провести максимальну закупівлю товарів за нижчими цінами, а потім перепродати їх закордон з великою вигодою для себе. В свою чергу, виробники малої і середньої ланки йдуть на ці угоди, оскільки постійно потребують оборотних коштів для неперервного виробництва.

Проблеми, пов'язані з виходом дрібних аграріїв України на міжнародні ринки, виникають перш за все, через:

– незадовільний рівень технічного оснащення сільгоспвиробництва при значному інноваційному потенціалі;

– недостатній рівень освіти та досвіду в управлінні сільгосппідприємствами;

– недостатню інфраструктуру підтримки малого підприємництва в сфері сільського господарства;

– відсутність власної чи кооперованої логістики;

– відсутність повної і достовірної інформації щодо кон'юнктури ринку, низький рівень консультаційних послуг і спеціальних освітніх програм;

– практичну відсутність державної фінансово-кредитної підтримки та ін. [3].

На думку деяких експертів виникнення цієї проблеми також пов'язано із розмірами оподаткування українського агросектору. Де хто стверджує, що

з агропромислової галузі через систему оподаткування вилучається майже все, що вона виробляє. При цьому великі підприємства сплачують великі податки і потребують менше дотацій, тоді як дрібні виробники схильні до постійної потреби державних коштів [4]. Тож, це є однією з причин, чому малі та середні підприємства сільськогосподарської галузі України не мають можливості виходу на міжнародні ринки.

Для подолання ситуації, що склалась, та стимулювання активізації експортних операцій представниками малого бізнесу в сфері сільського господарства з боку держави потрібно реалізувати низку заходів, зокрема створити мережу постійно діючих регіональних представництв по консалтингу малого бізнесу стосовно виходу на міжнародні ринки; стимулювати створення експортної інфраструктури, в т. ч. кооперативних елеваторів; впровадити ефективні програми експортного кредитування та страхування малого бізнесу. З боку представників сільгоспвиробництва потрібно, також, докладати зусиль, націлених на активізацію реалізації експортного потенціалу. З цією метою слід самостійно шукати шляхи експортування, отримувати квоти на продаж продукції за кордоном, підвищувати рівень обізнаності в питаннях експорту, тощо. Також варто прийняти до уваги досвід зарубіжних країн, які впроваджують регулювання постачання продукції на ринок, таким чином впливаючи на ціноутворення, а також будують логістику експорту, щоб кожен учасник ринку мав до неї доступ.

Отже, тільки спільними зусиллями держави та сільгоспвиробників можливо досягти успіху в реалізації експортного потенціалу малого бізнесу в сфері сільського господарства, що матиме позитивний вплив на розвиток галузі та економіки України в цілому.

Список використаних джерел:

1. Рябук К. П. Аналіз експорту продукції агропромислового комплексу України / К. П. Рябук, І. В. Тімар // Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі». – Т. 1. – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – С. 224–227.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
3. Розвиток малого і середнього підприємництва в Україні: проблеми, потреби, перспективи. – К. : Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва. – 2015. – 44 с.
4. Новіков Г. Малий та середній бізнес позбавлений доступу до експорту Електронний ресурс] / Г. Новіков. – Режим доступу : http://agronews.ua/node/66681

5. Олійник О. О. Формування інтеграційних структур в агробізнесі / О. О. Олійник, Т. І. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу : наук. екон. журнал. – 2015. – № 1 (29). – С. 87–90
6. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова ; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ : Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.

Усманов Б. К.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасному світі соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя кожної людини. Спеціалізовані соціальні мережі об'єднують людей за певними критеріями (наприклад, вік, стать, віросповідання, певні захоплення і т. д.). Кожен може вибрати ту мережу, яка відповідає його інтересам, адже універсальну соціальну мережу на всі випадки життя визначити неможливо. Соціальне підприємництво – це новаторська діяльність, спочатку спрямована на рішення або пом'якшення соціальних проблем суспільства на умовах самоокупності та стійкості [5].

У найзагальнішому вигляді – це бізнес, який спрямований на вирішення найбільш гострих соціальних проблем: відродження культурних традицій, соціалізація інвалідів, працевлаштування незахищених груп громадян, освіта і просвіта, відповідальне ставлення до ресурсів, розвиток інституту сім'ї, спорт і здоров'я [4, с. 21]. Якщо звичайні підприємці, як правило, оцінюють успішність своєї діяльності, орієнтуючись на прибуток, виручку (обсяг продажів) або вартість акцій, то для соціального підприємця головним критерієм успішності стає «соціальна віддача» [1, с. 112].

Прибуток також може братися до уваги, але не як самоціль, а скоріше, як засіб для подальшого просування до досягнення соціальних або культурних цілей організації.

При розвитку соціального бізнесу використовуються можливості соціальних мереж, такі як застосування технологій для ефективного і результативного взаємодії між людьми в процесі роботи. А це говорить про те, що соціальні

медіа стають невід'ємною частиною комунікаційних стратегій підприємств [2, с. 19].

Соціальні мережі в даний час стали невід'ємною частиною життя мільйонів людей в усьому світі. Ці сервіси дозволяють людям об'єднуватися в групи з тими, хто поділяє їхні інтереси. Крім того, з їх допомогою зручно шукати колишніх однокласників, товаришів по службі, однополчан і знайомих з інших міст. З цієї причини величезна кількість людей проводить багато часу на цих сайтах, спілкуючись зі старими друзями і знаходячи нових приятелів. Навряд чи при цьому вони замислюються про переваги і недоліки соціальних мереж. Соціальні мережі допомагають людині в підвищенні самооцінки. Віртуальне середовище змінює свідомість і мислення людини, примножує його впевненість.

Завдяки позитивним відгукам інших людей на сторінці соціальної мережі, поліпшується настрій і підвищується самооцінка. Зараз щоб створити бізнес не тільки в соціальній мережі, а будь-який інший, необхідно сформувати команду однодумців з однаковими поглядами на життя, цінностями, світоглядом і в той же час професіоналів своєї справи, що прагне до нового стартапу.

Проблема в тому і полягає, де і як знайти надійного партнера в свій бізнес, щоб разом досягти успіху. Ще одна складова частина для успішного існування бізнесу в соціальній мережі – це група програмістів. На жаль, незважаючи на те, що в Україні достатня кількість досвідчених програмістів, ми стикаємося з різними ситуаціями не компетентні фахівців в різних компаніях або окремо взятим програмістом, виходячи з цього деякі роботодавці залишаються незадоволеними отриманим кінцевим результатом.

На скільки б у нас не була хороша ідея, і скільки ми в неї вкладали капітал, ми самі не можемо все контролювати. Саме тому під час проведення неодноразових зустрічей в пошуку партнерів в бізнес, варто приділити акцент на сміливих, гнучких, ініціативних і легко навчаються людях, на тих, які бачать шляхи розвитку нашого стартапу і хочуть розвиватися самі в даному напрямку і вміють домагатися поставлених цілей.

Для нас на старті бізнесу варто розуміти, що на обраних нами партнерах в команду, ми можемо покластися, важливо визначити ступінь надійності цієї людини, як професіонала, а так само його цінності і світогляд, що так само допоможе рухатися в єдності разом [3, с. 129].

Приймаючи рішення у виборі програмістів, варто звертати увагу на професіоналізм і наявність досвіду роботи в подібному напрямку бізнесу, попередньо ознайомившись з попередніми проектами цих фахівців, вивчивши їх портфоліо, і відгуки вже діючих бізнес-проектів, їх клієнтів. Важливо укласти контракт вже на старті з обумовленими умовами співпраці і здійснювати необхідний контроль виконаних умов роботи.

Список використаних джерел:

1. Барроу К. Бізнес-план : практ. посіб. / К. Барроу, П. Барроу, Р. Браун. – К. : Знання, 2005. – 434 с.
2. Васильців Т. Г. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – К. : Знання, 2013. – 173 с.
3. Попов В. М. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями: лига менеджера/ под ред. В. М. Попова. – 3-е изд., доп и перераб. – М. : КноРус, 2000. – 384 с
4. Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006) Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? [Електронний ресурс] // Entrepreneurship: theory and practice. – Vol. 30, Issue 1. – P. 1-22. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x. – Режим доступу : http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x/abstract
5. Social Enterprise Academy. Journey to Social Enterprise [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.academy/whats-on/journey-to-social-enterprise-127

Хуруджі М. Є., Рябик Г Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ «НОВОЇ ПОШТИ»

Ринок сфери послуг є вагомим сектором економіки індустріально розвинутих країн світу та посідає все більш стабільні позиції у світовому господарстві. Зміни, що відбуваються в світовій економіці, а також масштаби їх зрушень, дозволяють говорити про першочерговість сфери послуг як елементу становлення постіндустріального суспільства.

Аргументація думки про збільшення ролі сектору послуг в економіці країн світу знайшла своє відображення в працях іноземних вчених: Дж. Белл, З. Бжезінський та ін. Проте, разом з тим, новизна даної роботи полягає в тому, що аналіз даного питання на прикладі компанії «Нова Пошта» вітчизняними та зарубіжними вченими не проводився. В концепції суспільства майбутнього поняття постіндустріального суспільства не може бути чітко зафіксоване,

оскільки неможливо описати всі ознаки нового суспільства, поки формування нового суспільства не буде завершено.

При розгляді структури економіки за секторами базовою є теорія трьох секторів Фішера-Кларка, а також поглиблений аналіз сфери послуг Д. Белла. За їх типологією виділяють п'ять секторів сфери послуг: первинний (сільське господарство, рибальство); вторинний (галузі обробної промисловості); третинний (транспортні та комунальні послуги); четверний (фінанси, торгівля страхування та операції з нерухомістю); п'ятірний (охорона здоров'я, освіта, відпочинок, дослідницька діяльність та послуги урядових установ).

Початок XXI сторіччя описується збільшенням ролі третинного сектору у світовій економіці (розширення спектру пропонованих послуг, зростання числа зайнятих у цій сфері). Національні економіки розвинутих країн світу більше ніж на 50 % складаються з результатів роботи сфери послуг, яка посідає головне місце у частині валового внутрішнього продукту.

Транспортні послуги – це одна з основних частин третинного сектору економіки. Міністерство інфраструктури України виділяє шість основних галузей транспортних послуг: автомобільний та міський транспорт; залізничний транспорт; авіатранспорт; водний транспорт; дорожнє господарство; поштовий зв'язок.

Однією з основних українських компаній, яка надає транспорті послуги, а саме поштового зв'язку, є «Нова пошта». Заснована на початку XXI сторіччя, у 2001 році, вона займає перші місця у галузі логістики. Вона гарантує швидкісне доставляння документів, вантажів і посилок для фізичних осіб та бізнесу (інтернет-магазинів та корпоративних клієнтів), а також послуги фулфілменту (тобто комплекс складських послуг, що забезпечує обробку замовлень).

Завдання української компанії – здійснювати експрес-доставку, яка є не-складною для повсякденного буття і ведення підприємницької діяльності. Кількість відділень мережі «Нова пошта» досягає 2300, а представництва знаходяться у майже 1000 міст та сіл України (дані на 2016 рік). Кількість доставлених відправлень на 2016 рік перевищила 110 млн посилок [2].

Компанія «Нова Пошта» протягом перших 6 років роботи пропонувала клієнтам послуги перевезення в спосіб «двері – двері» (тобто вантаж забирається з офісу/складу відправника та доставляється до офісу/складу отримувача вантажу).

Але вже після 2007 року українська компанія почала працювати за новою схемою: «відділення – відділення» (рис. 1).

Рис. 1. Графік розвитку мережі «Нова пошта»

За даними графіку можемо сказати, що протягом 2010–2015 років відбувся стрімкий розвиток транспортних перевезень мережі «Нова пошта», проте кількість відділень протягом 2015–2016 років зросла на порівняно невелику кількість. Зі швидким розвитком інформаційних технологій у мережі «Нова пошта» з'явилася можливість створити додаток для смартфонів, який надає можливість користувачам знайти всі необхідні відомості про компанію, а саме відділення компанії, графік їх роботи, пошук відділень на карті, інформацію про послуги та самостійно порахувати вартість і дізнатися терміни доставки, відстежити статус доставки вантажу та ін.

Починаючи з 2014 року «Нова пошта» розпочала роботу у напрямку міжнародної співпраці з різними країнами світу. Перші міжнародні представництва були відкриті у Грузії та Молдові [1].

На 2016 рік за інформацією американського видання Inc. українська компанія «Нова пошта» ввійшла до рейтингу топ-5000 компаній Європи, які показали найбільш швидкий темп розквіту [2].

Українська компанія «Нова пошта» розвиває свою систему в Україні, збільшує кількість відділень у містах та селах, створює нові види послуг та покращує вже існуючі, а також розвиває нещодавно створену міжнародну доставку. Усі ці фактори позитивно впливають на розвиток вітчизняного поштового перевізника, а тому збільшують роль сектору послуг у ВВП України. Третинний сектор економіки України має умови для більш якісної та доступної культури

обслуговування, для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників послуг. Проте для здійснення даних перспектив розвитку, необхідна чітка стратегія, а також залучення додаткових інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт «Нова пошта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://novaposhta.ua/ru/o_kompanii/nova_poshta_sogodni
2. Матеріал з Вікіпедії: «Нова пошта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/ %D0 %9D %D0 %BE %D0 %B2 %D0 %B0_ %D0 %BF %D0 %BE %D1 %88 %D1 %82 %D0 %B0

Чабанець М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФАКТОРИ ТА ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПОРТФЕЛІВ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення важливою проблемою для підприємств машинобудування є забезпечення розвитку в усіх напрямах і сферах діяльності. Розвиток підприємства є складним і багатоаспектним поняттям і може стосуватися всіх ланок діяльності, зокрема виробничої, збутової, маркетингової, кадрової, фінансової тощо.

Фактори впливу на процес розвитку підприємства досліджено в багатьох науково-літературних джерелах [1–4], зокрема [4, с. 37] визначено основні групи факторів:

зовнішні – економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил тощо;

внутрішні – стратегія підприємства, для реалізації якої формується потенціал, досвід і навички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації та ведення бізнесу, якими керуються на підприємстві, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності та культура.

Важливо відзначити, що передумовою розвитку підприємства є інвестиційне забезпечення та наявність ефективних інструментів, які можуть забезпечувати

такий процес. Тобто з метою забезпечення стабільного розвитку підприємства доцільно розробити ефективну структуру його інвестиційного забезпечення та обрати інструменти такого процесу.

Враховуючи вищезазначене, можна зауважити, що використання інвестиційного портфеля підприємства може бути однією з передумов в процесі забезпечення розвитку підприємства, оскільки згідно з визначеною концепцією використання інвестиційного портфеля підприємства є процесом відбору та фінансування конкретних виробничо-господарських та фінансових проектів згідно з обраними напрямками інвестування.

Можна визначити, що метою використання інвестиційного портфеля є забезпечення розвитку підприємства, шляхом оптимального фінансування найбільш ефективних виробничо-господарських та фінансових проектів підприємства. До основних факторів, які впливатимуть на процес використання інвестиційного портфеля можна зарахувати такі: інформаційні, технічні, спеціальні, професійні, організаційні, економічні.

Вплив інформаційних, технічних організаційних і професійних факторів стосується в першу чергу забезпечення оптимального процесу використання інвестиційного портфеля підприємства. Щодо спеціальних та економічних – ці фактори характеризують основні риси виробничо-господарських та фінансових проектів, які можуть впливати на стратегію використання інвестиційного портфеля підприємства.

Вплив інформаційних факторів стосуються в першу чергу інформаційного забезпечення процесу використання інвестиційного портфеля підприємства. В такому контексті інформаційне забезпечення для інвестора або інвестиційного аналітика характеризується наявністю документації, нормативної бази, відповідних інструкцій та розпоряджень, аналітичних даних, які характеризують результати формування інвестиційного портфеля підприємства (обсяги, особливості, напрямки, цілі підприємства щодо інвестиційної діяльності підприємства), а також наявності достовірної та повної інформації в першу чергу щодо основних параметрів виробничо-господарських та фінансових проектів, які є альтернативними для впровадження. Також, важливо зазначити, що в процесі використання інвестиційного портфеля підприємства доцільно отримувати інформацію та враховувати тенденції зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування

підприємства, з метою забезпечення можливості гнучкого реагування на будь-які зміни, зокрема законодавчо-нормативного характеру.

В процесі використання інвестиційного портфеля підприємства інформаційне забезпечення стосується в першу чергу процесу розроблення або вибору виробничо-господарських та фінансових проектів, а також оцінювання їх впливу на забезпечення розвитку власного підприємства. Вплив технічних факторів на використання інвестиційного портфеля характеризується наявністю та ефективністю функціонування технічних засобів, які забезпечують процес збору, пошуку зберігання та обробки інформації, підготовку, а також відображення результатів. Професійні фактори використання інвестиційного портфеля є одними з найбільш вагомих, оскільки передбачають вплив людського потенціалу, а як відомо працівники та персонал є одними з вихідних аспектів діяльності підприємства. Спеціальні фактори характеризують вплив основних характеристик виробничо-господарських та фінансових проектів підприємства на забезпечення розвитку підприємства.

В свою чергу, економічні фактори характеризують виробничо-господарські та фінансові проекти з точки зору їх первинних показників (рентабельність, період окупності, рівень ризику тощо), а вплив таких факторів визначається врахуванням значень показників в процесі первинного оцінювання проектів та формування на основі такого аналізування висновків щодо прийнятності проектів.

Оцінювання зазначених факторів дає можливість оптимізувати процес використання інвестиційного портфеля підприємства шляхом уникнення їх негативного впливу.

Список використаних джерел:

1. Дорошенко Т. В. Сутність інвестицій як економічної категорії / Т. В. Дорошенко // Фінанси України. – 2000. – №11. – С. 114–118.
2. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навч. посіб. / Т. В. Майорова. – К. : ЦУЛ, 2003. – 376 с.
3. Управління інвестиціями на підприємстві / Г. В. Козаченко та ін. – К. : Лібра, 2004. – 368 с.
4. Череп А. В. Інвестознавство : підруч. / А. В. Череп. – К. : Кондор, 2006. – 398 с.

Шепеленко Д. Ю.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день однією з найактуальніших проблем, що постає перед українською економікою – є підвищення продуктивності праці, рівня конкурентоспроможності підприємств та ефективності управління. Головним чином це пов'язано з недосконалістю вітчизняного менеджменту, який ще повністю не сформувався та не сприймається управлінцями як необхідний до впровадження.

Значний внесок у визначенні проблем українського менеджменту та методів його оптимізації зробили наступні вітчизняні вчені: Ф. І. Хміль, Г. Л. Хаєт, Б. П. Буздан, Г. В. Щокін.

Проаналізувавши сучасний стан менеджменту в Україні можна виділити наступні 5 основних проблем:

1. Делегування обов'язків. Процес становлення українського менеджменту у незалежній країні починається у 1992 році та ще повністю не сформувався. Багато в чому, він ще тісно пов'язаний з радянською системою управління, для якої характерні: жорстка централізація, імітація роботи, «зрівнялівка», довічний найм номенклатури, імітація робити. Як наслідок працівники не вмотивовані, а управлінці зовсім не вміють делегувати обов'язки та ефективно керувати трудовими ресурсами.

2. Небажання змін. На відміну від західного образу мислення, де ризик сприймається як необхідний етап для вдосконалення та саморозвитку, в українській свідомості надовго вкоренився вислів «ініціативу карають». Це призвело до того, що не одне покоління менеджерів не схильні та не готові до ризику, це значно гальмує розвиток та посилює відставання від більш розвинених країн.

3. Короткостроковість планування. Дана проблема тісно пов'язана з ситуацією в країні у цілому. Через недосконалість нормативно-правової бази та нестабільної ситуації у державі управлінцям важко планувати свою діяльність на довгострокову перспективу, а велика ризикованість призводить до того, що краще використати екстенсивні методи та отримати «швидкі гроші», ніж вдосконалювати та інвестувати в підприємство.

4. Тіньове управління. Недосконала система оподаткування в Україні спричинює перехід багатьох підприємств у тіньову економіку, це знаходить відображення і в менеджменті. Так звані «неформальні управлінські взаємодії», зміст яких не регламентується в документації.

5. Відсутність корпоративної культури. Досвід України є значно меншим ніж США, тому поняття «корпоративної культури» починає впроваджуватися в невеликих компаніях малого бізнесу або вже навіюється материнськими транснаціональними компаніями, що мають дочірні фірми в Україні. Тож більшість управлінців приймають рішення на інтуїтивному рівні, не оформлюючи свої вимоги та побажання у кодекс, місію, цілі та плани підприємства.

Незважаючи на ряд вагомих недоліків, український менеджмент має значний потенціал та ряд перспектив. Для підвищення ефективності концепція управління має дещо трансформуватися та змінити орієнтири на наступні засади:

1. Запровадження і синтез справедливості, рівності, прозорості та свободи на практиці.

2. Інноваційний та самостійний характер діяльності, творчий підхід до вирішення питань.

3. Адекватний підбір кадрів та підвищення рівня кваліфікації як менеджерів так і штатних працівників.

4. Відмова від старих принципів ієрархічних відносин, перехід до партнерства та формування духу «спортивної команди», що вже давно виправдало себе на практиці інших країн.

5. Використання сучасних технологій та методів управління, адаптування західних практик та моделей менеджменту в умовах вітчизняного мислення й українського керування.

6. Прагнення не до максимального (швидкого та екстенсивного), а до соціального обґрунтованого прибутку.

7. Планування на довгострокову перспективу та застосування, на практиці стратегічного, Facility, Time та менеджменту бізнес-одиниць.

Таким чином, організаційна культура вітчизняних підприємств не є досконалою. Економічна криза, нераціональна монетарна та фіскальна політика держави, історична залежність від радянської моделі управління та не сформованість

самобутнього українського менеджменту спричинюють низький рівень продуктивності праці, конкурентоспроможності та ефективності керівництва українськими підприємствами. Проте організаційна культура може бути вдосконалена через ряд заходів: децентралізація, забезпечення гласності в управлінні, соціалізація, гуманізація правці, налагодження соціо-психічного клімату в колективі.

Список використаних джерел:

1. Крупський О. П. Організаційна культура: сутність, види, особливості імплементації в Україні / О. П. Крупський // Економічний вісник національного гірничого університету. – 2014. – №1. – С. 29–38.
2. Крупський О. П. Культура в організації: роль менеджера в забезпеченні збалансованиго підходу / О. П. Крупський // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2014. – Т.19, Вип 3(3). – С. 63–67.
3. Дроніна М. С. Протиріччя в мотивації управлінського персоналу промислових підприємств / М. С. Дроніна, Т. С. Черкашина // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2013. – №1. – С. 4–15.

Щербина К. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сфера послуг – важливий сектор економіки, що надзвичайно швидкими темпами зайняв провідні позиції в розвинутих країнах світу.

За останні десятиріччя в світі склалась тенденція переходу значимості в економіці та взагалі в світосприйнятті від матеріального до інформаційного, електронного та нематеріального. ВВП високо розвинутих країн зазнало змін у структурі. Якщо раніше більшу долю складала промисловість, то нині у високо розвинутих країнах сфера послуг перейняла на себе першість. Наприклад, частка сфери послуг в ВВП США, Франції, Нідерландів складає 70 %. Така тенденція характерна і для середньо розвинутих країн, що володіють особливими природними умовами та рекреаційними ресурсами за рахунок туристичних послуг (сфера послуг у ВВП Туніса, Камбоджи, Єгипту – 60 %).

Значний внесок в дослідження даної теми внесли вчені Дж. Белл, З. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер та інші.

Ринок послуг в Україні розвивається неоднозначно, що пов’язано з рядом

історичних причин. Ринок послуг сформувався за часи планового централізованого управління державою, а тому тотальний контроль бізнесу, монополізація та незначне фінансування зумовили ряд проблем у розвитку ринку послуг, що знаходить своє відображення і нині.

Сфера послуг розвивається в Україні нестабільно і диференційовано, нерівномірно зосереджений бізнес послуг як за структурою, так і за регіональним розміщенням. Ринок послуг найкраще функціонує у великих містах та курортних зонах (туристичний бізнес). Щодо структурного характеру сфери послуг, обсяг сфери реалізованих нефінансових послуг складає більше половини (особливо транспорт – 22 %), інформації і телекомунікації – 10 %, охорона здоров'я – 4 %, освіта – 3 % [1].

За даними Державної служби статистики України у 2016 р. на ринку послуг функціонувало 61,3 тис. підприємств, що на 15 % менше від минулорічних показників, в 1 кварталі 2017 р. цей показник збільшився до 63,8 тис. [1]. Це пов'язано насамперед з нестабільним фінансово-економічним станом в країні. Кількість зайнятих в сфері послуг також знизилася за останні роки і така тенденція зберігається.

Для розвитку сфери послуг необхідне залучення інвестицій. Державні інвестиції в даний сектор досить незначні, тому залучення іноземного капіталу, передових технологій, знань, науково-технічних досягнень сприяло б розвитку сфери послуг, збільшенню конкурентоспроможності, підвищення якості обслуговування.

Насамперед, для розвитку ринку послуг необхідно розробити та втілити в життя стратегічні плани щодо створення відповідної інфраструктури, підготовки висококваліфікованих кадрів, реалізації норм, стандартів обслуговування в країні та дотримання міжнародних стандартів сервісу, формування рівня якості. Однак, всі ці стратегії не можуть бути втілені життя без вирішення загальних макроекономічних проблем. Розвиток однієї сфери неможливий без налагодження стабільної ринкової ситуації в країні, підвищення рівня життя – головного фактору формування попиту на послуги (особливо туристичні, готельно-ресторанні, страхування). До того ж існує суттєва проблема тіньового бізнесу. Передусім підприємництво сфери послуг знаходиться в малому бізнесі, який за своїм характером є нестабільним та ризикованим, особливо в Україні. Ще однією

проблемою для розвитку ринку послуг, точніше для конкретної її складової – готельно-ресторанного бізнесу є високий рівень використання франчайзингу. З однієї сторони це є можливістю, з іншого – перешкодою з боку транснаціональних компаній розвитку національного бізнесу.

Україна має ряд перспектив розвитку ринку послуг:

По-перше, завдяки процесам глобалізації, інтернаціоналізації, включенню України до європейської спільноти, впровадженню безвізового режиму, налагодженню економічних відносин з новими державами та міждержавних відносин неекономічного характеру, можливості України в розвитку ринку послуг розширюються.

По-друге, Україна має потужний природно-рекреаційний потенціал для розвитку туристичного бізнесу.

По-третє, науково-технічний потенціал та високий рівень освіченості населення, тобто наявність висококваліфікованих кадрів дають можливість розвитку ринку інформаційних технологій.

Отже, Україна має передумови та можливості розвитку ринку послуг, однак для цього необхідно вирішити комплекс взаємоузгоджених завдань. А саме: створення сприятливих умов для підприємництва у секторі ринку послуг, державне фінансування та залучення іноземних інвестицій, налагодження правового регулювання якості обслуговування, розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення, підтримка малого та середнього бізнесу, вдосконалення місцевого регулювання. Перехід сфери послуг країни на більш якісний рівень може зробити Україну конкурентоспроможним учасником на світовій арені у сфері торгівлі. Розвиток перспективної в даний час сфери-ринку послуг в Україні може активізувати економіку загалом та підвищити рівень життя населення та інші соціальні показники.

Список використаних джерел:

1. Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці / Л. С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
3. Крупський О. П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств / О. П. Крупський // Вісник Дніпропетровського національного університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2015.

ЗМІСТ

Bondarenko R., Kurinna I. Intellectual Potential as a Factor of the Territories Development 3
Izyumskiy D. M., Kuriacha N. V. Objectives and Stages Public Debt Management 4
Krupskyi O. P., Kavarma A. V. Some Aspects of Forming Corporate Culture of Enterprises of Tourism and Hospitality 7
Kucherenko A. A. Principle of Budgetary System Balance Sheet 10
Movsha K. E. Scientific and Methodological Approaches to Determining the Enterprise Competitiveness 12
Артемчук Є. В., Курінна І. Г. Наукові методи аналізу та обґрунтування просторової організації господарства й економічного розвитку регіонів 15
Бугрім Д. С., Крупський О. П. Проблеми розвитку підприємництва в Україні та світі 17
Войчишена Ю. В. Проблемы европейской экономической интеграции в XXI веке 19
Волошко Н. О. Напрями економічного стимулювання акціонування 21
Джинджоян В. В. Перспективи створення сучасного історико-культурного комплексу 24
Дроботя Я. А., Галінська Т. С. Управління ризиком матеріальних запасів аграрних підприємств 26
Душина А. Є. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні 28
Жидачин А. Я., Курінна І. Г. Проблеми розвитку підприємництва в Україні 31
Жовкла О. А., Водолазська О. А. Напрями розвитку малого бізнесу в Україні 33
Жук Т. І., Гвініашвілі Т. З. Розвиток суб'єктів малого підприємництва у забезпеченні економічного зростання країни 35
Зінченко О. А., Подолянюк Д. І. Умови використання єдиного тарифу залежно від кваліфікаційної групи суб'єкта оподаткування 38
Карапетян А. А. Система важелів та інструментів забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємства 41
Кисленко А. Г., Павлов Р. А. Проблеми та перспективи розвитку автотранспортного страхування в Україні 43
Кодацкая М. С. Методы развития предпринимательской деятельности в Украине на примере США 46
Колісник В. О., Величко Л. А. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні 50
Курінна І. Г. Конкурентоспроможність економіки України 52
Кушпіт А. Г., Тімар І. В. Фінансове забезпечення розвитку стартапів в Україні 54
Лозицький Я. Р., Марухно П. А. Вплив тіньової економіка на економіку країни 57
Лук'яненко А. В., Рябик Г. Є. Аналіз конкурентного середовища будівельної галузі 61
Малоок А. С. Визначення рівня банкрутства підприємства 63
Маріняк Ю. О. Диверсифікація підприємств як чинник забезпечення їх інноваційно-технологічного розвитку 66
Мироненко І. О. Вдосконалення системи управління прибутком підприємства для розвитку підприємництва в Україні 69
Олійник Т. І., Візір О. М. Особливості розвитку малого бізнесу в Україні 71
Олійник Т. І., Казка А. В. Аналіз основних перешкод розвитку підприємництва в ресторанному господарстві України 74
Онишкевич Н. О., Левкович О. В. Сучасний стан ринку страхових послуг України 76
Петренко Н. А., Гринько Т. В. Сучасні проблеми розвитку жіночого підприємництва в Україні 79
Петренко Н. А., Кучеренко С. К. Проблеми збутової політики на сучасних українських підприємствах 82
Петьков В. Л. Особливості формування конкурентних стратегій підприємств у сучасних економічних умовах 84
Поліщук М. Т. Мотивації як фактор підвищення продуктивності праці на підприємств 87
Смирнов Д. С. Напрями удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення суб'єктів підприємництва 90

Спасова К. М. Стан та проблеми розвитку підприємництва в Україні 92
Спицька К. В., Величко Л. А. Розвиток малого і середнього підприємництва в Україні за умов євроінтеграції 94
Тімар І. В. Вдосконалення системи категоризації готелів в Україні на основі європейського досвіду 97
Тімар І. В., Рябук К. П. Проблеми реалізації експортного потенціалу малих сільгоспвиробників в Україні 99
Усманов Б. К. Особливості формування бізнес-проектів в сучасних умовах 102
Хуруджі М. Є., Рябик Г. Є. Перспективи розвитку сектору послуг в Україні на прикладі «Нової Пошти» 104
Чабанець М. В. Фактори та передумови використання інвестиційних портфелів підприємства 107
Шепеленко Д. Ю. Проблеми та перспективи менеджменту в Україні 110
Щербина К. М. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва сфери послуг в Україні 112

Наукове видання
Мови видання: українська, російська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2018:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 19–20 квітня 2018 р.)

У восьми томах

Том 3. Концептуальні засади управління
торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації

Окремі доповіді друкуються в авторській редакції
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За зміст, наукову новизну, достовірність та точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор *Біла К. О.*
Оригінал-макет *Біла К. О.*

Підписано до друку 18.04.18. Формат 60x84 1/16. Спосіб друку – плоский.
Ум. др. арк. 6,18. Тираж 95 пр. Зам. № 0418-01/4.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб’єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 2
тел. +38 (067) 972-90-71
www.confcontact.com e-mail: conf@confcontact.com