

**Міністерство освіти і науки України  
Київський національний торговельно-економічний  
університет  
Державна регуляторна служба України  
Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих  
підприємств України  
Всеукраїнська спілка вчених-економістів  
Гамбурзька спілка сприяння підприємницькій діяльності  
Краківський економічний університет  
Молдавська економічна академія**

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В УКРАЇНІ**

**МАТЕРІАЛИ VIII МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

*(Київ, 14–15 травня 2015 року)*

**Київ 2015**

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ  
заборонено**

УДК 334.722(477)

ББК У9(4Укр)29

П 78

**Проблеми** та перспективи розвитку підприємництва  
П 78 в Україні [Електронний ресурс] : матеріали VIII Міжнар. наук.-  
практ. конф. (Київ, 14–15 трав. 2015 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. –  
К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 228 с. – укр., рос. та англ.  
мовами.

ISBN 978-966-629-719-1

Розглядаються актуальні економічні, організаційні та правові проблеми розвитку підприємництва в Україні. Досліджуються чинники формування підприємницького середовища в умовах децентралізації регіонів України та євроінтеграційного вектору її розвитку. Висвітлюються механізми та інструментарій забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції.

УДК 334.722(477)

ББК У9(4Укр)29

**Редакційна колегія:** А.А. Мазаракі (відп. ред.), д-р екон. наук, проф., академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України; Н.М. Гуляєва, канд. екон. наук, проф.; І.В. Височин, д-р екон. наук, проф.

ISBN 978-966-629-719-1

© Київський національний торговельно-  
економічний університет, 2015

## ЗМІСТ

<b>ВСТУПНЕ СЛОВО</b> .....	12
<b><i>АНДРІЄЦЬ В.С.</i></b> Напрямки державного впливу щодо підвищення експортного потенціалу підприємств України .....	13
<b><i>АФАНАСЬЄВ К.М.</i></b> Аналіз підходів до розробки стратегії розвитку підприємства .....	14
<b><i>БАЙ С.І., РОЗМАН А.М.</i></b> Ділова репутація як чинник конкурентоспроможності торговельного підприємства .....	16
<b><i>БАРНО О.М.</i></b> Основи економічної та національної безпеки .....	19
<b><i>БЕРЕЗІН О.В.</i></b> Інвестиційна привабливість аграрних підприємств: шляхи забезпечення .....	23
<b><i>БЕРЕЗІНА Л.М.</i></b> Аграрні підприємства: інструментарій формування економічної безпеки .....	25
<b><i>БІДЮК А.М.</i></b> Бізнес-освіта і бізнес: форми взаємодії .....	27
<b><i>БІЛЯВСЬКА Ю.В., БІЛЯВСЬКИЙ В.М.</i></b> Інноваційна діяльність як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства .....	30
<b><i>БОГАТИРЬОВА О.М.</i></b> Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства .....	32
<b><i>БОГОСЛАВЕЦЬ Г.М., ТРУБЕЙ О.М.</i></b> Перспективи функціонування споживчого ринку України .....	34

<b>ВАВДІЙЧИК І.М.</b> Джерела фінансування товарних ресурсів підприємств роздрібної торгівлі України .....	37
<b>ВАРНАЛІЙ З.С.</b> Інституціональні загрози підприємництву в Україні та шляхи їм протидії .....	39
<b>ВЛОДАРЧИК Т.В.</b> Роль інфраструктури у формуванні прибутку готельного підприємства .....	42
<b>ГАВКАЛОВА Н.Л.</b> Розвиток підприємництва в умовах децентралізації регіонів .....	44
<b>ГАНЕЧКО І.Г.</b> Бізнес-ризик в сучасних умовах розвитку .....	46
<b>ГЕЙДОР А.П.</b> Єврооблігації як інструмент залучення інвестиційних ресурсів підприємства .....	48
<b>ГЕРАСИМЕНКО А.Г.</b> Псевдоінновації як джерело алокативної неефективності економіки .....	50
<b>ГОЛОВКО І. О.</b> Сучасний стан орендного бізнесу на ринку торговельної нерухомості .....	52
<b>ГОЛОВНЯ Ю.І.</b> Міжрегіональні особливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні .....	54
<b>ГРИНЮК Н. А.</b> Розвиток експортного потенціалу кооперативного сектору національної економіки .....	57

**ГУЛЯЄВА Н.М., КАМІНСЬКИЙ С.І.**

Політика управління товарними запасами за функціоналом тривалості фінансового циклу підприємства торгівлі ..... 59

**ГУМЕНЮК В.В.**

Сучасні проблеми розвитку підприємництва та їх вплив на динаміку ємності ринку курортних послуг в Україні ..... 61

**ДАВИДЕНКО Н.М.**

Ефективність первинного публічного розміщення акцій в аграрному секторі економіки України ..... 63

**ДОРОШЕНКО М.М.**

Особливості використання АРМ – економіста у підприємницькій діяльності ..... 66

**ДРИГА С.Г.**

Підприємництво в інерційній економіці: протиріччя базових цінностей двох типів суспільного устрою ..... 68

**ЄГІАЗАРОВА К.Ю.**

Аутсорсинг як оптимальна форма кооперації великого та малого бізнесу ..... 71

**ЄГОРОВА Л.Е.**

Фактори впливу на ефективність операційної діяльності підприємств в сучасних умовах ..... 73

**ЄФРЕМОВА О.С.**

Малий та середній бізнес. завдання: вижити ..... 75

**ЖУК Т.В.**

Сутність оцінки досягнень підприємства ..... 77

**ЗАРОВНА К.М.**

Операційна складова економічної стійкості підприємства ..... 79

**ЗУБКО О.В.**

Фактори формування маркетингових стратегій ..... 82

<b>ЗУБКО Т.Л.</b> Розробка кібернетичної моделі фірми .....	84
<b>ЗЯБЧЕНКОВА Г.В.</b> Удосконалення бухгалтерського обліку на підприємствах України на основі автоматизації .....	87
<b>ІВАНЧЕНКО Н.О.</b> Статистичне дослідження структури підприємництва в Україні .....	90
<b>ІЛЬЧЕНКО Н.Б.</b> Проблеми розвитку оптової торгівлі .....	93
<b>ІЛЬЧЕНКО Н.Б., САЙ Д.В.</b> Проблеми розвитку Малого та середнього бізнесу в Україні .....	95
<b>КАВУН О.О.</b> Законодавче забезпечення здійснення державної регуляторної політики: ризики, загрози, обмеження та протиріччя .....	97
<b>КАРМАЗІНОВА В.Д.</b> Підвищення конкурентоспроможності бренду маркетингового дослідного агентства .....	99
<b>КЕНДЮХОВ О.В.</b> Податкова система як стратегічний інструмент розвитку підприємництва .....	101
<b>КОНДРАТЮК О.І.</b> Вплив євроінтеграційних процесів на необхідність посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств .....	103
<b>КОПНЯК К.В., СТАШКО І.В.</b> Інтеграція підприємств зерно продуктового підкомплексу .....	105
<b>КОПЧИКОВА І.В.</b> Оновлення нормативно-законодавчої бази з порядку проведення інвентаризації .....	107

**КОРОП І.І.**

Бюджетування як система управління підприємством  
в умовах невизначеності ..... 110

**КРЕГУЛ Ю.І., БАНК Р.О.**

Адміністративна відповідальність у сфері забезпечення безпеки  
підприємницької діяльності ..... 112

**КУЗЬМІНА О.М., БОНДАР М.В.**

Автоматизовані технології управління інноваційним розвитком  
підприємства ..... 114

**ЛАДИЧЕНКО К.І.**

Роль креативних галузей економіки у розвитку  
підприємництва в Україні ..... 116

**ЛАПТЄВА В.В.**

Підприємство в умовах мінливого середовища ..... 118

**LULA PAWEŁ**

OPINION MINING AND ITS IMPORTANCE IN THE ACTIVITY  
OF CONTEMPORARY ENTERPRISES ..... 121

**МАЗАРАКІ А.А., ВИСОЧИН І.В.**

Формування підприємницького середовища: соціогуманітарний  
аспект ..... 124

**МАХНАЧОВА Н.М., СЕМЕНЮК І.Ю.**

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств Вінницької області  
за умов застосування автономних торговельних преференцій  
з боку ЄС ..... 128

**МЕЛЬНИК В.В.**

Довірче управління майном в системі фінансових відносин ..... 130

**МЕЛЬНИК Т.М.**

Організація підприємництва у сфері зовнішньоекономічної  
діяльності ..... 132

**МИНЧИНСЬКА І.В.**

До питання взаємозв'язку та співвідношення понять  
«інвестиційний клімат» та «бізнес-клімат» ..... 134

**MIKUŁA BOGUSZ**

KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A TOOL FOR IMPROVING  
THE POTENTIAL GROWTH OF ENTERPRISES ..... 136

**МИЦЕНКО Н. Г., МИЩУК І.П.**

Інтеграція суб'єктів малого підприємництва в регіональні  
системи торговельної логістики ..... 139

**МОЛДОВАН ДУМИТРУ**

«Экономика созидательного воображения» и новые подходы  
к предпринимательской деятельности» ..... 141

**МОЛОДОЖЕНЯ М.С.**

Маркетинговий підхід в економічному управлінні ..... 143

**МУСТАФІНА Д.В.**

Світовий досвід формування національних інноваційних  
систем ..... 145

**НАПАДОВСЬКА Л.А.**

Механізм забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів  
підприємницької діяльності ..... 147

**НАРОДЕЦЬКИЙ Є.**

«ХВФ»Гамбурзька спілка сприяння підприємницькій діяльності –  
реальна підтримка малого та середнього бізнесу в Німеччині ..... 149

**НОВІКОВА Н.М.**

Роль та місце споживчої кооперації в системі підтримки  
та розвитку підприємництва ..... 152

**ОРТИНСЬКА В.В.**

Інтерактивність емпіричного маркетингу ..... 155



**ОХОТНИКОВ А.В.**

Обґрунтування цілей системної моделі управління комерційними контрактами підприємства ..... 157

**ПАВЛОВА В.А.**

Щодо складу та оцінки інноваційного потенціалу підприємства ..... 161

**ПАЄНТКО Т.В.**

Визнання доходів і витрат за договорами підряду відповідно до вимог МСФЗ ..... 163

**ПАЄНТКО Т.В., САВЧУК В.А.**

Суттєвість при плануванні і проведенні державного фінансового аудиту ..... 165

**ПОЛЯКОВ М.Й.**

Фінансування інвестицій у розвиток сфери зв'язку України ..... 167

**ПОПОВА М.А.**

Партнерство бізнесу і освіти ..... 171

**П'ЯТНИЦЬКА Г.Т.**

Вплив кластеризації на розвиток підприємництва ..... 173

**П'ЯТНИЦЬКА Г.Т., ПЕНЮК В.О.**

Проблеми діагностики кадрового потенціалу підприємств торгівлі ..... 175

**РЯЗАНЦЕВА В.В.**

Оцінка стану економічної та інформаційної безпеки підприємств ..... 177

**СЕВРУК Є.М.**

Сучасні акценти політики управління фінансуванням оборотних активів підприємства..... 179

**СИЧОВА Н.В.**

Механізм управління соціальним розвитком підприємства ..... 181

<b>СИТАШ Т.Д., МАРШУК Л.М.</b> Реалії підприємництва в Україні .....	183
<b>СКУБАК Ю.А.</b> Сутність інвестиційного забезпечення розвитку підприємства .....	185
<b>СМЕТАНКО О.В.</b> Внутрішній аудит процесу ідентифікації та реагування на ризики шахрайства в системі управління акціонерним товариством .....	187
<b>СОВЕРШЕННА І.О., ВОЛОШИН Д.С.</b> Проблеми та перспективи розвитку бізнес-інкубаторів в Україні .....	190
<b>СТАРОЛАТКА Л.А.</b> Роль малого підприємництва у становленні інноваційної моделі розвитку економіки України .....	192
<b>СТАСЮК Л.Л.</b> Підприємницькі ризики в системі формування цінності підприємства торгівлі .....	194
<b>СТОЯНЕНКО І.В.</b> Управління знаннями підприємства: світові тенденції та національні реалії .....	197
<b>ТИМЦУНИК В.І., ДРАЧУК А.І.</b> Державна допомога підприємству: досвід Литви .....	199
<b>УМАНЦІВ Г.В.</b> Інтелектуалізація господарської діяльності у системі чинників активізації підприємництва .....	202
<b>ФЕДУЛОВА Л.І.</b> Проблеми розвитку інноваційного підприємництва в Україні .....	204
<b>ХІЛЕНКО О.О.</b> Поняття та властивості життєздатності підприємства торгівлі .....	206

<b>ХЛОПЯК С.В.</b> Державне регулювання підприємницької діяльності в галузі туризму .....	208
<b>ХОМЧУК М.В.</b> Вплив ризиків на вибір логістичної стратегії підприємством оптової торгівлі .....	210
<b>ЧАЮН І.О.</b> Концепція формування системи стимулювання праці персоналу торговельного підприємства .....	213
<b>ШАЛІМОВА Н.С., КУЗЬМЕНКО Г.І.</b> Події після дати балансу пов'язані зі статусом підприємства як платника податку .....	215
<b>ШВИДКА О.П.</b> Бізнес-моделі та причини успіхів стартапів .....	217
<b>ШКОДА В.М., РОМАНОВСЬКА А.В., НОВІКОВА Н.М.</b> Україна як реципієнт іноземних інвестицій у підприємницьку діяльність .....	219
<b>ШОСТАК І.В.</b> Аналіз тенденцій вітчизняних систем стимулювання праці на підприємствах торгівлі .....	221
<b>ЯРЕМКО С.А., ГУДИМА Н.В.</b> Дослідження актуальності питань інформаційної безпеки на підприємстві .....	223
<b>КАРЗУН І.Г.</b> Особливості маркетингу освітніх послуг .....	225

## ***Шановні колеги!***

Уже восьмий раз поспіль в Україні за ініціативою Київського національного торговельно-економічного університету та підтримкою нашого постійного партнера-співорганізатора – Співки підприємців малих, середніх та приватизованих підприємств України, проводиться VIII Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні». Цього року спів-організаторами конференції є також Державна регуляторна служба України, Гамбурзька спілка сприяння підприємницькій діяльності, Всеукраїнська спілка вчених-економістів, Краківський економічний університет, Молдавська економічна академія.

Предметом обговорення на конференції стануть найбільш актуальні та гострі для суспільства питання:

- реалії, виклики та можливості для розвитку підприємництва в Україні в умовах децентралізації регіонів;
- державна регуляторна політика в системі забезпечення розвитку підприємницької діяльності;
- проблеми та напрями удосконалення системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів підприємницької діяльності;
- розвиток експортного потенціалу суб'єктів підприємницької діяльності в контексті євроінтеграції України;
- розвиток інноваційного потенціалу суб'єктів підприємницької діяльності як фактор підвищення їх конкурентоспроможності;
- механізми фінансування розвитку підприємництва;
- моделі партнерства у бізнесі як основа його стійкого розвитку;
- проблеми та напрями забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності.

Збірник матеріалів конференції містить 93 тези доповідей її учасників, що свідчить про значущість проблематики, яка обговорюватиметься на цьому поважному зібранні.

Переконаний, що участь у конференції, дискусії, обмін досвідом та ділове спілкування нададуть усім її учасникам нових імпульсів для творчості та наукових надбань.

**З повагою,**

**Ректор Київського національного торговельно-економічного університету доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України**



**А.А. Мазаракі**

## **НАПРЯМКИ ДЕРЖАВНОГО ВПЛИВУ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

У сучасних умовах економічного розвитку України особливого значення отримують питання нарощення експортного потенціалу підприємств. Протягом 2014-2015 років різко знизились обсяги експорту вугілля та металургійної продукції, що обумовило негативний вплив на сальдо валютного балансу і стрімке зниження курсу національної валюти. Покращення економічної ситуації можливе головним чином завдяки нарощення експортного потенціалу підприємств, що потребує впровадження комплексу заходів інформаційного, організаційного та економічного напрямків.

Отже, можна виділити наступні напрямки державного впливу щодо підвищення експортного потенціалу підприємств:

1. Підвищення поінформованості підприємців щодо правил та особливостей ведення міжнародної торгівлі.

Для ведення міжнародної торгівлі однією з найбільших перепон для вітчизняних підприємств є брак інформації щодо особливостей торгівлі у різних країнах, стандартів якості, митного оформлення та отримання платежів, що значно підвищує рівень ризику міжнародної співпраці вітчизняних підприємств. Окремим питанням можна виділити інформованість щодо особливостей роботи з біржами, міжнародними торговельними мережами та ін.

2. Спрощення митного оформлення товару та отримання (здійснення) платежів.

Міжнародна торгівля супроводжується додатковими засобами державного контролю надходження коштів і експорту товару. Таким чином, на кожному з етапів державою створені перепони і фактори корупції.

3. Спрощення системи та забезпечення своєчасного та повного відшкодування податку на додану вартість (ПДВ) та інших платежів зі сторони держави не залежно від розмірів підприємства, обсягу продаж та систематичності діяльності.

Відшкодування ПДВ складає значні суми у процесі економічної діяльності суб'єктів підприємництва. Тривалі затримки відшкодування зумовлює підприємства відносити ПДВ кредит до потенційних витрат. Таким чином, для прибуткової діяльності вони стають

вимушеними піднімати ціни реалізації, що обумовить зниження конкурентоспроможності на міжнародному ринку і відповідного зниження експортного потенціалу підприємств. Таким чином, затримки державними органами подібних платежів безпосередньо знижують експортний потенціал вітчизняних підприємств.

Отже, експортний потенціал підприємств є результатом створених умов для їх економічної діяльності що включає інформаційні, організаційні та економічні складові.

**Афанасьєв К.М., канд. екон. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах невизначеності навколишнього середовища та постійних змін в економіці актуальним є пошук компанією правильного шляху до розробки своєї стратегії. В переважній більшості сучасних джерел в області стратегічного менеджменту поняття стратегії розвитку підприємства розглядається з точки зору цілей її розробки, що пов'язані із підтримкою конкурентоспроможності підприємства на ринку, тобто конкурентної стратегії.

Підходи до типізації стратегій систематизовані в роботі Г. Мінцберга [1]. Не дивлячись на наявність великої кількості шкіл, які сформувалися протягом останніх 50-ти років, можна виділити основні підходи до розробки стратегій розвитку підприємств.

Прихильники класичного підходу (ринкової конкурентної переваги), переважно спеціалісти Гарвардської школи (М. Портер) вважають, що стратегічна успішність компанії обумовлено чіткою орієнтацією на ринки збуту і практичним застосуванням однієї із базових стратегій, які є універсальними: лідерства у зниженні витрат; стратегії диференціації та фокусування на конкретному сегменті [2]. В даному випадку стратегічний успіх компанії залежить від галузі, в якій вона конкурує з іншими компаніями та від її конкурентної позиції в цій галузі. Приваблива конкурентна позиція має місце за умови успішної реалізації інноваційного потенціалу завдяки використанню нових технологій; виробництву продукції найвищої якості зі специфічними характеристиками, підвищеною

функціональністю, якісним сервісом; передбачається концентрація зусиль на певному географічному регіоні, групі споживачів.

Ресурсний підхід до розробки та впровадження ефективної стратегії розвитку підприємства розглядається як альтернатива ринково-орієнтованому підходу. На думку прихильників даного підходу (Е. Рюлі, Р. Холл), орієнтація на певні ринки збуту не гарантує успіх компанії в довгостроковій перспективі [3, 4]. Науковці вважають, що ринково орієнтований підхід не в повній мірі враховує організаційні, соціальні, науково-психологічні фактори стратегічної поведінки підприємства. Ресурсний підхід базується на твердженні, що положення підприємства на ринку визначається його ресурсним потенціалом і в основі вибору стратегії підприємства є наявність у нього ресурсів та здатності управляти ними. За даним підходом конкурентоспроможність підприємства в довгостроковій перспективі залежить від правильного вибору ресурсів і спроможності управляти комбінацією ресурсів краще, оригінальніше і швидше за конкурентів. Таким чином, ресурсний підхід підприємства до розробки стратегії спрямований на досягнення конкурентної переваги через використання ресурсів, можливостей та ключових компетенцій.

Третій підхід, що отримав назву «Модель Дельта», інтегрує вищевказані підходи стратегічного менеджменту щодо розробки стратегії розвитку, дозволяє збільшити варіанти стратегічного позиціонування підприємства, розглядаючи його як розширене підприємство з комплексними рішеннями для клієнта [5]. В «Моделі Дельта» основний акцент зроблено на клієнта, що в меншій мірі використовувалося в інших підходах. Порівняльна характеристика трьох основних підходів до розробки стратегії компанії наведена в таблиці 1.

*Таблиця 1*

### **Порівняльна характеристика підходів до розробки стратегії розвитку підприємства**

	Ринковий підхід	Ресурсний підхід	Модель Дельта
Фокусування стратегії	Галузь/бізнес	Корпорація	Розширене підприємство (компанія, клієнт, постачальники, допоміжні /обслуговуючі компанії)
Тип конкурентної переваги	Зниження витрат/диференціація/фокусування на конкретному сегменті	Ресурси, можливості, ключові компетенції	Кращий продукт, комплексні клієнтські рішення, системна замкнутість

Існуючі відмінності між трьома стратегічними підходами не є перешкодою для використання позитивних сторін кожного з них. З цієї точки зору, всі три підходи можна розглядати, як такі, що доповнюють один до одного. Кожний підхід несе релевантну інформацію, яка може бути використана підприємством. Різноманітність поглядів на проблему формування стратегії розвитку підприємства дозволяє зрозуміти багатогранність та складність ринкового середовища та практики ведення бізнесу.

### **Список використаних джерел**

1. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг Г., Б. Альстренд, Дж. Лэмпел; Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2000. – 336 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; Пер. с англ. – 3-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
3. Рюли Э. Управление ресурсами как фактор стратегического успеха / Э. Рюли // Проблемы теории и практики управления. - 1995. - № 6. - с. 102-107.
4. Hall R. A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage успеха / R. Hall // Strategic Management journal, 1993. - №14. - p. 607-618.
5. Nah Arnoldo C. The Delta Model. Reinventing Your Business Strategy/ Arnoldo C. Nah. – Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology. - Springer, 2010. - 235 p.

**Бай С.І., д-р екон. наук, проф., зав. кафедри,**

**Розман А.М., асп.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасному висококонкурентному оточенні індивідуальні переваги торговельного підприємства значною мірою залежать від нематеріальних активів. Такі важливі складові як ідеологія



управління, ціннісні орієнтації, очікування створюють реальне підґрунтя для позитивного сприйняття та відповідної оцінки підприємства ринком. В останні роки простежується підвищений інтерес теоретиків та практиків менеджменту до ролі ділової репутації в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Аналітики відзначають, що підвищення індексу ділової репутації підприємства на 1% дає приріст її ринкової вартості на 3% [1]. Понад 80% керівників підприємств з рейтингу Fortune 500 вважають ділову репутацію таким же важливим активом, як і фінансовий стан підприємства. Рішення про інвестиції у підприємство приймається на основі позитивної ділової репутації в США й Канаді 26-28% інвесторів, у Японії – 22%, у Західній Європі – 21-33% [2].

Формування позитивного іміджу, побудова довірливих відносин з покупцями, партнерами, постачальниками, а також створення відмінної ділової репутації дозволяє торговельному підприємству збільшувати прибутковість та максимізувати його цінність. Репутація торговельного підприємства формується під впливом цілого комплексу параметрів: ефективність менеджменту, етика ведення бізнесу, успішність бізнес-розвитку, якість послуг, операційні і фінансові показники, інформаційна активність, кадровий потенціал, соціальна відповідальність та ін. Підприємство з відмінною діловою репутацією може отримувати конкурентну перевагу перед іншими – наприклад, на більш вигідних умовах укладати контракти і залучати інвестиції, швидше та з меншими витратами нарощувати обсяги продажу.

Найбільш поширеним методом оцінки показників діяльності ділової репутації підприємства є репутаційні рейтинги. Останнім часом активну роботу в цьому напрямку проводять також і вітчизняні компанії та аналітичні агенції. Зокрема у 2015 р. засновано рейтинг якості управління корпоративною репутацією, що дозволяє оцінити ділову репутацію підприємств за такими критеріями, як репутаційна стабільність, медійна активність, інноваційний підхід, іміджевий капітал, антикризова програма [3]. Серед торговельних підприємств, які очолили рейтинг цього року, варто відзначити ТОВ «Rozetka.ua» (39,6 балів), ТОВ «Zarina» (39,3 бали), ТОВ «Watsons» (39,1 бал), ДП «Adidas Україна» (36,3 бали) та ТОВ «Ашан Україна» (34,2 бали). Ці підприємства продемонстрували усвідомлення цінності репутаційного бренду та одними з перших в Україні розпочали впроваджувати ефективну систему репутаційного менеджменту.

Управління діловою репутацією підприємства торгівлі слід здійснювати у наступній послідовності: 1) ідентифікація ключових репутаційних аудиторій (партнери по власності, споживачі, персонал, конкуренти [4]); 2) дослідження того, як репутаційні аудиторії сприймають підприємство; 3) встановлення показників (дій, рішень), найбільш відповідних для цих аудиторій; 4) профілювання – опис того, як підприємство здійснюватиме комунікацію згідно з встановленими показниками; 5) реалізація репутаційних ініціатив; 6) оцінювання ефекту від репутаційних ініціатив [5].

Необхідними умовами підвищення конкурентоспроможності вітчизняних торговельних підприємств є: розвинення методологічних засад репутаційного менеджменту; формування дієвого механізму управління діловою репутацією; подальша розробка методів її оцінки з урахуванням умов українського бізнес-середовища та стратегій реалізації заходів щодо формування й використання позитивної ділової репутації підприємств.

### **Список використаних джерел**

1. Щербакова К. Ділова репутація як складова конкурентоспроможності підприємства [Текст] / К. Щербакова // Економіка. – 2010. – № 2 (102). – с. 58-63.
2. Гребешкова О. М. Ділова репутація як стратегічний актив компанії [Текст] / О. М. Гребешкова, О. В. Шиманська // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2007. – Вип. 1-2. – С.493-502.
3. Каневский И. Репутационные активисты: Рейтинг качества управления корпоративной репутацией [Текст] / И. Каневский, Е. Деревянко, Н. Кононенко // Бизнес. – 2015. - № 13 (1156). – С. 16-40.
4. Олейник И. Плюс минус репутация [Текст] / И. Олейник, А. Лапшов. – Самара: Бахрах-М, 2003. – 192 с.
5. Fombrun C. J. Saving Face for Corporate Value [Text] / C. J. Fombrun, K. U. Nielsen, N. G. Trad // Communication Director. – 2008. – V 1. – P. 80 – 84.

**Барно О.М., д-р пед. наук, доктор філософії, проф.,  
Переяслав-Хмельницький педагогічний університет Україна,  
академік Міжнародної академії з креативної педагогіки**

## **ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ**

Енергетична галузь України розвивається хаотично і неузгоджено, оскільки її становище не закріплене законодавчо. Тому будь-яке запровадження позитивного міжнародного досвіду потребує дуже виваженого, чіткого і динамічного законодавчого врегулювання. Це ж стосується імплементації у національну політику України положень Конвенцій, прийнятих у Ріо-де-Жанейро в 1992 році, спрямованих не лише на локалізацію впливу зміни клімату, використання відновлюваних джерел енергії, збереження біологічного різноманіття, а й на сталий розвиток держави з такими її пріоритетними національними інтересами в енергетичній галузі:

- забезпечення економіки та населення країни паливом та енергією в повному обсязі, достатній кількості і за прийнятними цінами;

- зниження рівня енергетичної залежності країни;

- створення сприятливого для країни середовища для взаємодії на міжнародному рівні з партнерами у енергетичній сфері;

- забезпечення надійності постачання в країну енергоносіїв та недопущення використання енергетичного фактору для тиску на керівництво країни;

- підвищення ефективності при видобутку, транспортуванні та споживанні енергетичних ресурсів;

- зменшення екологічного впливу енергетичних виробництв до прийнятних рівнів, які забезпечують нормальну життєдіяльність суспільства;

- виключення соціальної напруги і конфліктів, пов'язаних із функціонуванням енергетичної сфери.

У законодавстві є такі прогалини, які не відповідають зазначеним положенням Конвенцій Ріо:

- відсутній єдиний механізм прийняття законів та укладення міжнародних угод у енергетики царині;

- документи, що стають частиною нормативно-правової бази України, часто не відповідають вимогам європейського законодавства. Крім того, іноді важко простежити чіткий зв'язок між цілями документа і конкретними заходами для їх досягнення;

- система управління енергетикою неефективна і не забезпечує потреб української економіки;

- певною мірою має місце недостатність сировинних ресурсів і неможливість їх ефективного використання.

Потрібно подолати і проблеми, пов'язані з впливом паливно-енергетичного комплексу на довкілля, адже викиди забруднюючих речовин підприємств ПЕК (з них 70% - теплоенергетика) становлять 40% викидів усіх галузей економіки України і 58% від стаціонарних джерел забруднення. Зростають викиди парникових газів, відходів вуглевидобутку і вуглезбагачення, обсяги використання свіжої води.

Прагнучи отримати членство у Європейському Союзі, Україна має розробити національну політику, яка не просто буде відповідати Конвенціям ООН про зміну клімату, а й сприятиме підвищенню ефективності використання енергії у відповідних секторах національної економіки. Потрібно проводити дослідження, розробку, сприяння широкому використанню та впровадженню нових і відновлюваних видів енергії, а також технологій поглинання двоокису вуглецю та екологічно безпечних технологій. Поступово скорочувати або усувати ринкові диспропорції, фіскальні стимули, звільняти від податків та мита, що суперечить цілям Конвенції, галузі що є джерелами викидів парникових газів. Є потреба і в обмеженні і скороченні викидів метану шляхом рекуперації та його повторного використання у процесі видалення відходів, а також у виробництві, транспортуванні та розподілі енергії.

Тож слід не просто розробити законодавчо-нормативну базу для сталого управління природними ресурсами, а й розвивати та диверсифікувати джерела енергії. На державному рівні має бути розроблено Стратегію та Національний план дій зі збереження біологічного розмаїття, адаптації до зміни клімату та боротьби з опустелюванням і деградацією земель. Є над чим працювати і у плані підвищення енергоефективності виробництва: вона може зрости на 25% до 2015 року та до 50% до 2020 року порівняно з базовим роком завдяки впровадженню ресурсозбереження в енергетиці та галузях, що споживають енергію й енергоносії.

Нещодавно введений урядом надзвичайний стан в енергетичній галузі дає можливість майже в ручному режимі управляти газотранспортною системою, видобутком і розпоряджатися цим ресурсом аж до зрозумілого алгоритму відбору цих енергоносіїв з подальшою формулою розрахунку. В принципі, це нічого особливо не змінює, окрім того, що врегульовує відносини між власниками у

приватному секторі економіки, який працює в енергетичній галузі, і займається в тому числі видобутком, транспортуванням і розподілом енергії. Але, наприклад, нічого не відбувається і не запропоновано щодо того, як Україна буде виживати в умовах обмеженого балансу первинних енергоносіїв.

Що стосується електроенергії, то тут нема великих проблем. Навпаки, можуть бути певні переваги, якщо будемо правильно підходити до цього питання. А щодо забезпечення тепла - близько 40% газу споживає населення. Головне - опалення, і якщо буде знижений тиск, то це може відобразитися на структурі споживання в цілому по країні з огляду на перерозподіл. Наприклад, збільшиться споживання електроенергії. Головна проблема для споживачів і регіональних компаній - це забезпечення пропускної здатності мереж. Це єдине гальмо, яке не дасть змоги більшою мірою забезпечити всіх споживачів.

Населення має можливість перейти на комбіновані системи енергозабезпечення - диверсифікація завжди дає можливість оперувати, оптимізувати і маневрувати енергоресурсами залежно від їх вартості, наявності, надійності тих чи інших систем енергозабезпечення. Наприклад, можна замінити газові опалювальні котли на електричні чи пеллетні.

В умовах дефіциту коштів, відсутності інвестицій у будівельну, технологічну складову ресурсом організаційної політики є енергоменеджмент і енергоаудит. Для кожного підприємства ці заходи, рекомендації на основі енергоаудиту є специфічними. Адже будівлі особливі, втрати енергії розподілено по-особливому, умови особливі, мережі різні, системи енергозабезпечення працюють за різним типом первинної енергії. Виробничий процес чи використання цих енергоресурсів теж відрізняється. Організаційна складова може дати 15-20% економії практично без вкладання коштів, а це, в свою чергу, зниження витрат на виробництво і, відповідно, - собівартості кінцевої продукції.

Наприклад, Київський національний університет технологій та дизайну три роки тому почав займатися проблемою енергоефективності і економії енергоресурсів. З того часу зросли тарифи, все змінилося, а сума оплати за енергоносії як була 7 млн грн, так і залишилася.

В університеті розроблено програмний документ, який встановлює пріоритети в частині використання енергоносіїв і води у навчальних корпусах і гуртожитках. Змінено електро- і

теплопостачання (в частині обладнання та технологій), запроваджуються організаційні заходи та інноваційні речі, наприклад, створено програмно-технічний комплекс, який поєднує засоби обліку з об'єднаним програмним середовищем, що в режимі реального часу створює базу даних, на основі аналізу якої приймаються ті чи інші управлінські рішення. Відключено все, що не повинно горіти, встановлено датчики руху на сходах, в коридорах. Але основна економія йде в теплі: від опалення відключено ті приміщення, які з різних причин не використовуються.

Розвиток альтернативних джерел енергії впирається в економіку. Це - ціна питання. Якщо ми будемо платити європейську ціну за енергоносії, тоді треба створювати законодавче поле, яке пройшли європейські країни. І якщо у нас тарифи не сприяють розвитку альтернативних джерел, то в західній Європі всі тарифи однакові - що з поновлюваних джерел, що з традиційних.

Використання біопалива для котелень можливе, але стримується великими капітальними видатками, пов'язаними з переобладнанням наявних мереж.

Основний показник якості енергетики - це її надійність. Ми зараз перебуваємо в нестационарному перехідному режимі. І тут важливі саме ті люди, які вміють вирішувати питання маневрування енергоносіями і енергоресурсами як на рівні підприємства, так і на рівні енергосистеми для того, щоб ця система витримала, щоб вона була збалансована у найбільш пікові, найбільш незручні, небезпечні режими.

Якщо відверто, то не можна сказати, що Україна знаходиться у вкрай критичній ситуації. Чому? Тому, що наша залежність від газу лежить у площині промисловості - тій, яка утворює бюджет, проте не є такою, що завтра все обвалиться. Так, це буде складний період - просто зросте частка вугілля, десь заміниться біопаливом тощо. Це все можливо і залежить від того, чи здатна влада все це нормативно врегулювати.

### **Список використаних джерел**

1. Власюк О.С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку / О.С. Власюк; Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України. - К., 2008. - 48 с.
2. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення: [монографія] / В.Т. Шлемко, І.Ф. Бінько. - К. : НІСД. - 1997. - 144 с.

3. Економічна безпека: навч. посіб. / З.С. Варналій [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. З. С. Варналія / З. С. Варналій . - К. : Знання, 2009. - 647 с.
4. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення / М.М. Єрмошенко. - К. : КНТЕУ, 2001. - 309 с.
5. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України. Наказ Міністерства економіки України від 02.03.2007 №60 [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. - Режим доступу: [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=97980&cat\\_id=38738](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738).
6. Мішина І. Г. Економічна безпека в умовах ринкових трансформацій : дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.01. / І. Г. Мішина. - Донецьк, 2007. - 235 с.
7. Пастернак-Таранушенко Г.А. Економічна безпека держави. Методологія забезпечення : монографія / Г.А. Пастернак-Таранушенко-К. : Київський ек-ний інститут менеджменту, 2003. - 320 с.
8. Стан енергетичної безпеки України (оцінка та методологія розрахунку) [Електронний ресурс] // Управління макроекономічного прогнозування Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

**Березін О.В., д-р екон. наук, проф., зав. кафедри,  
ВНЗ Укоопспілка «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Проблема забезпечення інвестиційної привабливості аграрних підприємств в умовах посилення конкуренції набуває першочергового значення.

Низький рівень інвестиційної привабливості більшості аграрних підприємств пояснюється декількома аспектами. Так, спостерігається абсолютне зменшення кількості ресурсів, що використовуються; порушується їх структура; гальмом є техніко-технологічне відставання аграрних підприємств.

Зауважимо, що до кінцевого результату присутності аграрних підприємств на ринку належить не лише кінцевий продукт, а й ціна його досягнення, рівень соціально-економічної ефективності господарювання, адже господарський потенціал характеризується сукупністю земельних ресурсів і природних умов, основних і оборотних засобів, трудових ресурсів, які знаходяться у розпорядженні суб'єктів ринку.

Саме функція виробництва дає можливість поєднувати вхідні ресурси аграрних підприємств у різних пропорціях, а з розвитком технологічного прогресу та зміни функції виробництва суб'єкт господарювання може отримати більше продукції за фіксованого набору вхідного ресурсного забезпечення.

Аграрні підприємства як суб'єкти господарювання, постійно намагаються знайти економічно ефективні, оптимізовані способи виробництва продовольства.

Значний вплив на рівень інвестиційної привабливості аграрних підприємств має рівень менеджменту, від чого залежить обґрунтованість будь-яких господарських рішень. Крім того, існує потреба забезпечення збалансованого розвитку засобів виробництва і персоналу аграрних підприємств, їхньої якісної та кількісної відповідності. Інноваційна політика аграрних підприємств має бути спрямованою на формування техніко-технологічного забезпечення, яке віддзеркалює сучасні напрями інноваційного оновлення галузі.

В аграрних підприємствах значною мірою переважає ручна праця, що зумовлює необхідність її заміни на технічно і технологічно оснащену, що забезпечить зменшення витрат усіх видів ресурсів на одиницю створеного продукту.

Має бути продовженим пошук і впровадження інноваційних форм участі працівників у господарському процесі.

Найбільший господарський ефект досягається у разі, коли користувачі чинників виробництва водночас є їхніми власниками. Однак, подібне поєднання навряд чи може бути загальним та широкомасштабним, оскільки це означає, що усі члени суспільства мають бути не лише номінальними, а й функціонуючими власниками, виконавцями оперативних розпорядчих функцій. Проте, кожен крок з наближення до такого поєднання чинників виробництва робить їх функціонування інтенсивнішим, підвищуючи результативність господарського процесу.

Отже, спосіб виробництва є технологічно ефективним, якщо не існує ніякого іншого способу, за якого для виробництва певного



обсягу продукції використовується менша кількість одного виду ресурсів, за тієї умови, що ресурсів будь-якого іншого виду витрачається не більше. Таким чином, можна стверджувати, що спосіб виробництва в аграрних підприємствах є технологічно ефективним, якщо обсяг виробленої сільськогосподарської сировини, продукції та готових до споживання продуктів харчування є максимально можливим за використання заздалегідь визначених обсягів ресурсів.

Звідси висновок, що формування аграрними підприємствами інвестиційної привабливості та забезпечення економічної ефективності господарської діяльності, можливе за умови визначення відповідної вартості усіх видів використовуваних ресурсів. Тому будь-яке як економічне, так і інженерно-технічне рішення, що ухвалюється аграрним підприємством, має спиратися на опрацювання технологічних карт вирощування сільськогосподарських культур, виробництва тваринницької продукції з обов'язковим урахуванням конкретних умов і можливостей, виходячи з потреб у відповідних ресурсах на певний період часу. Формування ресурсів з метою виготовлення аграрними підприємствами товарного забезпечення національного продовольчого ринку має відбуватися з урахуванням виду продукції, природно-кліматичних умов, наявних виробничих потужностей, якості персоналу, фінансових можливостей суб'єктів ринку.

**Березіна Л.М., д-р екон. наук, проф.,  
Полтавська державна аграрна академія**

## **АГРАРНІ ПІДПРИЄМСТВА: ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Формування економічної безпеки аграрних підприємств відбувається під впливом позитивних зрушень як наслідку процесів реформування національної економіки України. Разом з тим, отриманих результатів нині недостатньо для створення гарантованої продовольчої безпеки держави, що вимагає подальших досліджень механізмів формування і зміцнення економічної безпеки аграрних підприємств як продуцентів ресурсного забезпечення національного продовольчого ринку.

Нагадаємо, що ринок споживачів продукції аграрних підприємств формується під впливом низки чинників, а його прояв можна спостерігати за динамікою попиту на певні види продовольства, який зумовлений рівнем доходів населення, цін на продовольчі товари тощо.

З позицій системності продовольчого ринку України, він має відмінні специфічні особливості, перебуває під впливом низки різноманітних чинників і умов. Аграрні підприємства є головним джерелом забезпечення національного продовольчого ринку товарними ресурсами власного виробництва, значною мірою вони також виконують функції переробки сільськогосподарської сировини у готові до споживання продукти харчування, здійснюють їх транспортування, зберігання, реалізацію. Звідси випливає висновок про те, що аграрні підприємства варто розглядати як утворювачів низки специфічних відмінностей, сукупна дія яких зумовлює функціональну спрямованість будь-яких регіональних ринків продовольства як складових національного продовольчого ринку. Тому продовольча безпека національного продовольчого ринку зумовлює необхідність формування надійної економічної безпеки самих аграрних підприємств.

На необхідність формування економічної безпеки аграрних підприємств впливає низка чинників, де відмінності регіонального господарювання ми розглядаємо як пріоритетні, адже саме вони забезпечують як економічні, так і соціальні умови для організації ефективності праці, у тому числі і на аграрних підприємствах.

Формування економічної безпеки аграрних підприємств потребує широкого інструментарію, господарське використання якого сприяє обґрунтуванню та обранню прийняттого альтернативного варіанту власної поведінки на ринку.

Економічна безпека функціонування аграрних підприємств знайшла надзвичайно широке відображення у спеціальній економічній літературі. Так, більшість авторів розглядають економічну безпеку як стан економіки, що гарантує стійке економічне зростання, належне задоволення потреб членів суспільства, ефективне управління процесами господарської діяльності, захист економічних інтересів усіх учасників ринку. У цілому погоджуючись з таким трактування економічної безпеки, доповнимо, що це і відповідний стан ресурсного забезпечення аграрних підприємств, за якого гарантується високий рівень ефективності використання окремих його складових, досягається сталість господарського функціонування

та динамічність подальшого розвитку аграрних підприємств, конкурентний статус яких дозволяє їм протистояти від'ємному впливу та загрозам зовнішнього оточення.

Отже, головною метою економічної безпеки аграрних підприємств ми вбачаємо у забезпеченні їх сталого господарського функціонування та ефективного використання накопиченого ресурсного потенціалу.

Важливого значення при цьому набуває здатність менеджменту аграрних підприємств формувати таку економічну безпеку, убезпечити суб'єкти господарювання від загроз зовнішнього оточення.

Зауважимо, що без належної організації забезпечення економічної безпеки аграрних підприємств не буде ефективним, тому у таких процесах варто інтегрувати низку заходів, змістом яких є накопичення ресурсного потенціалу, обґрунтування стратегічних альтернатив господарського розвитку, формування інноваційних механізмів управління тощо.

Виходячи з цього, аспекти управління економічною безпекою аграрних підприємств варто розглядати як органічну складову загальних механізмів управління, вектор дії яких спрямований на відсіч будь-яким зовнішнім загрозам. Саме відсутність цього нерідко зумовлює кризові явища у господарській діяльності аграрних підприємств.

**Бідюк А.М., директор Центру бізнес-освіти Інституту вищої кваліфікації,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **БІЗНЕС-ОСВІТА І БІЗНЕС: ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ**

Розвиток сучасної економіки і загострення конкуренції на внутрішніх і міжнародних ринках створюють ситуацію, в якій досягнути комерційного успіху можуть тільки компанії, які мають реальні конкурентні переваги. В епоху економіки знань основним фактором їх конкурентоспроможності і економічного зростання є інтелектуальні ресурси.

Особлива увага в корпораціях приділяється формуванню людського капіталу, стимулюванню творчості, особистої

зацікавленості, ділової активності і мотивації співробітників. Формування людських ресурсів потребує додаткових інвестицій в освіту і професійну підготовку працівників. Саме тому все більша кількість великих компаній перетворюється в головних споживачів освітніх послуг сучасних шкіл бізнесу, яким доводиться розглядати своїх студентів як клієнтів або партнерів по навчанню.

Ефективність підвищення кваліфікації керівних кадрів залежить від ефективності взаємодії бізнесу із бізнес-освітою. В Україні, на жаль, до цього часу зберігається досить слабкий зв'язок бізнесу і бізнес-шкіл.

Україна намагається стати привабливою країною для іноземних інвестицій. Тому для неї дуже важливим є розвиток кадрового потенціалу, насамперед у сфері топ-менеджменту. Саме для цього й покликана бізнес-освіта, до якої перш за все слід віднести програми MBA.

Програми MBA завоювали міцну позицію на ринку освітніх послуг, не дивлячись на поки що суперечливе ставлення до них з боку бізнесу, який говорить про надлишкову академічність програм і відірваність від практики. Слід відмітити, що практика, про відірваність від якої так часто говорять, - сама по собі сфера неоднорідна і в ній присутній конфлікт інтересів. Так, для корпорації головна потреба – освіта заради результату, заради реалізації своїх стратегій, а також для підвищення якості свого персоналу.

Потреби індивідуумів – це перш за все розвиток кар'єри як в організаціях, де вони працюють, так і самостійно, намагання підвищити свій статус і дохід. Однак потреби топ-менеджерів, а також власників дещо інші – це нове бачення реальності, здатність генерувати нові ідеї, розуміти сучасні тенденції в бізнесі і використовувати їх на користь своїх компаній. Потреба підприємців, яку вони бажають задовольнити навчаючись за програмою MBA, – особистий успіх в бізнесі. Очевидно, що потреби різних категорій слухачів і їх професійна кваліфікація знаходиться в певному протиріччі з точки зору пріоритетів. Відповідно, професорсько-викладацький склад повинен навчитися підходити до своєї тематики комплексно, з урахуванням специфіки аудиторії. Особлива відповідальність покладена на укладачів програм. В ідеалі, розробка програм повинна здійснюватися спільно з представниками бізнесу для підвищення їх ефективності та посилення практичної спрямованості.

Нарешті, сама бізнес-спільнота потребує отримання бізнес-освіти для становлення, зміцнення, розвитку свого професіоналізму,

своєї ідентифікації серед спеціалістів. Саме тому бізнесмени повинні активно включатися у розвиток бізнес-освіти і як спонсори, і як викладачі, і як консультанти бізнес-шкіл.

Бізнес-школа, яка формує бізнес-бачення, дає знання, сприяє відпрацюванню навиків практичної діяльності і яка об'єднує своїх слухачів (бо контакти між слухачами рідко настільки ж безцінні, як і сам диплом і знання, які за ним стоять), багато в чому визначає і їх подальший шлях в бізнесі.

При цьому, перш за все, саме завдяки слухачам і випускникам бізнес-школа отримує зворотній зв'язок з різних компаній, що забезпечує постійне оновлення навчальних матеріалів. Випускники після навчання інтегрують свої новітні знання і досвід в роботу, що дозволяє їм займати вищі позиції в бізнесі і сприяти подальшому розвитку компанії.

Особливість сучасної бізнес-освіти – її намагання увійти в систему управління знаннями корпоративних замовників. Корпоративні програми покликані створити управлінську команду на дуже високому рівні. Програми, побудовані під корпоративного замовника враховують специфіку бізнесу компанії, максимально адаптуються до цілей і завдань, чітко відповідають плану стратегічного розвитку. Освітній процес за такими програмами повинен направлятися компанією і в ньому повинні брати участь якомога більше внутрішніх фахівців компанії. Таким чином, сутність співробітництва бізнес-школи і компанії зводиться до взаємного збагачення знаннями [1].

Інститут вищої кваліфікації має досвід такого співробітництва з компанією McDonald's Ukraine щодо розробки та реалізації програми MBA-Управління розвитком бізнесу.

У результаті кризового періоду, який, хочеться сподіватися, невдовзі закінчиться має відбутися низка позитивних змін у програмах MBA і бізнес-освіті в цілому. Бізнес-школи повинні усвідомити необхідність новаторських підходів і структурних змін в бізнес-освіті, а також вийти на принципово інший рівень взаємодії з бізнес-спільнотою.

### **Список використаних джерел**

1. Жильцова С.В. MBA – школа бизнеса // Бизнес-образование. – 2009. – № 1 (26) – С.17-24.

**Білявська Ю.В., канд. екон. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет  
Білявський В.М., канд. екон. наук, доц.,  
Національний авіаційний університет**

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Досягнення цілей і завдань, що стоять перед сучасними підприємствами усіх форм власності, організаційно-правових форм та галузевої належності, в умовах трансформаційних процесів у економіці, нестабільності політичної та соціально-економічної ситуації в країні вимагає вирішення питань, що пов'язані із удосконаленням традиційних методів управління підприємством та пошуком нових, які б забезпечували стійкий економічний стан і розвиток підприємства.

Основою забезпечення стійкого функціонування підприємств та їх здатності до розвитку є забезпечення належного рівня конкурентоспроможності, прибутковості, платоспроможності, стійкості та, як наслідок, зростання ринкової вартості підприємства. Ці параметри залежать від ефективності управління ними як на рівні підприємства в цілому, так і від взаємоузгодженості дій усіх структурних підрозділів та фахівців підприємства. Практичне розв'язання цього завдання має забезпечувати інноваційна діяльність, як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства

Цей процес можна розглядати як важливу передумову адаптації підприємства до ринкових умов господарювання та суттєву запоруку його життєздатності й успішності у конкурентному ринковому середовищі.

В Законі України «Про інноваційну діяльність» під інноваціями розуміється «...новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1].

Дослідження вітчизняного ринку інновації свідчать, що нововведення, які впроваджуються українськими підприємствами, орієнтовані на несуттєве удосконалення вже існуючої продукції та технологій її виробництва [2, с.77]. Причини низької інноваційної активності пов'язані, передусім, з тим, що основним джерелом фінансування імплементації нововведень сьогодні залишаються

власні кошти підприємств, які є обмеженими. Тому інновації у виробництво найчастіше проявляються у заміні морально застарілого обладнання. Проте цього не достатньо для забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку в майбутньому, що пов'язано із старінням (фізичним та моральним) існуючих технологій та динамічним розвитком нових.

Як наслідок, відставання підприємств України за інноваційною діяльністю від підприємств провідних країн світу не дозволяє їм забезпечити високу конкурентоспроможність, а відповідно, і стійке економічне зростання.

Вирішальним чинником підвищенні конкурентоспроможності підприємств є сприяння інноваційним процесам шляхом реалізації регіональних програм та адресної допомоги підприємствам [3] у пошуках шляхів більш ефективного використання власного капіталу з подальшим його вивільненням для інноваційних цілей, сприяння та забезпечення підвищення інвестиційної привабливості.

Таким чином, основою нового стратегічного курсу, його визначальним пріоритетом для нашої країни мають стати розроблення та реалізація програми, спрямованої на розвиток інноваційної моделі економічного зростання. Необхідно змінити пріоритети промислової політики України і перш за все здійснити переорієнтування промислового комплексу на розвиток високотехнологічних галузей. Інноваційний шлях розвитку дозволить не лише прискорити економічний розвиток держави, але й досягти необхідного рівня конкурентоспроможності.

### Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність : Закон України (зі змінами) : за станом на 04.07.2002 р. № 40-ІУ / Верховна Рада України — [Електронний ресурс] — Систем. Вимоги : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/NT/XP. — Web : [www.zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15](http://www.zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15).
2. Білявський В.М. Оптимізація процесу управління операційною системою підприємства / В.М. Білявський // Вісник Львів. комерц. акад. — 2013. — № 43. — С. 76–79.
3. Biliavskiy V. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees / V. Biliavskiy, J. Biliavska // Canadian Journal of Science and Education : journal — Toronto, 2014. — № 2 (6). — P. 684–695.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Найважливіша проблема будь-якого підприємства, що працює в сучасних умовах – це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми у створенні й реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі грамотно розробленої стратегії розвитку підприємства. Стратегія є об'єктивною засадою для формування відповідей на такі важливі для підприємства питання: в якій галузі або на яких ринках повинне функціонувати підприємство; як розподілити найефективніше обмежені ресурси; як вести конкурентну боротьбу.

Взагалі, стратегія повинна виконувати такі завдання: синтезувати в собі технічні, екологічні, економічні, управлінські та інші аспекти розвитку об'єкта управління; інтегрувати різні сторони керованого об'єкта, наприклад, для організації – місію, потенціал, структуру, корпоративну культуру, систему менеджменту та ін.; орієнтувати на досягнення не миттєвих завдань, а стратегічних цілей, що забезпечують задоволення стратегічних, громадських, корпоративних та особистих інтересів; втілювати в собі наукові досягнення в галузі економіки, техніки, управління і інших наук; бути гнучкою, враховуючи багатоваріантність стратегічних ситуацій, що виникають в просторі і в часі; концентрувати стратегічні і тактичні конкурентні переваги суб'єктів і об'єктів управління, зовнішнього середовища, знання, вміння і досвід всього колективу; бути помірно ризикованою, але не знижувати стратегічні переваги конкурентів і не занижувати свої переваги [1].

У дослідженнях присвячених конкурентоспроможності підприємства визначення поняття «конкурентоспроможність» пов'язане з такою характеристикою як, наявність конкурентних переваг. На думку М. Портера, конкурентоспроможність компанії залежить від конкурентної переваги, яке створюється і підтримується через сильно локалізовані процеси «ланцюг цінностей». Конкурентна перевага, відповідно, з визначення М. Портера, формується як результат здійснення безлічі окремих видів діяльності, що входять до складу процесів розроблення, виробництва, маркетингу, доставки та



обслуговування кожного продукту компанії. Кожен з цих видів діяльності може сприяти встановленню конкурентної позиції фірми у відношенні витрат і створити основу для диференціації. Різні види діяльності зі створення вартості являють собою окремі будівельні блоки, з яких складається картина конкурентних переваг. Порівняння ланцюгів створення вартості у компаній-конкурентів допомагає виявити відмінності, які лежать в основі конкурентних переваг. Поняття конкурентних переваг передбачає наявності у компанії потенційних можливостей бути краще своїх конкурентів [2].

Конкуренція відіграє важливу роль як рушійна сила розвитку економічних систем, змушує підприємців мобілізувати всю енергію і здібності для підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств. Розглянувши запропоновані М. Портером генеричні стратегії (лідерство у витратах, диференціація, фокусування), можна зробити висновок, що автор розглядає бізнес-стратегії як засіб захисту від конкурентних сил галузі, кожна з яких проводить з компанією боротьбу за частку прибутку [2].

Відомий японський аналітик К. Омає висунув свою класифікацію бізнес-стратегій. Згідно з цим, стратегії поділяються на ключові фактори успіху, відносна перевага, агресивні ініціативи, стратегічні ступені свободи. Його класифікація спрямована на пошук нових можливостей, що є принциповою відмінністю від «портерівської» класифікації. К. Омає орієнтується на досягнення переваг над конкурентами, покращення якостей товару та досягнення довгострокового процвітання [1]. Його стратегії є агресивними, налаштованими на атаку позицій конкурентів, інноваційність. К. Омає приділяє значно менше уваги прибутковості компанії, спрямовуючи стратегію на досягнення стійких конкурентних переваг. Головною ціллю стратегій є не захист від конкурентів з метою збереження високого прибутку, а постійний розвиток з метою атаки їх позицій та досягнення стратегічної переваги.

Таким чином, порівнявши дві класифікації базових конкурентних стратегій можна зробити висновок. По-перше, стратегії М. Портера спрямовані на захист від конкурентних сил та збереження прибутковості, в той час як стратегії К. Омає – на пошук стратегічних переваг та довгострокове процвітання. По-друге, ці дві класифікації абсолютно не накладаються одна на одну і їх одночасне використання не є проблемою. Більше того, для досягнення успіху компанія повинна використовувати паралельно як одну з стратегій К. Портера, так і стратегію за К. Омає.

## Список використаних джерел

1. Соціально-економічний розвиток України на початку XXI століття: Зб. доп. 76-ї наук. конф. студ. КНЕУ. 22-23 квіт. 2007 р. / Відпов. за вип.: М.І. Мирун, О.А. Петухова. – К.: КНЕУ, 2009. – 390с.
2. Майкл Е. Портер / Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов // Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

**Богославец Г.М., канд. екон. наук, доц.,**

**Трубей О.М., канд. екон. наук, доц.,**

**Київський національний торговельно-економічний університет**

### **ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

Споживчий ринок України функціонує в умовах глибокого економічного спаду через суттєве скорочення виробництва в реальному секторі економіки, падіння доходів населення та зростання рівня безробіття, різку девальвацію національної валюти, відтік капіталу та скорочення інвестиційного попиту, зростання інфляції, тінізацію економіки.

Існуюча структурна диспропорційність сукупного попиту, де споживчий попит становить більше 70% ВВП, а інвестиційний попит трохи більше 18%, не створює можливостей для здійснення модернізації і економічного зростання країни.

В той же час такі країни, як - Білорусь, Росія, Молдова, Болгарія та Румунія, що теж долають кризові процеси в економіці, інвестують у розвиток більше 23% ВВП. [3]

Негативній структурі сукупного попиту сприяли як бюджетна політика нашої держави протягом 2005-2008 рр., так і кредитна політика банків, що призвели до перерозподілу доходів на користь домогосподарств та їх попиту, на шкоду інвестиційному. Однак, навіть постійно зростаючий обсяг доходів населення, не став стимулятором розвитку вітчизняного виробництва великої кількості споживчих товарів, оскільки не був забезпечений власним виробничим потенціалом. Попит населення в значній мірі задовольнявся за рахунок зростання імпорту.

Це збільшило негативне сальдо зовнішньої торгівлі, що в умовах зупинки притоку іноземних інвестицій, призвело до проблем на валютному ринку і у банківській системі.

Звичайно, зміна в розподілі доходів сприяла збільшенню споживчого попиту і в цілому сукупного попиту, але негативно вплинула на нагромадження капіталу як джерела подальшого економічного зростання. За останні роки збільшення питомої частки споживчих витрат відбувалося за рахунок скорочення частки інвестицій, що не могло не позначитись на можливостях економічного зростання як споживчого ринку, так і економіки в цілому.

Треба підкреслити, що стимулювання споживчого попиту в основному за рахунок зростання доходів населення, в тому числі збільшення заробітної плати бюджетників, позитивно вплинуло на потенціал розвитку країни (частка видів економічної діяльності, що обслуговує споживчий попит зросла з 27,5% ВВП у 2000 році до 45,3% - у 2012 році), але вже вичерпало себе. В умовах незадовільного обсягу, асортименту і якості вітчизняних товарів розширення попиту призвело до зростання імпорту споживчих товарів, обсяги якого вже у 2012 році на 19,3% перевищили допустимі межі рівня економічної безпеки країни у 50%. [4] Така ситуація, в свою чергу погіршує умови і можливості економічного зростання власної економіки і стабільність споживчого ринку.

Імпортована продукція значною мірою складається з високотехнологічних товарів, складно-побутової техніки і автівок, і вже починаючи з 2008 р. не покривається обсягом експортованих сировини та товарів з низьким рівнем поглибленої переробки, які країна продає на зовнішніх ринках.

За останні два роки дефіцит торговельного балансу склав більше 16 млрд. дол. США (8,8 % ВВП). [2]

У теперішній час скорочення купівельної спроможності населення, відсутність зовнішніх запозичень, що покривали дефіцит балансу спричинили до загальної масової девальвації гривні. Через відтік депозитів і недостатність грошових ресурсів комерційні банки зупинили кредитування підприємств, що призвело до подальшого скорочення обсягів виробництва і посилює розбалансованість споживчого ринку.

В цих умовах зростання споживчого ринку відбувається за рахунок збільшення обсягів імпорту споживчих товарів. Так, тільки за останні п'ять років імпорт одягу зріс у 2 рази, взуття у 2,3 рази, а в

цілому частка споживчого імпорту зросла з 21 до 24%.[1] За розрахунками Державної служби статистики України питома вага продажу вітчизняних товарів у структурі оптового обороту впала з 70% - у 2005р. до 58,0% - у 2013р. Тенденція зменшення частки продажу споживчих товарів вітчизняного виробництва, свідчить про триваючу диспропорцію між попитом та пропозицією на споживчому ринку і не сприяє перебудові вітчизняного виробництва на задоволення потреб внутрішнього ринку і його розвиток.

Втім, незважаючи на зростання доходів населення рівень життя населення країни залишається вкрай низьким. Поєднання цього індикатора ринку з низькою конкурентоспроможністю вітчизняної продукції, недостатніми обсягами пропозиції через застарілу структуру виробництва і високу ступінь зносу обладнання та устаткування, призвело до нераціональної структури споживання, де витрати на купівлю продовольчих товарів становлять майже 55%, на непродовольчі товари трохи більше 35%, а на послуги біля 10%. Для порівняння, питома вага витрат на продукти харчування в Україні у структурі споживчого кошика становить більше 53% витрат, в той же час в країнах ЄС лише 15%.

Хоча частка послуг у споживчих витратах в останні роки суттєво збільшилася, але це зростання відбулося не за рахунок зростання фізичних обсягів, складу якості послуг, а за рахунок росту тарифів (електроенергія, газ, вода, зв'язок, і ін.)

Гостра політична і економічна криза, яку переживає Україна в 2014 і на початку 2015 років, для її подолання і підтримки економічного зростання країни вимагає невідкладних державних заходів як для стимулювання споживчого попиту за обсягами, раціоналізації його структури, так і інвестиційного попиту з метою забезпечення спроможності реального сектора задовольнити цей попит.

### **Список використаних джерел**

1. Структурні перетворення в Україні: передумови модернізації економіки України / А.П. Павлюк, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська. К. НІСД. 2012.
2. Перспективи економіки України в умовах глобальної макроекономічної нестабільності / Я.А. Жаліло, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська, А.П. Павлюк та ін. - К.: НІСД. 2013.

3. Україна. Меморандум про економічний розвиток. Стратегічний вибір щодо прискорення та підтримки зростання. / Світовий банк. Звіт №55895- ИА. 2010.
4. Моніторинг основних детермінант сукупного попиту в Україні. (Пухтаєвич Г.О., Ремізова І.А.) // Економіка: теорія та практика, №1 (3). 2014// с.26.

**Вавдійчик І.М., асист.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ТОВАРНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

Для забезпечення ефективної діяльності підприємств, в тому числі підприємств роздрібною торгівлі, необхідне залучення позикових ресурсів, що дозволяє розширити обсяги господарської діяльності, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу. Залучення позикових ресурсів обумовлене дефіцитом власних оборотних коштів. Дефіцит власних оборотних коштів для фінансування операційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі, зокрема для формування товарно-матеріальних запасів, спричиняє збільшення ризику ліквідності, оскільки підприємства в таких умовах не здатні вчасно погашати короткострокову заборгованість перед господарськими партнерами. Наявність дефіциту власних оборотних коштів обумовлює існуючий механізм фінансування підприємств роздрібною торгівлі, в якому переважають зовнішні джерела фінансування, в тому числі й для формування товарних ресурсів. Виходячи із ситуації, що існує, основним джерелом фінансування товарних ресурсів підприємствами роздрібною торгівлі України залишається кредиторська заборгованість. За твердженням В.Д. Лагутіна залишається гострою проблема відносини між виробниками-постачальниками і підприємствами торгівлі. Великі магазини набувають усе більшої ваги на ринку, а тому висувають до своїх партнерів – виробників і постачальників – нові більш жорсткі вимоги, що мають системний характер. Це, зокрема, вартість входження, маркетинговий бонус та ін. Роздрібні мережі домагаються для себе відстрочення оплати (навіть 30-60 днів), що спрямувати отримані ресурси на розвиток [1, с.224]. Підтвердженням даної тези (щодо

фінансування підприємствами роздрібною торгівлі товарно-матеріальних запасів за рахунок кредиторської заборгованості) може слугувати дослідження динаміки обсягу власних оборотних коштів підприємств роздрібною торгівлі, яка наведена в таблиці 1.

*Таблиця 1*

**Питома вага власних оборотних коштів в товарних ресурсах підприємств України за 2009-2013 роки\***

Показник	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Власні оборотні кошти, млрд. грн.	-2,673	-2,997	0,443	-1,175	1,396
Собівартість товарних ресурсів, млрд. грн.	124,501	162,229	221,478	296,357	273,160
Питома вага власних оборотних коштів в собівартості товарних ресурсів, %	-2,15	-1,85	0,20	-0,40	0,51

\*[Розраховано автором на основі даних державного підприємства «Інформаційно-аналітичне агентство» Державної служби статистики України]

Дані таблиці 1 свідчать про наявні проблеми щодо забезпечення підприємств роздрібною торгівлі України власними оборотними коштами. Так, зокрема, впродовж 2009-2010 років спостерігається від'ємне значення власних оборотних коштів: -2,673 млрд. грн. у 2009 році та -2,997 млрд. грн. у 2010 році. Тобто за цей період підприємства роздрібною торгівлі України не використовували власні оборотні кошти для формування товарних ресурсів. В 2011 році обсяг власних оборотних коштів дорівнював 0,443 млрд. грн., проте в обсязі товарних ресурсів це становило лише 0,2%. У 2012 році спостерігається знову від'ємне значення власних оборотних коштів. У 2013 році обсяг власних оборотних коштів в загальному обсязі товарно-матеріальних запасів становить 0,51%.

За умови відсутності інших джерел фінансування потреб торгівлі в капіталі підприємствам торгівлі необхідно ініціювати нові засади співпраці з постачальниками товарних ресурсів, які б зацікавлювали їх здійснювати товарне кредитування, розробляти проекти розвитку партнерства між товаровиробником та торговельними операторами, та були зорієнтовані на довготривале взаємовигідне співробітництво й адекватний розподіл прибутку [2, с.159].

## Список використаних джерел

1. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В.Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.
2. Торговельне підприємництво: теорія та практика : монографія / за ред. Л.О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 304 с.

**Варналій З.С., д-р екон. наук, проф.,**  
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

### ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗАГРОЗИ ПІДПРИЄМНИЦТВУ В УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇМ ПРОТИДІЇ

Загрози підприємництву – це сукупність реальних чи потенційно можливих негативних явищ і чинників, що створюють небезпеку для реалізації економічних інтересів у підприємницькій діяльності. Зміст загрози безпосередньо пов'язаний з її формою, під якою розуміються способи зовнішнього виразу загрози. Форма надає змісту загрози фактичну визначеність в об'єктивному світі, зумовлює її межі. Завдяки формі загроза стає доступною для дослідження.

Особливо негативний вплив на систему забезпечення підприємницької безпеки України мають інституціональні загрози, що проявляються через інституціональні деформації. Інституціональні деформації – це якісні викривлення інституціональних форм економічної системи. Основними загрозливими формами інституціональних деформацій у підприємницькій діяльності України на сучасному етапі є: корупція, тіньова економіка, рейдерство, непродуктивний вплив капіталу та тіньова парадержава. Саме ці форми інституціональних деформацій є найбільшими за обсягами, соціально-економічними наслідками та реальними загрозами підприємницькій безпеці України.

Найважливішою інституціональною деформацією підприємництва, як і всієї економічної системи України є корупція. В той же час, слід зазначити, що в умовах глобальної економіки корупція не обмежена рамками окремих країн і набуває міжнародного масштабу. Для України корупція стала чинником, що реально загрожує конституційному ладу держави та її національній безпеці.

Як соціальне явище корупція існує в певних інституціональних рамках, в яких економічні, політичні, правові, соціальні процеси впливають на неї, а корупція, у свою чергу, чинить вплив на економіку, політику, право, суспільну психологію, ідеологію. У тих країнах, де корупція набуває значного поширення і суттєво впливає на соціально-економічні процеси, вона із соціальної аномалії (патології) поступово перетворюється на правило і стає звичним способом вирішення життєвих проблем, нормою функціонування влади і способом життя великої частини членів суспільства.

Найбільш органічними інституційними умовами унеможливлення корупції стають правова держава й правове суспільство, де правові норми є нормами життєвої необхідності й моралі. Запобігання корупції охоплює як цілеспрямоване залучення осіб, уповноважених на виконання функцій держави, та інших суб'єктів до системи соціально-позитивних відносин, так і перешкоджання вступу їх у корупційні відносини чи припинення їх здійснення.

Не менш важливою формою вияву інституціональних загроз підприємницької діяльності є тіньова економіка. Тіньова економіка в Україні є і наслідком корупції, і її передумовою. Тут як ніколи проявляється діалектична єдність і взаємозв'язок, а також системність найвищого гатунку. Зокрема, системними наслідками тінізації в Україні є: втрата дієвості важелів грошово-кредитної політики внаслідок значного обсягу оборотів гривневої та валютної маси, який не підпадає під регулювання засобами банківської системи; втрата дієвості фіскальних інструментів, марнотратство дефіцитних бюджетних ресурсів; втрата потенціалу соціальної політики, занепад соціальної сфери, поширення тіньової зайнятості, зростання диференціації доходів населення; зниження рівня нагромадження в суспільстві та втрата ним інвестиційного потенціалу, вплив ресурсів з процесу суспільного відтворення; гальмування переходу до інноваційної моделі розвитку у зв'язку з недостатнім розвитком інвестування та неефективним відтворенням людського капіталу.

Загрозливою інституціональною деформацією підприємництва України також є рейдерство як недружнє поглинання компаній і перерозподіл власності й корпоративних прав. Недружні поглинання «по-українськи» найчастіше зводяться до силових захоплень підприємств під прикриттям законних або псевдозаконних підстав.

Інституційною загрозою підприємництва в Україні є непродуктивний вплив капіталу – це операції, які мають



протиправний характер або є неефективним для країни. До них належать операції з метою оптимізації умов інвестування, ухилення від оподаткування, легалізації коштів тощо. Основними каналами та схемами непродуктивного виведення капіталів є: операції у сфері зовнішньоекономічної діяльності; інвестиційні операції; операції з цінними паперами; операції фіктивного страхування та перестраховування тощо.

Вкрай небезпечною, специфічною та багаторівневою формою інституціональної деформації економіки України є тіньова парадержава. Тіньова парадержава – це утворення макроекономічного рівня державного типу, в якому, внаслідок високого рівня корупції та тінізації, державні послуги та суспільні блага розподіляються за ринковими принципами. У такому утворенні остаточно формуються та ефективно діють корупційні ринки державних послуг та суспільних благ. Тіньова парадержава включає ринки: адміністративно-господарських рішень, державних посад, кадрової політики, державних привілеїв, державної освіти та науки, державного захисту прав та свобод громадян, виборчу систему тощо.

Тіньова парадержава існує в певних інституціональних рамках, в яких економічні, політичні, правові, соціальні процеси впливають на неї, а тіньова парадержава, у свою чергу, чинить вплив на економіку, політику, право, суспільну психологію, ідеологію. У тих країнах, де тіньова парадержава набуває значного поширення і суттєво впливає на соціально-економічні процеси, вона із соціальної аномалії (патології) поступово перетворюється на правило і стає звичним способом вирішення життєвих проблем, нормою функціонування влади і способом життя великої частини членів суспільства.

Інституціональним базисом існування та розвитку тіньової парадержави є високий рівень тіньової економіки та корупції. Саме «органічний сплав», з'єднання тіньової економіки та корупції з одного боку є передумовою, а з іншого боку – наслідком (результатом) існування тіньової парадержави.

Наявність та подальший розвиток інституційних деформацій підприємництва зумовлюють реальних, дієвих заходів щодо їх запобігання. Зокрема, і в першу чергу, це об'єктивно зумовлює здійснення активних дій щодо детінізації економіки. Детінізація економіки – це цілісна система дій, спрямована передусім на подолання та викорінення причин і передумов тіньових явищ. Стратегічною метою детінізації економіки має стати істотне зниження рівня тінізації шляхом створення сприятливих умов для залучення

тіньових капіталів до легальної економіки та примноження національного багатства.

Вагомість очікуваних негативних соціально-економічних наслідків інституціональних деформацій вимагає вже сьогодні посилення уваги органів влади до забезпечення належного рівня підприємницької безпеки на рівні держави. Лише при системному підході вирішення питання зміцнення підприємницької безпеки в контексті економічної безпеки держави можна досягти найкращих результатів.

Реалізація зазначених та інших заходів сприятиме протидії не лише інституціональним деформаціям, а й в значній мірі сприятиме забезпеченню підприємницької безпеки України, зміцненню її авторитету серед світової спільноти.

**Влодарчик Т.В., асп.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

## **РОЛЬ ІНФРАСТРУКТУРИ У ФОРМУВАННІ ПРИБУТКУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Вступ.* Сучасна вимогливість гостей та бажання спробувати щось нове сприяє постійному оновленню інфраструктури готельних підприємств. Готельєри розуміють, що зручні, комфортні номери не здивують сучасного гостя і не факт, що змусять його повернутися в цей заклад наступного разу. Саме тому більшість готельних підприємств світу ідуть у ногу з часом і намагаються запропонувати своєму гостю сервіс чи послугу, яких немає в жодному іншому готелі світу.

*Результати.* Поняття інфраструктури в готельному сегменті охоплює всі послуги та сервіси, які гість може отримати на додаток до проживання у готельному номері. Це може бути досить великий перелік послуг, ряд з яких, наприклад, сніданок, інтернет, відвідування фітнес-зони, як правило, включається у вартість номера. Користування іншими сервісами - F & B (Food & Beverage / Їжа та напої. Сюди відносяться ресторани, кафе, бари), конференц-залами, SPA, казино, магазинами та ін. – оплачується гостями окремо. Організація і управління об'єктами інфраструктури готелю потребує досить істотних, але в той же час необхідних витрат з боку власника.

Тим не менш, в силах керівництва зробити так, щоб об'єкти інфраструктури готелю не лише працювали на імідж підприємства, але і стали стабільним джерелом прибутку.

Для того, щоб зрозуміти, наскільки вагомою є інфраструктурна складова в готельному проекті, і який відсоток від загального прибутку вона може приносити, наведемо деякі цифри. За даними експертів, у готелі високої категорії номерний фонд в середньому займає близько 50% загальної площі. Інша частина готелю відводиться під об'єкти інфраструктури, а також площі загального користування. Оцінити роль інфраструктури в ряду інших показників роботи готелю можна на підставі двох факторів. Перший – співвідношення доходу від здачі номерів і роботи інфраструктури. Так, в середньому у готелях сегмента 4-5 зірок близько 50-70% фінансового потоку генерують готельні номери, решта 50-30% – додаткові послуги та сервіси.

Відхилення в той чи інший бік продиктовані класом об'єкта, розташуванням, кількістю точок F & B, розміром фітнес-зони та ін. Основними елементами інфраструктури, генеруючими більшу частину доходів, експерти традиційно називають об'єкти F & B і конференц-площі. Набагато менший дохід надходить від додаткових послуг, служб сервісу (трансфер, послуги перекладача, пральня та ін.)

Другим показником, який визначає «вагу» інфраструктурної складової, є частка прибутку, яку вона приносить власникові готелю, і тут співвідношення буде дещо іншим. Так, якщо показники прибутку від здачі номерів можуть варіюватися від 70 до 90%, то інфраструктура генерує 30% - максимум 50%. Безумовно, можна назвати приклади, коли елементи інфраструктури приносять більше прибутку, ніж продаж номерів, але вони обумовлені специфікою певного сегменту ринку і концепцією готелю (наприклад, деякі готелі-будики в Нью-Йорку, що приваблюють відвідувачів в першу чергу своїми ресторанами).

Наведені вище цифри показують, що прибуток від роботи інфраструктури менший прибутку від продажу номерів. Оперування тільки цим фактом при реалізації готельного проекту може відобразитись економією на організації різних сервісних об'єктів. Однак, набір додаткових послуг визначає клас проекту і підтверджує високі тарифи, встановлені власником на номери, що, в свою чергу, відбивається на загальній прибутковості об'єкта. Більш того, при інвестиційній оцінці готелю обов'язково враховується прибутковість всіх елементів її інфраструктури.

*Висновки.* Отож, грамотно розроблена і під професійним керівництвом інфраструктурна складова є запорукою успішності готелю, особливо на сучасному конкурентному ринку.

### **Список використаних джерел**

1. <http://prohotelia.com.ua>
2. <http://commercialproperty.ua>

**Гавкалова Н.Л., д-р екон. наук, проф., зав. кафедри,  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця**

### **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ**

Необхідність дослідження проблеми розвитку підприємництва в умовах децентралізації регіонів викликана не лише дискусією, що точиться навколо децентралізації в Україні та рівня її вагомості в регіонах, а й активізацією зусиль органів державної влади України в напрямі реформування системи місцевого самоврядування та територіальної організації влади, зокрема мова йде «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» та впровадження основних положень проекту Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні в регіональне життя. Безперечно, з огляду на необхідність прискорення євроінтеграційних процесів, здійснення децентралізації є умовою позитивних перетворень в майбутньому. Процеси децентралізації передбачають реформування територіально-адміністративного устрою, зміни у бюджетній, податковій, інноваційно-інвестиційній політиках, що визначає відповідні трансформації в підприємстві. З іншого боку, трансформації в підприємстві можуть створити нові виклики для української держави та її регіонів.

Спочатку зупинимось на етимології. В Господарському кодексі України (с. 42) представлено наступне: підприємництво, підприємницька діяльність – самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність із метою досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку. Підприємці – це люди, які займаються підприємництвом.

Децентралізація влади – це процес поширення та посилення прав та повноважень міст, областей, регіонів або підпорядкованих органів чи організацій при одночасному звуженні прав та повноважень відповідного центру. Один з можливих шляхів децентралізації – оптимізація управління різними видами діяльності в державі. Мова йде про підприємництво, яке здатне сприяти соціально-економічному розвитку держави та регіонів засобом організації діяльності, створення нових робочих місць, позиціонування України та її регіонів, що характеризуються різною спеціалізацією, на світових ринках продукції та послуг. Досвід зарубіжних країн та найновіші наукові дослідження дозволяють виокремити такі передумови успішної імплементації децентралізаційних явищ та ефективного управління в системі децентралізованої влади: утвердження принципу верховенства права; визнання та гарантії місцевого самоврядування; рівний правовий захист усіх форм власності; демократичне й ефективне виборче законодавство; незалежність, ефективність, доступність і прозорість судової системи, функціонування інститутів адміністративного судочинства; досконалий бюджетний процес та висока фінансова дисципліна; наявність адекватних соціальних стандартів; розвинутий громадський сектор або стійка тенденція до його розвитку; інші передумови [3, с. 14]. Основними видами діяльності у сфері малого підприємництва в Україні є торгівля, будівництво, фінансова діяльність та сфера послуг (ремонтні роботи, перукарські та освітні послуги, кафе у курортних і придорожніх зонах, ремісництво) [2]. Незважаючи на незадовільний стан розвитку підприємництва, вважаємо, що процеси децентралізації, передумови яким були зазначені вище, мають позитивно вплинути на його розвиток.

Пріоритетними напрямками для активізації розвитку підприємництва має стати розвинена законодавчо-нормативна база; створення умов в регіонах до залучення інвестицій; впровадження e-governance та його інструментів (принцип єдиного вікна, e-license та ін.); розвиток публічно-приватного партнерства; формування бізнес-культури та компетентнісного менеджменту підприємницької діяльності; впровадження проектних ініціатив; формування досконалих механізмів фінансово-кредитної політики щодо сприяння підприємству як на рівні держави, так і на регіональному рівні. Реалізація заходів в межах напрямків можлива за умови діалогу між владою, бізнесом та суспільством, що забезпечує розвиток сучасного публічного управління.

## Список використаних джерел

1. Указ Президента України № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>
2. «Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва у регіонах». Аналітична записка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/903/>
3. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України / [Бориславська О., Заверуха І., Захарченко Е., та ін.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». – К. ТОВ «Софія». – 2012. – 128 с.

**Ганечко І.Г., канд. екон. наук, доц.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **БІЗНЕС-РИЗИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ**

Сучасний стан вітчизняної економіки характеризується наявністю системних ризиків, суттєвий вплив яких позначився на діяльності підприємств різних сфер та галузей, розмірів, форм власності та організаційних форм.

В 2014 році кількість збиткових підприємств в Україні по відношенню до загальної їх кількості зросла до 40,1%. Збитки великих і середніх підприємств до оподаткування без врахування банків і бюджетних установ за 2014 рік склали 408,169 млрд. грн. проти 38,289 млрд. грн. прибутку роком раніше (дані без урахування окупованого Криму і Севастополя, а також без частини зони проведення АТО на Донбасі) [1].

Проведене опитування більше 500 ризик-менеджерів та експертів з корпоративного страхування в 47 країнах показало, що чисельність ризиків дестабілізації діяльності для підприємств зростає (таблиця 1). В Україні в 2015 році перше місце в рейтингу займає ризик, пов'язаний з війною (65%), тоді як для країн Східної та Західної Європи цей ризик займає восьме місце (13%); загальним як для України, так і для інших європейських країн є те, що даний вид ризику раніше не входив до десятки найвпливовіших.

**Найбільш значимі ризики для підприємств України,  
країн Західної та Східної Європи [2]**

№ за п.	Топ -10 індустріальних ризиків	Україна			Країни Західної та Східної Європи
		Рейтинг 2014	% в 2014	% в 2015	% в 2015
1	Війна, політичні/соціальні заворушення	нове	-	65%	13%
2	Крадіжки, шахрайство і корупція	1	45%	39%	11%
3	Пожежі/вибухи	3	41%	35%	27%
4	Тероризм	нове	-	27%	-
5	Перерва у виробництві та постачанні	2	45%	23%	44%
6	Стагнація або падіння ринку	6	23%	15%	17%
7	Стихійні лиха (природні катастрофи)	5	32%	15%	28%
8	Інфляція	нове	-	15%	-
9	Валютні коливання ринку	17	14%	15%	-
10	Зміни в законодавстві	4	36%	12%	20%
11	Кібер-злочини				17%
12	Втрата репутації та вартості бренду				15%
13	Посилення конкуренції				13%

Експерти з ризиків європейських країн відмічають вагомий вплив традиційних індустріальних ризиків: перерва у виробництві та постачанні (44%), стихійні лиха (28%), пожежі та вибухи (27%). Велике значення для країн Європи мають кібер-ризики, втрата репутації та вартості бренду, посилення конкуренції, які в рейтингу топ-10 індустріальних ризиків 2015 року України взагалі відсутні.

Наслідки системних ризиків спричиняють значні збитки; при цьому виникнення однієї події за ланцюжковою реакцією спричиняє інші каскадні негативні наслідки і далеко не кожна економічна система в змозі відновити рівновагу після цього. Разом з тим, принцип «виживає сильніший», який веде до оздоровлення бізнес-середовища та привчає ділову спільноту жити в нових умовах залишається актуальним. Очевидним є те, що ми маємо не просто чергову кризу, а нову реальність, до якої необхідно пристосовуватися та в якій доведеться працювати.

## Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Офіційний сайт – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Форіншурер страхування. Дослідження страхового ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com/news/15/01/27/32053>

**Гейдор А.П., канд. екон. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

### **ЄВРООБЛІГАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах глибокої фінансово-економічної кризи національної економіки, значного подорожчання імпортованих товарів через різкі коливання курсів валют, входження України в зону вільної торгівлі особливої актуальності набуває питання залучення інвестиційних ресурсів для розвитку вітчизняних підприємств.

При цьому ринок капіталу, що сформувався в Україні, не завжди здатний задовольнити потреби в додатковому фінансуванні підприємств. За таких обставин українські емітенти дедалі частіше звертають свій погляд на зарубіжні ринки капіталу, вихід на які дозволяє розширити коло потенційних кредиторів, підвищує інвестиційну привабливість та формує позитивний імідж підприємства на міжнародному рівні.

Одним із засобів залучення коштів, який існує у міжнародній практиці, є розміщення єврооблігацій (євробондів (eurobonds), євронот (euronotes) та єврокомерційних паперів (eurocommercial paper)). Єврооблігації (eurobonds) – це середньо- та довгострокові боргові цінні папери, які підтверджують зобов'язання емітента сплатити їхню номінальну вартість у визначений термін та відсотки за визначеною процентною ставкою; випускаються урядами країн, муніципальними та корпоративними позичальниками (емітентами) та розміщуються за допомогою міжнародного синдикату андеррайтерів за межами як країни-емітента, так і країни, у валюті якої вони деноміновані [4].



Для багатьох корпорацій вихід на міжнародні ринки капіталу, зокрема, через випуск єврооблігацій є зручним та дешевим способом залучення фінансових ресурсів, що надає корпораціям-емітентам наступні переваги: можливість залучити значний обсяг ресурсів на довгостроковій основі та управляти обсягом боргу шляхом купівлі-продажу боргових цінних паперів на вторинному ринку; можливість уникнення багатьох обмежень консорціумного кредитування; формування міжнародної кредитної історії та отримання кредитного рейтингу міжнародного рейтингового агентства [1].

Крім того, у світовій практиці виділяють ще деякі переваги випуску єврооблігацій: відсутність особливого контролю національних регулятивних органів, порівняна дешевість залучення капіталу для великих емітентів, можливість нівелювання валютного ризику, можливість модифікації згідно з вимогами інвесторів або емітентів [3].

На сьогоднішній день, українськими емітентами єврооблігацій є безпосередньо держава, київський муніципалітет, деякі банки та незначна кількість великих підприємств, в основному агросектору. При чому, частка останніх у загальному обсязі емісії єврооблігацій не перевищує третини [5].

Такий факт може пояснюватися особливостями випуску єврооблігацій українськими емітентами:

- переважно непряма емісія через складність отримання дозволу на розміщення цінних паперів за кордоном від Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку;

- емісію переважно здійснює спеціально створена компанія нерезидент, яка потім за рахунок емісії надає позику резиденту, така позика реєструється в НБУ, адже відсотки не можуть перевищувати встановлений ним максимум.

Таким чином, недосконалість вітчизняної законодавчої бази обмежує широке використання єврооблігацій як джерела залучення інвестиційних ресурсів підприємствами середнього та малого бізнесу.

### **Список використаних джерел**

1. Іваницька О. Активізація залучення вітчизняними підприємствами фінансових ресурсів на фондовому ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://n-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive/945?view=material](http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/945?view=material)

2. Глотов М. Випуск Єврооблігацій: юридичні та практичні особливості випуску українським емітентом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svitppt.com.ua/ekonomika/vipusk-evroobligaciy-yuridichni-ta-praktichni-osoblivosti-vipusku-ukra.html>
3. Левківська І.А. Використання єврооблігацій для фінансування інвестиційних проєктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=3&id=40>
4. Олійник О.В. Особливості діяльності України на ринку державних єврооблігацій в умовах нестабільності // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка». – 2014. – вип. 14.
5. Financial cbonds information [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.cbonds.info>

**Герасименко А. Г., канд. екон. наук, доц.,**  
**Київський національний торговельно-економічний університет**

## **ПСЕВДОІННОВАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО АЛОКАТИВНОЇ НЕЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКИ**

Через усю класичну працю Й. Шумпетера «Теорія економічного розвитку» червоною ниткою проходить теза щодо обмеженості економічних ресурсів, що відволікаються на інновації. Вчений пише, що чим повніше задовольняється конкретна категорія потреб, тим нижчою є інтенсивність відповідних потреб, а тому – тим меншим буде приріст вартості, що досягається за рахунок продовження виробництва. Але одночасно збільшуються жертви пов'язані зі здійсненням виробництва за відповідним напрямом: адже необхідні для виробництва ресурси треба відволікати від задоволення нагальніших і більш важливих категорій потреб [1, с.90]. Якщо першу із закладених у цій тезі проблем – проблему скорочення приросту вартості, створюваної інноваціями, сучасне суспільство, а точніше фірми-інноватори, як його зацікавлена частина, вирішили шляхом поглиблення інформаційної асиметрії та пов'язаного з останньою маніпулювання інформацією щодо споживної цінності товару, то друга – проблема неефективного використання обмежених ресурсів – досі залишається невирішеною, загострюючи алокативні диспропорції в суспільстві, що ризикують стати критичними.

Так, наприклад, аналіз структури інновацій, орієнтованих на задоволення кінцевих споживчих потреб, здійснений нами за даними Організації економічного співробітництва і розвитку щодо кількості заявок на видачу міжнародного патенту, показав, що інновації у сфері виробництва персонального і домашнього приладдя, у сфері відпочинку і спорту в рази перевищують інновації у сфері безпеки життєдіяльності [2]. І це тоді, коли світ стоїть на порозі техногенної катастрофи. Нових телефонів, комп'ютерів, ігрових пристроїв тощо, виробництво і реалізація яких задовольняють умови керованої модифікації споживчих потреб і здатні принести додатну величину економічної ренти, сьогодні в світі патентується набагато більше, ніж засобів для захисту життя й здоров'я людини.

Схожі висновки можна зробити, аналізуючи топ-9 інновацій 2014 року за версією Вашингтон Пост (табл. 1). Як мінімум п'ять з цих дев'яти інновацій характеризуються виключно комерційною орієнтацією і мають мало спільного із вирішенням глобальних проблем людства, таких як голод, війни, хвороби, забруднення навколишнього природного середовища. Смарт-годинники, 3D-принтери, окуляри для відтворення віртуальної реальності – це все приклади інновацій, що стоять на службі у фірм-носіїв ринкової влади, забезпечуючи приріст їх економічної ренти з одного боку і поглиблення алокативних диспропорцій з іншого. Адже на ці винаходи, на їх впровадження у виробництво використовуються ресурси, які могли б бути використані, наприклад, на реалізацію інших топ-інновацій минулого року – ліків від вірусу Ебола чи пігулок, здатних діагностувати онкологічні захворювання.

*Таблиця 1*

### **Топ-9 інновацій 2014 року за версією Вашингтон Пост<sup>1</sup>**

<b>№ з/п</b>	<b>Зміст інновації</b>	<b>Інноватор</b>
1	Космічний човен нового покоління	NASA
2	Смарт-годинник нового покоління	Apple
3	Ліки від вірусу Ебола	Mapp Biopharmaceutical
4	Концепція компактного ядерного реактора	Lockheed Martin
5	Окуляри для відтворення віртуальної реальності	Samsung
6	Мобільний додаток для служб таксі	Uber

<sup>1</sup>Складено автором за даними Вашингтон Пост [3]

№ з/п	Зміст інновації	Інноватор
7	Криптографічне програмне забезпечення, що унеможлиблює помилку Heartbleed	The OpenSSL Project
8	3D-принтер HP Sprout з системою розпізнавання та відтворення рухів	Hewlett Packard
9	Пігулки, що діагностують онкологічні захворювання	Google

А отже, можна з впевненістю сказати, що система дійсних споживчих потреб сьогодні вже не є тим флюгером, який визначає вектори подальшого інноваційного розвитку сучасних економічних систем. Її місце чимдалі впевненіше займає інший інститут – ринкова влада.

### Список використаних джерел

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер – М. : Прогресс. – 1982. – 355 с.
2. Офіційний веб-сайт Статистичної служби Організації економічного співробітництва і розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://stats.oecd.org/>
3. Basulto D. The Best innovations of 2014 / D. Basulto // WashingtonPost [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.washingtonpost.com/blogs/innovations/wp/2014/12/22/the-best-innovations-of-2014/>

**Головко І.О., асп.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **СУЧАСНИЙ СТАН ОРЕНДНОГО БІЗНЕСУ НА РИНКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ**

В даний час в Україні відбувається становлення ринку нерухомості. Інтенсивний розвиток особливо явно простежується в сегменті комерційної нерухомості, основне призначення якої для її власника полягає в отриманні доходу. Зростання товарообороту в роздрібній торгівлі, а також підвищений інтерес інвесторів до ринку

призводить до появи сучасних форм торгівлі, що обумовлено значним рівнем прибутковості даного виду бізнесу

Пропозиції щодо продажу та купівлі об'єктів торговельної нерухомості, інвестиції в неї і швидка окупність, виділили цей сегмент ринку в так званий готовий орендний бізнес у сфері комерційної нерухомості.

Торговельна нерухомість являє собою складний матеріально-технічний, економічний, маркетинговий, інноваційний комплекс, який вимагає постійного контролю його стану із залученням широкого кола фахівців і професіоналів. Відповідно, доцільно стверджувати, що головною метою є використання торговельної нерухомості найбільш ефективно з максимальною прибутковістю для орендодавця, якісними умовами для орендаря і комплексом послуг для потенційного споживача [1].

Інвестиції в надійні торговельні об'єкти являють собою комплексні рішення, які є вигідною альтернативою банківським депозитам та інвестиціям в інші об'єкти, забезпечують стабільний грошовий потік і, як наслідок, зростання капіталізації активів. Даний вид бізнесу називається ще і «пасивним бізнесом», оскільки не вимагає особистої участі інвестора в управлінні адміністративною, комерційною діяльністю об'єкта, веденні бухгалтерського обліку.

Причини популярності орендного бізнесу як напряму інвестування визначені у таблиці 1.

Звичайно існують і недоліки в такому бізнесі. Завжди залишається ризик втрати майна. Також, під час простоїв (тобто, тих періодів, коли приміщення не використовується взагалі) інвестор (власник) буде терпіти значні збитки. Саме з цієї причини багато підприємців віддають перевагу тривалій оренді, а також активно користуються послугами ріелторів та інших фахівців, які допомагають в найкоротші терміни підшукати клієнтів [3].

*Таблиця 1*

**Причини популярності орендного бізнесу  
[складено на основі джерела 2]**

	<b>Причини</b>	<b>Характеристика причин</b>
<b>1</b>	простота та прозорість бізнес-моделі	орендний бізнес в силу простоти своєї бізнес-моделі прозорий і зрозумілий абсолютно всім категоріям підприємців, іншими словами, орендний бізнес практично не вимагає від інвестора певних спеціальних знань і навичок

	<b>Причини</b>	<b>Характеристика причин</b>
<b>2</b>	мінімальні вимоги до особливостей ведення бізнесу	вимоги до рівня знань особливостей ведення орендного бізнесу істотно нижче, ніж для інших видів бізнесу.
<b>3</b>	мінімальне залучення інвестора в управління бізнесом	стабільний дохід при мінімальному особистому залученні в управління бізнесом
<b>4</b>	два джерела прибутку інвестора	інвестуючи в об'єкт нерухомості, який буде зданий в оренду, інвестор, з одного боку, отримує поточний орендний дохід (дохід від бізнесу), а з іншого боку, відбувається зростання капіталізації власне нерухомості

Отже, можна сказати, що в період нестабільності економічної і фінансової систем, для багатьох інвесторів є характерними вкладення в матеріальні ресурси і торговельну зокрема.

### **Список використаних джерел**

1. Головко І.А. Арендний бізнес как способ эффективного использования объектов торговой недвижимости <http://www.apriori-journal.ru/seria1/1-2014/Golovko.pdf>
2. Инвестиции в недвижимость и арендный бизнес. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bujet.ru/article/177838.php>
3. Арендний бізнес: стоить ли инвестировать средства в недвижимость? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sigmainvestgroup.ru/articles/arendnyy-biznes-stoit-li-investirovat-sredstva-v-nedvizhimost/>

**Головня Ю.І., канд. екон. наук, доц.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

### **МІЖРЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

В умовах переходу економіки вітчизняних регіонів на інноваційну основу, помітного значення набувають територіальні аспекти формування та розвитку малого і середнього бізнесу. Це

обумовлено перенесенням на регіональний рівень практичного вирішення проблем, пов'язаних з загальноекономічними та специфічними для регіону особливостями розвитку територіальних громад, наданням стійких темпів зростання базових галузей, забезпеченням соціальної захищеності населення, удосконаленням організаційних засад управління розвитком малого та середнього бізнесу. Тому від того, наскільки успішно буде проходити процес реформування та розвитку малого і середнього бізнесу, багато в чому залежить динаміка соціально-економічного розвитку на територіально-локалізованому просторі.

Проведений моніторинг сучасного стану малого і середнього бізнесу свідчить, що в цілому по Україні показники його розвитку характеризуються неусталеною динамікою. Так, станом на кінець 2013 року частка МСБ у ВВП країни становила за різними оцінками від 7 до 15%.

Переважає кількість середніх і малих підприємств України зосереджена в Дніпропетровській, Донецькій, Київській, Львівській, Одеській, Харківській областях та в місті Києві. Найменші кількісні показники середніх і малих підприємств демонструють Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області та місто Севастополь.

Кількісні показники середніх і малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення України, у порівнянні з 2011 роком, зменшилися з 5 до 4 одиниць для середніх підприємства та з 77 до 76 одиниць для малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення України.

Безперечним лідером за кількістю підприємств є місто Київ - тут зареєстровано 75 тис. юридичних осіб, або 20,6% від загальної чисельності по країні. На тисячу жителів столиці припадає близько 26 підприємств. Однак багато компанії, зареєстрованих в Києві, фактично знаходяться в інших регіонах - в центрі ділової активності легше уникнути уваги контролюючих органів та простіше отримати доступ до ресурсів, у тому числі фінансових. Другою після Києва за кількістю підприємств виступає Одеська область, де на тисячу населення припадає 10 юридичних осіб. Ділова активність регіону зумовлена вигідним географічним положенням. Однак, за дослідженнями інвестиційної привабливості регіонів, які провів Київський міжнародний центр соціології, область характеризується найвищими показниками корупції та найнижчими - захисту прав

власності. Основної загрозою є процес рейдерства в регіоні, що заважає реалізації його інвестиційного потенціалу[1].

Досить високими показниками кількості підприємств на тисячу жителів характеризується і Київська область, що зумовлено близькістю до столиці і, як наслідок - порівняно непогано розвиненою інфраструктурою. Лідерські позиції Харківської області - 9 підприємств на тисячу жителів, пояснюються вигідним географічним положенням, значними запасами власних сировинних ресурсів - нафти, газу і вугілля. В рейтингу інвестиційної привабливості регіонів України Харківська область посідає перше місце. А от Рівненська і Чернівецька області - найслабші за загальною кількістю підприємств - 5 тис. і 4 тис. відповідно, або на 4 підприємства на кожну тисячу жителів. В рейтингу інвестиційної привабливості за сприятливістю бізнес-клімату Чернівецька область відноситься до аутсайдерів внаслідок бюрократії і тиску податкових органів. Розвиток малого бізнесу в Рівненській області гальмує слабкий внутрішній ринок.

За абсолютною кількістю підприємств найвищий показник після Києва на Сході - в Дніпропетровській області (27 тис. підприємств), що становить приблизно 7,5% від всіх підприємств України. Крім того, область характеризується високою щільністю населення та рівнем урбанізації, за рахунок чого на тисячу мешканців припадає лише 8 підприємств.

Найнижчі показники кількості малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення України в Тернопільській, Сумській, Закарпатській, Чернівецькій та Рівненській областях.

Негативні тенденції спостерігаються і у чисельності фізичних осіб-підприємців на 10 тис. осіб наявного населення України. Відтак, їх чисельність у 2013 році у порівнянні з минулим роком зменшилась на 6,6% і становила 271 одиницю. Серед лідерів за кількістю фізичних осіб-підприємців можна виділити місто Севастополь, Хмельницьку, Київську, Миколаївську та Одеську області, а серед аутсайдерів - Кіровоградську, Рівненську, Волинську, Тернопільську та Львівську [3].

Подолання факторів, стримуючих розвиток підприємництва можливе шляхом реалізації нової державної стратегії розвитку бізнесу в Україні, зокрема в рамках Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014-2024 роки, яка направлена на створення сприятливих умов діяльності малого та середнього бізнесу, підтримки та розвитку на основі впровадження інноваційних технологій, інструментів кооперування суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу.



## Список використаних джерел

1. Механізми поліпшення підприємницького клімату в процесі реалізації економічних реформ в Україні / Я. В. Бережний, О. І. Кілієвич, Д. В. Ляпін, Н. С. Медведкова [та ін.]. – К. :НІСД, 2013. – 80 с.
2. Фісуненко П. А., Дугінець Г.В. Проблеми та перспективи післякризового розвитку підприємництва: регіональний аспект /П.А. Фісуненко, Г.В. Дугінець// Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012, - № 2, - С. 214-219.
3. Головня Ю.І. Детермінанти розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні / Ю. І. Головня //Економічний простір / Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2014. – № 90. – С. 88-96.

**Гринюк Н. А., канд. екон. наук, доц.,**  
***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Головна мета розвитку зовнішньоторговельної діяльності споживчої кооперації України полягає у підвищенні організаційно-економічної ефективності здійснення зовнішньоторговельних операцій, як важливого напрямку зміцнення і динамічного розвитку споживчої кооперації, посилення її ролі у виконанні соціально-економічних завдань на споживчому ринку в умовах зростання конкуренції. Для підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності системи необхідно забезпечити виконання ряду заходів, а саме: підвищення продуктивності та зменшення витратків експортного виробництва; ведення оперативного моніторингу ефективності зовнішньоекономічної діяльності споживчої кооперації як на рівні окремих підприємств, так і системи в цілому.

Розвиток експортного потенціалу споживчої кооперації України можливо забезпечити, насамперед, шляхом підвищення ефективності використання наявного експортного потенціалу, розширення існуючої номенклатури експортних товарів та підвищення їх конкурентоспроможності за рахунок:

1. Відновлення експортних «ніш» на зарубіжних ринках товарів традиційної номенклатури споживчої кооперації внаслідок:

- збільшення обсягів виробництва і експорту продукції традиційної номенклатури споживчої кооперації внаслідок реалізації програми підвищення ефективності господарювання;

- розширення виробництва товарів з високим ступенем переробки, і, відповідно, експорту конкурентоспроможної продукції внаслідок реалізації програм повного виробничого циклу і використання маркетингових заходів (розробка сучасної упаковки та маркування, реклама на зовнішніх ринках).

2. Залучення до експортних ресурсів нових товарів, які користуються постійним попитом на зовнішньому ринку:

- розширення обсягів експорту послуг внаслідок розвитку інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності споживчої кооперації і підвищення кваліфікаційного рівня кадрового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності;

- створення технопарків та інноваційних структур інших типів з метою підвищення технічного та технологічного рівня виробництва, освоєння потенційних зарубіжних ринків, визначення експортної спеціалізації системи споживчої кооперації в міжнародному поділі праці.

3. Підвищення конкурентоспроможності кооперативних підприємств на основі реалізації цільових програм їх реструктуризації:

- забезпечення фінансових, технічних, технологічних та організаційних умов для налагодження і розвитку виробництва конкурентоспроможної продукції;

- запровадження нових кооперативних форм інтегрування (між підприємствами в середині системи споживчої кооперації; між підприємствами споживчої кооперації і підприємствами інших форм власності) шляхом створення багатофункціональних кооперативів (виробничих, постачальницьких, сервісних, маркетингових, кредитних кооперативів) та спільних підприємств;

- активізацію діяльності кооперативних інформаційно-консалтингових фірм шляхом підвищення ефективності маркетингових досліджень, аналізу зовнішніх ринків з метою обґрунтування пріоритетної структури товарного експорту та імпорту технологій і обладнання кооперативних підприємств; розробки довгострокових програм щодо збуту експортної продукції кооперативних підприємств;

- диверсифікацію діяльності кооперативних підприємств у високоприбуткових сферах зовнішньоекономічної діяльності (розвиток іноземного туризму, митно-консигнаційної, лізингової діяльності, франчайзингу) і спрямування одержаних від діяльності фінансових ресурсів на розвиток експортного потенціалу.

Підвищення конкурентоспроможності кооперативних підприємств та організацій на внутрішньому ринку стане основою формування конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Реалізація вищезначених перспектив розвитку зовнішньоторговельної діяльності кооперативного сектора національної економіки сприятиме досягненню значних позитивних ефектів і результатів: зростання продуктивності вітчизняного кооперативного сектора; розширення торгівлі між країнами; структурна перебудова економіки, особливо агропромислового комплексу; збільшення обсягів зарубіжних інвестицій, трансферу технологій; розвиток багатопланової співпраці країн в різних сферах життєдіяльності; посилення національної конкурентоспроможності, зокрема кооперативного сектора економіки.

**Гуляєва Н.М., канд. екон. наук, проф., декан ФЕМП,**

**Камінський С.І., канд. екон. наук, асист.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

## **ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ЗА ФУНКЦІОНАЛОМ ТРИВАЛОСТІ ФІНАНСОВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ**

В нинішніх реаліях економічного розвитку для підприємств торгівлі одним з головних завдань фінансового управління є оптимізація тривалості циклу грошового обороту, тобто фінансового циклу. Політика управління товарними запасами є одним з інструментів вирішення цих задач. З одного боку вона спрямована на задоволення попиту покупців, забезпечення безперервності процесу формування і реалізації запасів, оптимізація витрат на їх обслуговування, і збільшення прибутковості підприємства як наслідок, а з іншого – має забезпечувати їх високу оборотність.

Тобто, політика управління товарними запасами в системі управління фінансовим циклом підприємства являє собою спеціально

розроблений комплекс заходів, що спрямований на формування та підтримання мінімально допустимого їх обсягу для забезпечення мінімального значення тривалості обороту товарних запасів. Виходячи з таких вихідних передумов формування політики товарних запасів має базуватися на відповідних теоретичних положеннях і передбачати логічну послідовність дій:

1. Визначення головної мети та основних цілей. Даний етап можна вважати ключовим в процесі розробки політики управління товарними запасами, оскільки спирається на цільову ефективність закупівельної політики і основні параметри ідентифікації цілей збуту.

2. Формування інформаційної бази управління товарними запасами, що передбачає збір та систематизацію внутрішньої інформації про фактичний стан товарних запасів, швидкість їх реалізації, ступінь відповідності попиту, а також зовнішньої інформації про кон'юнктуру у відповідному сегменті споживчого ринку та результати моніторингу товарної пропозиції (збутової та цінової політики постачальників) з урахуванням планових показників по обсягу реалізації товарів та використання матеріальних та фінансових ресурсів.

3. Аналіз стану товарних запасів на підприємстві. На даному етапі досліджуються основні тенденції та закономірності, притаманні процесу формування і реалізації товарних запасів, виявляються резерви прискорення оборотності товарних запасів, які базуються на раціональному їх використанні.

4. Планування необхідного розміру товарних запасів. Даний етап при розробці політики управління товарними запасами є ключовим, оскільки саме на ньому визначається величина товарних запасів та інтервал їх поповнення, які в плановому періоді при заданому обсязі товарообороту і можливостях матеріально-технічної бази забезпечували б безперервність процесу торгівлі і задоволення попиту населення з найменшими витратами з їх транспортування та зберігання.

5. Контроль реалізації політики управління товарними запасами як наступний етап полягає у спостереженні і оперативному коригуванні обсягу товарних запасів на підприємстві та їх реалізації, виходячи з виявлених причин відхилень від плану та їх профілактики.

Результатом впровадження даного підходу в господарську діяльність є економічний ефект, створюваний через зміни тривалості обороту товарних запасів ( $E_{\Phi_3}$ ), який характеризує вивільнення із обороту оборотних коштів підприємства. Розглядаючи економічний

ефект як ознаку якості управління запасами в цілому можна кількісно її вирахувати як:

$$E_{\Phi_3} = (T_{z_1} - T_{z_0}) \times \overline{D_p}, \quad (1)$$

де  $T_{z_1}$  - тривалість обороту товарних запасів в звітному періоді;

$T_{z_0}$  - тривалість обороту товарних запасів в попередньому періоді;

$\overline{D_p}$  - середнє значення щоденного обсягу доходу від реалізації продукції (товарів, послуг) за період.

При цьому можуть мати місце наступні ситуації, коли:

1. Є вивільнення товарних запасів з обороту підприємства в результаті підвищення інтенсивності їх використання:

$$T_{z_1} < T_{z_0} > E_{\Phi_3} < 0 ;$$

2. Відбувається додаткове залучення товарних запасів в оборот підприємства в результаті зниження інтенсивності їх використання:

$$T_{z_1} > T_{z_0} > E_{\Phi_3} > 0$$

3. Зміни не відбулися, а відповідно інтенсивність використання товарних запасів залишилося на попередньому рівні:

$$T_{z_1} = T_{z_0} > E_{\Phi_3} = 0$$

Отже, ефективна політика управління товарними запасами, що спрямована на зменшення тривалості обороту запасів, що напряду зменшує показник тривалості фінансового циклу. В свою чергу це позитивно впливає на платоспроможність підприємства та зменшує його потребу в оборотних активах.

**Гуменюк В.В., канд. екон. наук, докторант,**

**Київський національний торговельно-економічний університет**

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДИНАМІКУ ЄМНОСТІ РИНКУ КУРОРТНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

Формування економічних передумов розвитку підприємництва в курортній сфері України є суспільно-важливим параметром реалізації державної політики відтворення людського капіталу, забезпечення санаторно-курортного лікування й оздоровлення населення в порядку соціального захисту та соціального забезпечення населення з джерел суспільних фондів споживання. Однак у сфері державного регулювання економіки на даний час відсутні комплексні

методологічні розробки визначення ємності ринку курортних послуг, незважаючи на їх важливість та практичне значення в стратегічному плануванні розвитку курортної сфери. У контексті зростаючих потреб у відтворенні людського капіталу та необхідності підвищення ефективності державного регулювання у цій сфері розвиток методологічних підходів до визначення ємності ринку послуг має важливе науково-практичне значення.

В умовах змішаної економіки та проявів на цьому тлі неповного ринку державі відводиться особливо важливе місце та відповідальна роль. Держава усуває неспроможність ринку через регулятивний потенціал його доповнення, зокрема у формі часткового фінансування попиту, шляхом субсидювання споживачів курортних послуг, безпосередньо організовуючи виробництво та здійснюючи державні закупівлі соціально необхідних послуг. У зв'язку з цим ряд питань, пов'язаних із встановленням меж, визначенням ємності, окресленням релевантного діапазону ринку курортних послуг мають важливе суспільно-економічне значення і знаходяться в центрі уваги державного регулювання національної економіки.

У сфері регулювання економічної конкуренції ємність ринку курортних послуг детермінується:

- рамками суверенного попиту, оскільки зазначений ринок охоплює послуги, які споживач розглядає як взаємозамінні з урахуванням збереження їх функціонального призначення, цінності для задоволення індивідуальних потреб, якісно-цінових критеріїв вільного вибору;

- територіально-географічними параметрами, за якими створюються однорідні умови економічної конкуренції у виробничій і торговельній сферах суб'єктів даного ринку.

Ємність ринку курортних послуг пов'язується із певними умовами та чинниками, які впливають на її формування: рівень цін, економічна кон'юнктура, доходи населення, ділова активність, рівень фінансового забезпечення, купівельна спроможність споживачів, величина (частка) витрат на споживання, економічна та політична ситуація в країні, рівень конкуренції, природно-кліматичні умови, сезонні та циклічні коливання, регуляторний вплив держави, соціально-демографічна структура населення та її зміни тощо.

Останнім часом істотно зросла роль політичного фактору впливу на динаміку ємності ринку курортних послуг. Попит на курортні послуги виявляє високу чутливість до політичних негараздів у суспільстві та спричинених політичними проблемами наслідків.

Анексія Криму, тимчасова окупація частини територій Луганської та Донецької областей, гібридна війна й масові терористичні акти є ключовими факторами різкого зниження ємності ринку курортних послуг.

Вслід за ескалацією політичної напруги в Україні внаслідок затяжного конфлікту з Російською федерацією надто ускладнилися умови підприємницької діяльності у зв'язку зі зниженням купівельної спроможності споживачів, змінами їх ціннісних орієнтирів, що позначилось на скороченні обсягів споживання курортних послуг.

Негативні тенденції динаміки ємності ринку курортних послуг й високий рівень його вразливості спричиняють нестабільність та загострення кризових явищ у фінансово-кредитній системі України.

Отже, утвердження ринкових позицій України як курортної держави перебуває під впливом чинників необхідності відновлення миру, територіальної цілісності та порушених державних кордонів, встановлення безпечних умов людського розвитку, зародження тенденцій економічного зростання, активізації ділової активності та зростання реальних доходів громадян. При досягненні цих умов економічний вимір низької ємності національного ринку курортних послуг за наявності значних природно-лікувальних ресурсів й необхідності модернізації курортної інфраструктури може стати у перспективі важливою передумовою залучення інвестицій у виробництво курортних послуг, що позначиться на формуванні конкурентоспроможної їх пропозиції та розвитку конкуренції.

*Давиденко Н.М., д-р екон. наук, проф.,  
Національний університет біоресурсів і природокористування  
України*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРВИННОГО ПУБЛІЧНОГО РОЗМІЩЕННЯ АКЦІЙ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В умовах дефіциту фінансових ресурсів, обмежених можливостей державної підтримки та високого рівня відсоткових ставок в банківському секторі управлінські рішення для аграрної економіки мають бути спрямовані на пошук альтернативних джерел забезпечення. Серед зовнішніх джерел фінансування на внутрішньому

фінансовому ринку домінуюче місце займають кредити вітчизняних банків, в основному короткострокових. Сприяє цьому і державна політика щодо компенсації частини відсоткових ставок за банківські кредити і можливість застави не лише під капітальні активи, а й майбутній урожай, як це робить Аграрний фонд і Державна продовольча зернова корпорація України. У 2011 – 2012 рр. одержали кредит лише близько 4%, і за оцінками експертів 90% - з цих суб'єктів господарювання були великими аграрними формуваннями.

Проте в умовах фінансової глобалізації слід повною мірою використовувати потенціал IPO, адже акціонування є одним з економічно привабливих способів інвестування українських підприємств. Це дає змогу залучити довгострокові інвестиційні кошти, а розмір винагороди інвесторам за вкладання цих коштів регулюється в залежності від обставин та економічного стану підприємства-емітента. Проте, попри динамічний розвиток фондового ринку України, він не спроможний забезпечити фінансовими ресурсами аграрний сектор корпоративного типу, і тому частина підприємств обирають іноземні майданчики, де компанії мають змогу підвищувати капіталізацію. Згідно з опитуванням керівників аграрних компаній, проведеного компанією «Делойт», наприкінці 2010 року 80% найбільших компаній аграрного сектору до кінця 2012 року планували залучити капітал від західних інвесторів шляхом IPO, приватного розміщення акцій чи залучення стратегічного інвестора. Проте, ні в 2012, ні в 2013 роках нових розміщень не було. Ринкова вартість агроформувань, працюючих в Україні, постійно зростає і становить на поч. квітня 2012 року за оцінками експертів 6,3 млрд. дол. США., проте основні розміщення відбулися в 2008 р. обсягом – 588 млрд. дол.

Прикладом успішного IPO є ПАТ «Миронівський хлібопродукт», яке виглядає найбільш інвестиційно привабливою корпорацією з позиції якісних корпоративних характеристик підприємства. Ця компанія із позитивною історією діяльності, вона щороку нарощує обсяги виробництва та має стабільні фінансові показники, вертикально інтегрована із прозорою структурою. Корпорація правильно обрала стратегію виходу на IPO, оскільки розмістила акції на високоліквідному майданчику, де присутні і великі інвестиційні фонди, і дрібні індивідуальні інвестори, що дало змогу корпорації залучити кошти для подальшого розширення та розвитку.

Потрібно розуміти, що вихід компанії на IPO - це не тимчасові зміни. IPO змінює компанію та пріоритети бізнесу назавжди, відтепер



вартість компанії буде постійно коливатись, залежно від низки зовнішніх чинників та внутрішніх процесів. І головне - IPO не може проводитись для вирішення фінансових проблем компанії. IPO буде успішним, тільки якщо інвестори бачитимуть реальний бізнес-план розвитку компанії та збільшення її капіталізації.

Проведений аналіз дає можливість зробити кілька висновків. Так, по – перше, для розміщення частини свого капіталу на міжнародних фондових площадках українські товариства реєструють за кордоном корпоративні підприємства, традиційно в офшорах і будують схеми корпоративного контролю так, що агробізнес в Україні набуває статусу дочірніх структур. Так, із 17 компаній, які розмістили свої акції на міжнародних площадках 15 мають іноземну юрисдикцію (Кіпр – 8, Нідерланди – 2, Люксембург – 2, о.Джерсі, Австрія та Франція – по одному).

По – друге, ведення та складання фінансової звітності відбувається за міжнародними стандартами та через рахунки материнських компаній за кордоном.

По – третє, котирування акцій компаній відбувається відповідно до їх економічних та фінансових показників.

По – четверте, для розрахунків за розміщені акції дивіденди до 2013 року більшістю компаній не виплачувались, і лише з 2013 року їх вперше сплатила компанія «Миронівський хлібопродукт», а компанія «Агротон» мала значні проблеми при виконанні своїх зобов'язань, які вплинули на рівень її фінансової безпеки. Тобто, найбільш відповідальною складовою діяльності корпорацій в контексті продовольчої безпеки є ще й необхідність своєчасної виплати дивідендів інвесторам по розміщених акціях.

Первинне публічне розміщення акцій вітчизняних підприємств, на нашу думку, є відкритою системою, що урегульована фінансово-правовими нормами окремих підсистем фінансових відносин та економічних суб'єктів, які залучають акціонерний капітал на національному та міжнародному фондових ринках.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АРМ – ЕКОНОМІСТА У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.**

У сучасних умовах широкого розвитку інформаційних технологій у підприємстві широкого розвитку набула концепція використання автоматизованих робочих місць.

АРМ – це автоматизоване робоче місце системи керування, обладнане засобами, що забезпечують участь людини в реалізації автоматизованих функцій управління.

Для Арм характерні такі ознаки:

1. Доступна користувачеві сукупність технічних, програмних, інформаційних та інших засобів;
2. Розміщення обчислювальної техніки безпосередньо (або поблизу) на робочому місці користувача;
3. Можливість створення й удосконалення проектів автоматизованого опрацювання даних у контексті діяльності;
4. Опрацювання даних самим користувачем;
5. Діалоговий режим взаємодії користувача з ЕОМ як у процесі розв'язання задач керування, так і в процесі їх проектування.

Таким чином, АРМ у системі керування – це проблемно – орієнтований комплекс технічних, програмних, лінгвістичних (мовних) та інших засобів, установлений безпосередньо на робочому місці користувача і призначений для автоматизації операцій взаємодії користувача з ЕОМ у процесі проектування і реалізації задач.

Множина відомих АРМ може бути класифікована на основі таких узагальнених ознак:

- Функціональна сфера використання (наукова діяльність, проектування, виробничо – технологічні процеси, керування організацією);
- Типи використання ЕОМ (мікро - , міні - , макро – ЕОМ);
- Режими експлуатації (індивідуальний, груповий, мережний);
- Кваліфікація користувачів (фахові і нефахові).

У середині кожної з виділених груп АРМ може бути проведена більш детальна класифікація.

Наприклад: Арм керування організацією можна поділити на АРМ керівників організацій і підрозділів, планових робітників, робітників матеріально – технічного постачання, бухгалтерів тощо. Умовно їх усі можна назвати АРМ економіста.

Виділяють 3 класи типових АРМ:

- АРМ керівника;
- АРМ спеціаліста;
- АРМ технічного і допоміжного персоналу.

АРМ має бути укомплектоване необхідними програмно – інструментальними засобами, які мають назву загального програмного забезпечення:

- ✓ Операційні системи ЕОМ;
- ✓ Транслятори (інтерпретатори) із різноманітних алгоритмічних мов і мов користувача;
- ✓ Засоби проектування й опрацювання даних (екрані редактори текстової, графічної інформації, системи управління базами даних (СУБД), табличні процесори, генератори вихідних форм);
- ✓ Користувацькі програми (навчальні, СУБД знань та інше).

До функціонального програмного забезпечення належать програми, які забезпечують можливості:

- Ведення архіву;
- Інтерфейси із зовнішніми наборами даних;
- Навчання користувача;

При проектуванні програмного забезпечення Арм потрібно дотримуватися принципу орієнтації розроблюваних програмних засобів на конкретного користувача. Це повинно забезпечити реалізацію функцій, що відповідають фаховій орієнтації АРМ. У цілому, розроблене програмне забезпечення АРМ повинно мати такі властивості, як: гнучкість, адаптивність, модифікація і налагоджування на конкретне застосування.

До складу програмного забезпечення АРМ економіста входять засоби керування інформаційною базою, що забезпечують:

- Створення й актуалізацію інформаційної бази;
- Пошук потрібної інформації, що регламентується і не регламентується запитом;
- Організація форматного введення – виведення інформації;
- Обчислювальне опрацювання тощо.

Таким чином, можемо зробити висновок, що використання концепції автоматизованого робочого місця економіста, значно підвищить ефективність роботи сучасного підприємця.

*Дрига С.Г., д-р екон. наук, проф.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

### **ПІДПРИЄМНИЦТВО В ІНЕРЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ПРОТИРІЧЧЯ БАЗОВИХ ЦІННОСТЕЙ ДВОХ ТИПІВ СУСПІЛЬНОГО УСТРОЮ**

Наважусь, не перебільшуючи визначений обсяг тез, довести що постановка питання про визначення перспективних шляхів розвитку підприємництва України (в контексті розуміння його як базового системоутворюючого економічного явища) є безпідставними. Така заява базується на усвідомленні того факту, що у сучасному світі домінують лише два типи суспільного устрою що забезпечують суспільну рівновагу. Перший тип формується і існує за принципами системи обмеженого доступу до ресурсів. До цього типу організації суспільного устрою відноситься щонайменше 4/5 країн світу. Решта країн створили і постійно удосконалюють інший тип суспільного устрою - на засадах системи відкритого доступу до ресурсів.

Суспільна рівновага в системах відкритого доступу забезпечується верховенством права, яке підтримує в суспільстві стан свободи, який в економічній площині має прояв у свободі створення різноманітних підприємницьких форм з відкритою (сумлінною) конкуренцією між ними. Базовими цінностями при такій суспільній організації є, по-суті, субстанційний тріумвірат цінностей – верховенства права, свободи у створенні політичних і економічних утворень та наявність природної конкуренції між ними. Такі суспільства використовують конкуренцію та державні інституції для дотримання конституційних прав, включаючи загальний політичний контроль за всіма організаційними формами з можливим застосуванням примусу, але тільки за згоди переважної більшості суспільства. За цими цінностями формуються і еліти суспільства.

Протилежністю системи відкритого доступу є система обмеженого доступу, яка суспільну рівновагу утримує принципово іншим механізмом. Базовими цінностям цього механізму є розподіл

сфер економічного впливу між елітами з метою отримання певної частки надприбутків. При цьому, еліти зацікавлені переважно більшість часу співіснувати мирно, оскільки відкрита, сумлінна конкуренція зменшує їх надприбутки. Укорінення непорушності порядків отримання надприбутків еліти досягають встановленням своїх правил гри: не допускати конкуренцію та обмежувати доступ для нових гравців. Це і є субстанційними цінностями, на яких розбудовується система обмеженого доступу у протилежність системі відкритого доступу та вільної конкуренції.

Цим пояснюється ментальна відмінність поведінки еліт у різних системах. Еліти країн-лідерів сучасного світу не просто орієнтовані, а креативно «загострені» на творчу руйнацію застарілих методів отримання прибутків і системне створення інновацій. В контексті з бізнес-елітами набуває відповідного раціоналізму і держава, яка орієнтується на розвиток, стимулює довготривалу підприємницьку перспективу. Враховуючи, що для розвитку потрібно більше ресурсів, ніж можуть забезпечити приватні ринки капіталу, держава бере на себе функцію мобілізації відсутніх ресурсів і значні ризики, пов'язані з інноваційними зрушеннями. Держава впроваджує необхідні правила та інструменти соціального контролю, які істотно знижують інвестиційні і підприємницькі ризики. Бюрократи в країнах, орієнтованих на розвиток, максимізують не власний, а загальний добробут, і тому просувають економічний розвиток, а не перешкоджають йому. Тому ці країни успішно розвиваються, а переважна кількість країн світу стагнує, завдяки «хижацькій» ментальності еліт.

Україна відноситься до країн чий тип суспільного устрою розбудований за класичною схемою системи обмеженого доступу. Тому вітчизняні еліти патологічно «загострені» на отримання величезної ренти виключно для особистого користування з безвідповідальною неповагою навіть до мінімального рівня добробуту громадян України. Правила гри, що ними встановлені, не є раціональними з точки зору пріоритетів суспільного розвитку, оскільки формування бюрократії відбувається за родовою ознакою (трайбалізм) і державні службовці при розподілі ресурсів використовують своє становище для того, щоб заробити гроші собі і родичам (непотизм).

Логічно, що у порядку речей, в таких системах, хабарництво і «відкати». Концентруючи увагу на отриманні надприбутків, вищий щабель еліти втрачає контроль над підлеглими, середньою ланкою

держслужбовців, які займаються тим самим на своєму рівні (наприклад, проведення «квазітендерів» на держзамовлення наприкінці року). У результаті, за двадцять чотири роки незалежності України, жодний проект або програма не була виконана.

В таких умовах пересічні громадяни потерпають від жорстокої експлуатації з боку національної еліти і не мають жодного шансу для реалізації власних інтересів. Суспільство впадає у депресію, в песимізм, при одночасному зростанні потенції протестних настроїв, які з часом знаходять прояв у насильницьких способах впливу на владу, аж до збройного повстання. Нажаль сучасна історія незалежної України є переконливим доказом, що держава знаходиться у примітивному форматі традиційного суспільного устрою – на засадах системи обмеженого доступу до ресурсів.

Це і є відповіддю щодо унеможливлення будь-яких спроб відносно перспектив розвитку підприємництва сучасної України. Просте перезавантаження влади, про яке так часто лунають заклики, також нічого суттєвого не гарантує суспільству у його очікуваннях. Перш за все треба радикально змінити політико-економічну систему, утворивши її на засадах системи вільного доступу до ресурсів. А така система сама буде продуцентом адекватних їй еліт та державних інституцій. І тільки після цього, наші конференції, «круглі столи», форуми щодо перспектив інноваційного розвитку України набудуть реального змісту.

І, на завершення. На мій погляд, відповіді на питання про особливості процесів, що відбуваються у сфері підприємницької діяльності, оцінювання їх стану, а також визначення перспектив розвитку конкурентоспроможності національних систем підприємництва або, іншими словами, розвитку конкурентоспроможності національних економік слід шукати в рамках тих процесів, які відбуваються у провідних країнах сучасного світу, глобалізованого та конкурентного за визначенням. Світовий досвід доводить, що неможливо побудувати інноваційну, першосортну державу, економіку, чи компанію якщо застосовувати ментальність другого сорту. Для цього треба працювати над новими цінностями. Вільний доступ до ресурсів і є цінністю ринкової економіки, її субстанційною цінністю.

## **АУТСОРСИНГ ЯК ОПТИМАЛЬНА ФОРМА КООПЕРАЦІЇ ВЕЛИКОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Стан розвитку вітчизняного підприємництва в даний момент характеризується як нестабільний. Це пов'язано з існуванням ряду проблем політичного та економічного характеру. Вирішенню цих проблем має сприяти активізація малого підприємництва, розвиток його співпраці з великими підприємствами, тобто кооперація між великим і малим бізнесом. У 2008-2009 роках, коли різко знизився попит на експортну продукцію (метал, хімічну продукцію, зерно), економіка і бюджет України втрималися завдяки малому та середньому бізнесу.

Економічні та інституціональні підходи до проблем конкуренції, співробітництва та форм співпраці великих і малих підприємств висвітлюються в роботах ряду вітчизняних і зарубіжних вчених: Б.А.Анікіна, Н.Ю.Брюховецької, І.П.Булеєва, З.С.Варналія, В.І.Ляшенко та інших [1-5].

Аналіз статистичних даних дозволяє сформулювати висновок про те, що в Україні за останні роки склалися деякі позитивні тенденції у розвитку малого підприємництва. Кількість малих підприємств на 10 тисяч населення за період з 2000 до 2013 року збільшилася з 44 до 82, частка найманих працівників - з 15,1% до 27,1%, частка реалізованої продукції - з 8,1 до 16,6%. Однак питома вага продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізації продукції (робіт, послуг) скоротилася з 16,9% в 2010 році до 16,6% в 2013 році в той час як аналогічний показник діяльності великих підприємств за вказаний період зріс з 41,2 % до 42,4%. Це при тому, що кількість малих підприємств становить 95% від загального числа українських підприємств, а частка найманих працівників на них перевищує 27% від загальної кількості найманих працівників [6]. Таким чином, вітчизняну економіку справедливо можна характеризувати як економіку великого бізнесу, що має ряд негативних наслідків для держави (нераціональна структура економіки, прояви монополізму, можливість використовувати дешеву робочу силу та ін.).

Світовий досвід функціонування малого підприємництва дає приклад використання інструментів організаційного та фінансово-

економічного характеру для його підтримки та розвитку. Одним з таких інструментів є кооперація великого і малого бізнесу. У розвитку такої кооперації великий бізнес зацікавлений не менш, ніж малий. З різноманіття форм виробничої кооперації представляється доцільним виділити таку форму, як аутсорсинг. Вона є оптимальною в сучасних умовах, оскільки дає можливість великому бізнесу удосконалювати управління підприємством, а малому - здійснювати господарську діяльність без залучення значних фінансових ресурсів.

Аутсорсинг - це використання зовнішніх ресурсів (матеріальних, трудових, інтелектуальних) в організації бізнес-процесів компанії. Він означає передачу сторонній організації певної частини виробничих або пов'язаних з ними функцій, які не є пріоритетними. Аутсорсинг не слід ототожнювати з разовими послугами, оскільки він пов'язаний з веденням бізнесу і має довгостроковий характер.

Перевагами для замовника (великого підприємства) є можливість зниження витрат на утримання власних служб, зосередження фінансових ресурсів на провідних напрямках діяльності. Для малого підприємства-аутсорсера вигідність аутсорсингу пов'язана з розвитком власної діяльності, збільшенням власних доходів, підвищенням професіоналізму і якості послуг, що надаються. В результаті підвищується рівень зайнятості в державі, вирішується ряд соціально-економічних проблем, удосконалюється структура економіки шляхом гармонійного розвитку великого і малого бізнесу.

### **Список використаних джерел**

1. Брюховецкая Н.Е. Некоторые аспекты экономического сотрудничества крупного и малого бизнеса в Украине / Н.Е.Брюховецкая, К.Ю.Егиазарова // Бизнес-информ, 2011, №7 (2), с.18-20.
2. Булеев И.П. Предприятия и новые организационные структуры в системе социально-экономических отношений общества / И.П.Булеев, Н.Е.Брюховецкая // Економіка промисловості. - 2009. - №2. - С.3-14.
3. Б.А.Аникин. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций / Б.А.Аникин. - М.: Инфра-М, 2003. - 192 с.
4. Варналій З. Кооперація великих і малих підприємств як умова підвищення конкурентоспроможності підприємництва в Україні / З.Варналія, С. Дрига // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2010. - №1.- С.14-20.



5. Ляшенко В.И. Механизмы регулирования развития малого предпринимательства в Украине. Монография / В.И.Ляшенко, Е.Г.Кошелева, А.Ф.Толмачева. - Донецк: Юго-Восток, 2008. - 495 с
6. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua//>

**Єгорова Л.Е., магістрант,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

В сучасних умовах господарювання перед вітчизняними підприємствами постає низка проблем, в тому числі, й нових, які пов'язані із складними політичними та економічними обставинами, подіями на Сході України. Традиційні фактори та зміни, які відбуваються на макрорівні знижують ефективність операційної діяльності компаній. Чинники такого впливу, як правило, розділяють на дві групи: прямого і опосередкованого впливу.

I. Фактори, що безпосередньо залежать від підприємства.

- Стратегія підприємства, розроблення та реалізація планів, проектів.
- Наявність власних ресурсів (матеріальних, інформаційних, фінансово-кредитних, трудових).
- Обсяги виробництва. Обсяги виробництва повинні відповідати наявним ресурсам і можливостям підприємства і давати при цьому економічний ефект.
- Ефективність використання основних засобів підприємства.
- Оборотноість оборотних засобів.
- Управління витратами підприємства.
- Управління доходами та прибутком.

II. Фактори, що не залежать від підприємства, але суттєво впливають на результативність операційної діяльності, розглянемо більш детально.

- Інвестиції. Інвестиційна привабливість України суттєво знизилася. Індекс інвестиційної привабливості в першому кварталі 2015 р. становив 2,51 (найвище значення за останні п'ять років - 3,4 в першому кварталі 2011 р.) При цьому серед причин 62% респондентів називають слабке валютне регулювання, девальвацію

гривні та непослідовну політику НБУ; 36% - податковий тиск, введення додаткових імпортних мит; 19% - незрозумілу стратегію уряду, брак професіоналів на середньому рівні владної ієрархії. Лише 4% керівників вважають інвестиційний клімат сприятливим [1].

Зазначимо, що у 2014 р. в рейтингу інвестиційної привабливості регіонів Київська область посіла 13-те місце, опустившись на 6 сходинок вниз порівняно з попереднім роком [2].

- Доходи населення. За даними Державної служби статистики доходи населення в 2014 році зменшилися в порівнянні з 2013 роком на 8,4 % (106,1% в 2013 році і 97,7% - 2014 році) [3].

- Податкова система. Кількість податків скоротилася з 22 до 11, проте за великим рахунком кількість стягнутих податків практично не зменшилася, зміни в їх переліку формальні і компенсуються появою нових зборів і платежів. Де факто не відбулося планованого зниження єдиного соціального внеску із 41% до 16,4%; збільшилася із 17% до 20% ставка прибуткового податку з громадян, доходи яких перевищують 10 мінімальних зарплат, відкритим залишається питання автоматичного відшкодування ПДВ [4]. Все це не сприяє покращенню бізнес-клімату.

- Кризові явища в країні (війна на Сході України) призвели до порушення виробничих та логістичних зв'язків, проблеми з пошуком нових клієнтів, що негативно позначилося на ефективності операційної діяльності підприємств.

Отже, більш суттєвий вплив на результативність операційної діяльності підприємств на даний час мають зовнішні фактори. Постійний моніторинг змін зовнішнього середовища, пошук нових інструментів управління ризиками повинні стати постійною функцією менеджменту підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Сайт Європейської Бізнес Асоціації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eba.com.ua>.
2. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів за 2014 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrproject.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Офіційний сайт – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. Податковий кодекс України. [Електронний ресурс]. Офіційний сайт. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/>.

## **МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС. ЗАВДАННЯ: ВИЖИТИ.**

Малий бізнес представляє собою найширший прошарок дрібних власників, які визначають соціально - економічний рівень розвитку країни. Нині український ринок являє собою не зовсім сприятливе середовище для ділових починань. Для ефективного виконання економічних та соціальних функцій мале підприємництво потребує певної підтримки з боку держави [1].

Сьогодні, криза охопила усі прошарки діяльності в Україні. Не обійшла вона і малі підприємства. Таку думку висловив соціолог, засновник компанії Research&Branding Group Євген Копатько. «Основна тенденція – повсюдне скорочення бізнесу, – сказав експерт. – Щоб переконатися в цьому, не треба звертатися до якихось ефемерних речей, достатньо запитати у будь-кого зі знайомих, які дивляться, слухають і бачать, що відбувається. І це не має стосунку до політичних уподобань тих чи інших людей. Малий і середній бізнес завжди має достатньо проблем з владою, але коли політики розхитують ситуацію, то, звичайно, люди втрачають ще більше. Адже тоді людям немає на що сподіватися, і вони не намагаються грати «надовго».

Самі підприємці розповідають, що окрім складнощів з розрахунками, закордонні замовники та інвестори стали набагато обережніше ставитись до співпраці з Україною. «Наші партнери з Європи та з Росії дуже сильно переживали при укладанні угод з нами, тому що вони думали, що у нас тут замалим не війна», – розповідає Максим Морокко з компанії Smart Development Group, яка займається розробкою додатків для смартфонів. «Партнери просили у нас дуже багато документів, всю фінансову і податкову звітність, підтвердження штату співробітників. Умови стали максимально жорсткими – склався негативний імідж і замовники хвилюються за контракт, бо раптом завтра революція, і ми тут розбіжимося в різні сторони», – пояснив він [2].

Не краща ситуація і з боку підтримки держави. Після того, як Національний банк підвищив облікову ставку до 30%, ціна кредитів для малого та середнього бізнесу в середньому зросла на 2-5%, що зробило позики практично недоступними для цього сегменту клієнтів.

Про це заявив голова наглядової ради ПАТ «Укрінбанк» Володимир Клименко.

Експерт зазначив, що підвищення облікової ставки зробило позики практично недоступними для малого та середнього бізнесу, в результаті чого багато хто найближчим часом буде змушений піти з ринку або заморозити свій бізнес [4]

Більше того, сама політика держави не забезпечує сприятливих умов для малого та середнього бізнесу. Спрощена система оподаткування, метою якої була підтримка малого підприємництва, давно себе вичерпала. В результаті цієї системи в країні залишився лише мікро- та малий бізнес. Середній бізнес просто знищений, а велика кількість підприємців вимушені дрібнити свій бізнес на мікрокомпанії.

Крім того, робота з приватними підприємцями за спрощеною системою оподаткування стала гарною альтернативою трудовим відносинам, що призвело до тінізації заробітної плати.

Багато політиків у цьому питанні апелюють до грузинського досвіду, проте забувають, що в цій країні відсутня спрощена система оподаткування та звітності.

Будь-яка податкова система повинна бути стимулом для бізнесу, а не її тягарем. Наразі ж спрощена система підтримує одних підприємців, але вбиває інших [3].

Таким чином, малий та середній бізнес, як один із основних важелів розвитку національної економіки України, особливо за сьогоденних умов в державі, потребує серйозного втручання економістів та експертів щодо створення конкурентоспроможних підприємств на мікрорівні, та дієвої та результативної підтримки зі сторони влади та інвесторів за для забезпечення росту національної економіки України в майбутньому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. /І.М.Бойчик.– К. : Атіка, 2012. – 543 с.
2. <http://news.finance.ua/ua/news/~318838>
3. <http://www.epravda.com.ua/columns/2015/02/17/528591/>
4. <http://news.finance.ua/ua/news/~347986>

## **СУТНІСТЬ ОЦІНКИ ДОСЯГНЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах економічної кризи в Україні особливо гостро постає питання не стільки ефективної діяльності підприємств, скільки запобігання їх кризовому становищу. У зв'язку з цим актуальними постають питання оцінки досягнень у різних аспектах діяльності підприємств.

У сучасних джерелах поняття «оцінка досягнень» найчастіше використовується у кадровому менеджменті, для оцінки досягнення цілей підприємства, як окрема методика оцінки результатів діяльності підприємства. З нашої точки зору це поняття має комплексний характер і може бути застосоване для більш широкого спектру оцінки діяльності підприємства. Перш ніж з'ясувати основні детермінанти оцінки досягнень діяльності підприємства пропонуємо визначити розбіжності і місце поняття «оцінці досягнень» серед інших понять, які застосовуються як тотожні до нього.

Поняття «оцінка досягнень» складається з двох понять «оцінка» і «досягнення». Обидва з цих понять є достатньо сталими: «оцінка – це рівень або значення чого-небудь», «відмітка»; «досягнення – це позитивний результат яких-небудь зусиль, успіх». Таким чином, оцінка досягнень діяльності підприємства зводиться до виміру рівня (значення) позитивного результату діяльності підприємства. Успіх є критерієм оцінки досягнення і за своєю суттю є позитивним результатом, значення якого є суттєвим (суттєво перевищує заплановані, цільові результати).

У кадровому менеджменті «оцінка досягнень» використовується для оцінки результатів діяльності окремого працівника, окремого підрозділу підприємства. Однією з сучасних методик для оцінки досягнень працівників підприємства є система грейдів. Система грейдів дозволяє оцінити ефективність діяльності працівників та відповідно їх винагородити на основі бонусної системи підприємства. Отже, система грейдів має певні критерії показників, які дозволяють оцінити ефективність кадрового менеджменту на підприємстві. Залишається відкритим питанням оцінки досягнень в інших видах менеджменту (фінансовому, маркетинговому тощо).

При оцінці досягнення цілей підприємства мова йде про досягнення цільових значень діяльності підприємства, про оцінку ефективності стратегії. Треба звернути увагу, що окрема ціль

підприємства може бути не досягнута або досягнута не в повній мірі, тобто уникнення певних невдач (уникнення отримання від'ємного результату) дозволяє зафіксувати певне досягнення в діяльності підприємства. Ефективність за своєю суттю передбачає співвідношення результату з певними витратами, тільки в цьому випадку мова може йти про ефективність цілей (та стратегії) підприємства. Це дозволяє стверджувати, що ефективність стратегії можливо оцінити при умові досягнення цільових, запланованих результатів. Таким чином, оцінка досягнень діяльності підприємства за своєю сутністю має більш ширший спектр застосування (критерії оцінювання, показники), ніж оцінка досягнення (ефективності) цілей підприємства.

Оцінка досягнень підприємства має комплексний характер та розглядається у сучасних джерелах через оцінку результатів діяльності підприємства за допомогою різних методик. Але ці методики необхідно уточнити з урахуванням сутності поняття «досягнення» (що це може бути лише позитивний результат). Результат за своєю сутністю є кінцевим наслідком, а досягнення може бути проміжним і кінцевим. Крім того, досягнення може стосуватися якості, відповідно включати в себе показники якості.

З урахуванням вище зазначеного оцінка досягнень підприємства розглядатиметься для оцінки: діяльності всього підприємства, рівнів управління, окремих підрозділів, працівників; проміжних та кінцевих наслідків діяльності підприємства. При чому оцінка досягнень підприємства дозволить виявити переваги підприємства, які не закріплені певними цілями та результатами діяльності підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Геращенко І.О. Особливості застосування системи грейдингу на підприємствах України / І.О. Геращенко // Экономика и управление. – 2012. – № 5. – С. 137-144.
2. Жуков А. В. Сучасні теоретичні засади формування ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства / А. В. Жуков // Бізнес Інформ. – 2013. – № 1. – С. 228 - 231
3. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ozhegov.org/>
4. Попов Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия // Управление компанией – 2003. – № 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str070.html>

## **ОПЕРАЦІЙНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В економічній літературі поки ще немає загальновизнаної методики систематизації та оцінювання економічної стійкості підприємства. Дана дискусія ведеться навколо ототожнення економічної стійкості з фінансовою стійкістю та між співвідношенням понять «виробнича стійкість», «технологічна стійкість» і «операційна стійкість». Останні складові, часто ототожнюються або розглядаються як рівні за значимістю та наповненням. Такий дисбаланс новітніх поглядів, а отже й потребу в подальших дослідженнях, ми розглянули в таблиці 1.

*Таблиця 1*

### **Співвідношення понять «технологічна стійкість підприємства» та «виробнича стійкість підприємства»**

№	Виробнича стійкість	Технологічна стійкість	Висновок	Дослідник
1	Виробнича стійкість це ріст ефективності використання всіх видів ресурсів, що забезпечують виробництво продукції, а також виробництво нових видів продукції та підвищення рівня механізації виробництва.	Технологічна стійкість це ріст ефективності використання у виробництві товарів чи послуг нової техніки та технології.	Виробнича стійкість дуже тісно пов'язана з технологічною стійкістю та є неможливою без забезпечення останньої.	М.О.Удовиченко[1]
2	Виробнича стійкість підприємства, яка забезпечується безперервністю операційної діяльності промислового підприємства, ступенем використання виробничої потужності, наявністю постійних замовлень на продукцію, що випускається, значною мірою залежить від таких видів стійкості підприємства, як: організаційна,	Техніко-технологічна стійкість залежить від необхідності і доцільності оновлення виробничих основних фондів на певній стадії розвитку підприємства. Також техніко - технологічна залежить від техніки, яка використовується, її продуктивності, відповідності новітнім розробкам,	Взаємопов'язаність виробничої та технологічної стійкості теж підтверджується, але техніко-технологічна стійкість розглядається на одному рівні за значущістю з виробничою, а значить і з фінансовою і з	Кравченко М.С [2]

№	Виробнича стійкість	Технологічна стійкість	Висновок	Дослідник
	техніко-технологічна, інвестиційна і інноваційна, оскільки ці види стійкості визначають ефективність виробничого процесу і здатність конкурувати в ринкових умовах.	енергомісткості та здатності впроваджувати прогресивні технології виробництва для забезпечення конкурентних переваг;	інвестиційною стійкостями, що не відповідає нашим поглядам.	
3	Виробнича стійкість полягає у здатності підприємства виробляти раніше обумовлену кількість продукту, незважаючи на негативні впливи як зовнішнього, так і внутрішнього середовища;	Техніко-технологічна стійкість, під якою потрібно розуміти можливість часткової зміни технології та відповідної технічної бази без істотних втрат для підприємства, які можуть вплинути на його загальний фінансовий стан	Виробнича та технологічна стійкості підприємства розглядаються рівнозначними складовими операційної стійкості поряд з організаційною й ресурсною.	Бабиш Р.Б.,[3]
4	Виробнича стійкість – здатність підприємства підтримувати виробничий потенціал на рівні, що дозволяє забезпечити беззбитковий обсяг виробництва та безперервний процес виготовлення продукції з низьким відсотком браку і виробничих втрат, враховуючи потреби ринку	Технологічна стійкість – здатність підприємства підтримувати технологічну адекватність, створювати і зберігати технологічну конкурентну перевагу над галузевими конкурентами;	Технологічна стійкість розглядається окремо від виробничої, як додаткова перевага, тобто на наш погляд, як конкретний інтелектуальний здобуток. Виробнича – це забезпечення беззбитковості.	О.А.Слободчикова [4]

Для вирішення даної проблематики ми розглянули поняття, що є загальноприйнятими й усталеними в науці, а саме:

Технологічний процес (англ. *Manufacturing process*, фр. *Processus technologique*) — це частина виробничого процесу, що вміщує дії зі зміни стану предмета праці.[5]

Виробничий процес (англ. *manufacturing process*) — систематичне та цілеспрямоване змінювання в часі та просторі кількісних та якісних характеристик засобів виробництва і робочої



сили для отримання готової продукції з вихідної сировини згідно із заданою програмою[5]

Виходячи з вищесказаного, слід визначити, що дійсно, ці два процеси тісно пов'язані між собою та неможливі один без одного, також, безумовним є включення технологічного процесу у виробничий а не навпаки.

Операційна діяльність - основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю;

Операційний цикл - проміжок часу між придбанням запасів для провадження діяльності і отриманням грошей та їх еквівалентів від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг; [6]

Тобто, якщо операційна діяльність пов'язана з продажем, то всі бізнес-процеси, що так чи інакше впливають на його стан та обсяг, окрім інвестиційних та фінансових (вони є окремими видами господарської діяльності) – відносяться до її структури.

Завдяки вивченню даної проблематики вбачаємо потребу в подальших дослідженнях у сфері систематизації складових економічної стійкості та класифікації складових операційної стійкості. Поняття «операційна стійкість» доцільніше використовувати поряд з фінансовою та інвестиційною, адже саме такі три види діяльності підприємства визначені законодавством.

### **Список використаних джерел**

1. Удовиченко М.О. Теоретичні аспекти економічної стійкості сільськогосподарських підприємств / М.О Удовиченко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. Випуск 3. Том 2. С.149
2. Кравченко М.С., Сутність фінансової стійкості промислового підприємства / М.С., Кравченко // Вісник економічної науки України, -2010/№2
3. Бабич Р.Б., Оцінка перспектив забезпечення лісосировинними ресурсами деревообробного виробництва України, / Р.Б., Бабич // - Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.12 С.222
4. Слободчикова О.А. Механізм забезпечення стратегічної стійкості підприємства гірничо-металургійного комплексу в умовах проведення реструктуризації / О.А. Слободчикова // Економічний часопис-XXI. - 2012. - № 7-8., С. 44-46.
5. Вікіпедія, вільна енциклопедія [<http://uk.wikipedia.org/wiki>]

6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 28 лютого 2013 р [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13]

**Зубко О.В., асп.,**

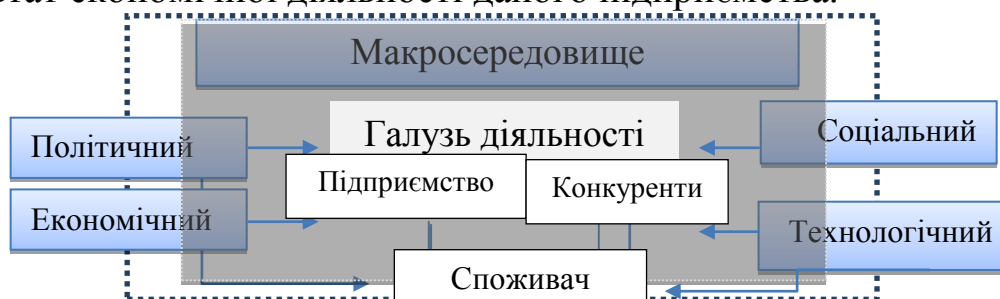
*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ**

Доцільність ідентифікації факторів, які впливають на процес формування маркетингових стратегій обумовлено складними умовами функціонування підприємств. Сутність поняття «фактор» пов'язаний з рушійними силами та умовами, які мають прямий вплив на реалізацію господарських процесів підприємства, доцільним є застосування саме системного наукового підходу до дослідження факторів формування маркетингової стратегії підприємства.

Опрацювання вітчизняної і зарубіжної фахової літератури з питань аналізу факторів формування маркетингових стратегій І. Ансофф [1], Л.В. Балабанової [2], П. Дойля [3], Ф. Котлера [4], Н.В. Куденко [5], М. Портера [6] дозволив дійти висновку про доцільність дослідження середовища підприємства в ієрархічному плані: макро-, мезо- та мікросередовище.

На основі ґрунтовного аналізу наукових джерел, можливо визначити основні фактори макrorівня та оцінити їх вплив на діяльність підприємства (рис.1). Варто зазначити, що вплив факторів макросередовища, в першу чергу, здійснюється на певну галузь, в якому функціонує підприємство, а не на само підприємство. Саме стан галузі, в якій функціонує підприємство має прямий вплив на результат економічної діяльності даного підприємства.



*Рис.1. Фактори макросередовища підприємства*

Виходячи з аналізу рис. 1, відмітимо, що фактори макросередовища мають безпосередній вплив на споживача та конкурентів підприємства. Дана позиція виступає важливою передумовою для дослідження наступного рівня функціонування підприємства – мезосередовища. Дослідження мезосередовища слід проводити за напрямками, що характеризують вплив окремих суб'єктів на формування маркетингової стратегії підприємства: існуючі конкуренти на ринку, потенційні конкуренти, споживачі, постачальники або партнери, виробники товарів-замінників.

Деталізуючи фактори макросередовища та мезосередовища, проведемо детальне дослідження факторів формування маркетингової стратегії на рівні мікросередовища (рис.2).



Рис.2. Фактори впливу мікросередовища на формування маркетингової стратегії підприємства.

Виділені фактори маркетингової сфери розподіляються за моделлю 7P, яка в комплексі має всі важливі чинники впливу на формування маркетингової стратегії. Таким чином, при формуванні маркетингової стратегії, аналіз всіх факторів впливу на діяльність підприємства сприятиме отриманню численних переваг: простота аналізу діяльності підприємства при реалізації маркетингової стратегії; можливість оцінки ефективності обраної маркетингової стратегії в будь-який момент її реалізації, можливість застосування показників, що дозволяють чітко визначити стан конкурентного становища підприємства; встановлення ієрархічної структури цілей та способів їх досягнення.

## Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегічний менеджмент. Класичне видання. – СПб.: Питер, 2009. – 344 с.
2. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посібник / За ред. Балабанової Л.В. – 2-е вид. випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 301 с.
3. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. / П. Дойль. — СПб., 1998. - 143 с.
4. Котлер Ф. Основи маркетинга. / Пер. С англ. В.Б. Боброва; общ.ред. и вступ ст. Е.М. Пеньковский. – М.: Прогресс, 2002. 665
5. Куденко, Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
6. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський.– К. : Основи, 1997. – 390 с].

**Зубко Т.Л., канд. екон. наук, доц.,**  
*Державний університет телекомунікацій, м. Київ*

## РОЗРОБКА КІБЕРНЕТИЧНОЇ МОДЕЛІ ФІРМИ

Високий рівень мінливості ринкового середовища зумовлюють збільшення використання засобів моделювання. Моделювання економічних систем надає сучасним менеджерам усіх рівнів шуканий інструмент для прогнозування та прийняття управлінських рішень. Аналіз літературних джерел, а також результатів прикладних розробок і впроваджених комплексів завдань на базі економіко-математичного моделювання призвів до висновку, що наукова обґрунтованість прийнятих рішень в оперативному, поточному і стратегічному управлінні полягає як у конкретизації економічних моделей, так і у використанні апарату їхньої математичної формалізації [4, 6].

Часто в процесі прийняття рішень в умовах конфлікту або невизначеності пропонується застосовувати теорію ігор [2-6]. Рішення, які одержують за допомогою теорії ігор, корисні при складанні планів в умовах можливої протидії конкурентів чи невизначеності зовнішнього середовища. Для вибору рішення використовується платіжна матриця [2-4]. Важливими елементами будь-якої задачі вибору є цілі та стратегії, які забезпечують їх

досягнення. Прийняття раціонального рішення зумовлює, що різні цілі та стратегії діяльності можуть бути оцінені кількісно або впорядковані за їх відносною важливістю.

При виборі в умовах ризику та невизначеності окрім оцінки взаємовпливу результатів та стратегій, необхідно враховувати ймовірність отримання кожного результату при кожній стратегії.

Важливу роль для сприйняття інформації людиною відіграють наочні, образні моделі. Серед них найпоширеніші графічні моделі. Найпростішою моделлю системи є так звана «чорна скринька», в якій акцент робиться на призначенні та поведінці системи, а про її внутрішній устрій, будову є тільки опосередкована інформація, що відображається у зв'язках системи з середовищем [1, 6].

Найбільш повний опис функціонування підприємства дає узагальнена модель, до якої входять моделі попиту, обліку запасів, фінансова та ін. Крім того, в цій моделі враховується ринок, на якому формується ринкова ціна. Вона відображає таку особливість економічної системи як саморегулювання, в якій реагування на зміни попиту і ринкової ціни автоматично регулюють економічні змінні. Враховуючи це, узагальнену модель також називають кібернетичною (рис. 1).

На рис. 1. лінією 1-2-1 показано зворотний зв'язок економічної системи, який здійснюється по виручених і грошових коштах, що залишилися після всіх відрахувань. Цифрами на схемі позначені зв'язки, що забезпечують саморегулювання моделі підприємства. Таке саморегулювання виконується по контуру 1-2-3-4, а далі по розгалуженнях -5-6-7. Перше з яких забезпечує спрямування частини прибутку на розширення виробництва, а друге - на покриття витрат. Саморегулювання в схемі здійснюється наступним чином.

При зменшенні доходу підприємства в результаті, наприклад, падіння попиту на продукцію, у зв'язку 4 економічна змінна, що представляє собою прибуток, може прийняти негативне значення, тобто підприємство матиме збиток. В цьому випадку в зв'язку 7 економічна змінна прийме нульове значення. У моделі розподілу коштів вони будуть спрямовані на необхідні статті витрат, відбудеться зниження повних витрат у зв'язку 3 в результаті звільнення персоналу чи інших заходів, що приведе до зменшення випуску і відповідно ліквідації збитку. Хоча при цьому доход фірми може також зменшитись, але через зниження повних витрат з'явиться нарешті прибуток. Цей процес саморегулювання відбувається не миттєво, а протягом деякого часу, доки не встановиться режим роботи підприємства. Таке саморегулювання можливе і при збільшенні доходу, але в цьому випадку йде зворотній процес розширення виробництва, тобто використання для цього певних коштів.

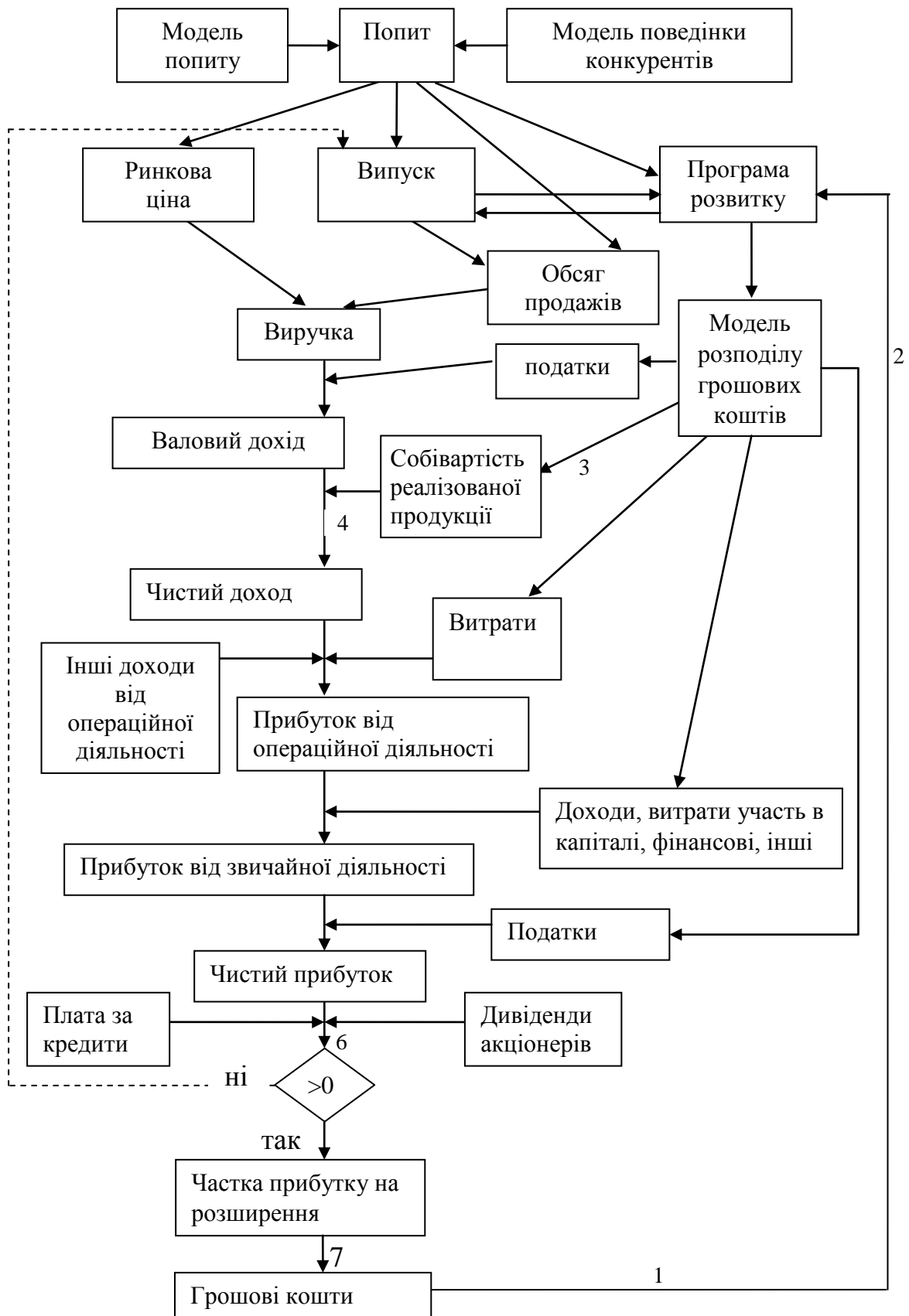


Рис. 1. Структурна схема кібернетичної моделі підприємства (вдосконалено на основі [6])

Така модель зручна для відпрацювання різних сценаріїв розвитку підприємства. Імітаційний експеримент з нею охоплює всі сторони діяльності підприємства, і тому його висновки будуть достатньою мірою об'єктивними. Оскільки ця модель є комплексною, для кожного підприємства можна застосовувати ті її компоненти, які є найбільш прийнятними в його цілях.

### **Список використаних джерел**

1. Вітлінський В. В. Застосування теорії ігор у системі прийняття кредитних рішень з урахуванням ризику [Електронний ресурс] / В. В. Вітлінський, А. В. Сігал // Моделювання та інформаційні системи в економіці. - 2012. - Вип. 87. - С. 33-59. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mise\\_2012\\_87\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mise_2012_87_5.pdf)
2. Дослідження операцій в економіці: Підручник / За ред. І.К. Федоренко, О.І. Черняка. – К.: Знання, 2007. – 558 с.
3. Занг В.-Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории: Пер. с англ. – М.: Мир, 1999. – 335 с., ил.
4. Камінський А.Б. Моделювання фінансових ризиків: Монографія. – К.: Видавничо-поліграф. центр «Київський універ», 2006. - 304 с.
5. Підкопай М. О. Роль маркетингових досліджень у прийнятті управлінських рішень підприємства / М. О. Підкопай // Управління розвитком. - 2014. - № 5. - С. 58-60. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uproz\\_2014\\_5\\_28.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uproz_2014_5_28.pdf).
6. Чернышев С.Л. Моделирование экономических систем и прогнозирование их развития: Учебник. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2003. – 232 с.

**Зябченкова Г.В., старш. викл.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **УДОСКОНАЛЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ АВТОМАТИЗАЦІЇ**

В сучасних умовах господарювання існує необхідність масштабного реформування системи бухгалтерського обліку та звітності. Реформування бухгалтерського обліку відповідно до

міжнародних стандартів, створення нової нормативної бази бухгалтерського обліку вимагає рішення цієї проблеми на національному рівні.

Основними передумовами необхідності удосконалення бухгалтерського обліку відповідно до МСБО є [2]:

- економічні реформи, що призвели до формування нової економічної системи, основу якої складають ринкові відносини;

- приватизація майна сприяла створенню значного приватного сектору економіки;

- розширення вертикальних і горизонтальних господарських зв'язків призвело до активізації самостійності суб'єктів господарювання, яким для прийняття рішень необхідна якісна інформація, яка відображає усі економічні процеси;

- стара бухгалтерська звітність не відповідає вимогам сьогодення, тому що не відображає реального стану підприємства;

- збільшення кількості підприємств, що займаються міжнародним бізнесом;

- вихід українських підприємств на міжнародні фінансові ринки вимагає надання фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів;

- потреба в значних іноземних капіталах;

- поступова інтеграція в європейський економічний простір .

Актуальним на сьогодні є питання трансформації бухгалтерського обліку через використання комп'ютерних мереж, тобто автоматизацію бухгалтерського обліку.

Для вирішення проблеми комп'ютеризації існує два шляхи: перегляд методологічних аспектів обліку безпосередньо від вимог механізації та комп'ютеризації обліку до його методології, та комплексний перегляд всієї системи організації обробки облікової інформації.

Комп'ютерні системи сьогодні дозволяють:

- обробляти і зберігати велику кількість однакових в структурному плані одиниць інформації;

- здійснювати вибірку інформації з великої кількості даних;

- виконувати складні математичні розрахунки;

- одержувати паперову копію будь-якого документу.

На багатьох підприємствах України впроваджено інформаційні програмні комплекси автоматизації їхньої діяльності, які забезпечують роботу як малих, так і великих підприємств. На підприємствах України впроваджені програмні продукти чотирьох



компаній: Галактика, 1С, Парус й Інтелект-Сервіс. Дані компанії постійно вдосконалюють програмні продукти, роблячи їх усе більше доступними й ефективними для автоматизації підприємств. Кожне підприємство, прагнучи до більш успішного їх упровадження на ринку України, пропонує комплекс як універсальних, так і спеціалізованих програмних продуктів по автоматизації діяльності підприємств.

Крім того, конкретні реалізації таких продуктів істотно відрізняються один від одного кількістю розв'язуваних завдань, способами їхнього рішення, механізмами настроювання на специфіку конкретних підприємств, охопленням галузевих особливостей тощо.

Застосування інформаційних систем вносить значні зміни до організації документування, які полягають, по-перше, у використанні електронних носіїв первинної інформації, і, відповідно, електронних первинних документів і, по-друге, в автоматичному складанні первинних документів.

Відмінності технології документування в комп'ютеризованих системах обліку наступні:

1) накопичення і первинна обробка облікових даних базуються на використанні комп'ютерів безпосередньо на робочих місцях облікових працівників;

2) обробка даних документування здійснюється за принципом об'єднання процесів складання первинного документа та введення його до комп'ютерної бази даних;

3) можливість автоматичної реєстрації первинної інформації [1].

Одна з основних переваг передачі документу безпосередньо з комп'ютера на комп'ютер – це можливість отримати документ в тому вигляді, в якому він був підготовлений, з включеними до нього таблицями, графіками, рисунками тощо. Відомості з такого документа легко можуть бути включені до інших документів, а сам він може передаватися по мережі всередині підприємства.

Реєстрація проводиться шляхом заповнення реєстраційної картки на екрані комп'ютера і перенесення реєстраційного номеру на сам документ в штамп з позначкою про отримання документу. Отримані документи обробляються, реєструються, контролюється їх виконання. Після цього документи направляються до електронного архіву, де зберігаються протягом встановленого терміну.

Компактність зберігання, швидкий пошук необхідного документу, створення підбірок документів по заданій тематиці – все це досягається шляхом створення електронного архіву.

В організації комп'ютерного обліку великі перспективи має використання Internet – технологій. Перевагою таких технологій є можливість модернізувати програмне і апаратне забезпечення без суттєвих змін в структурі обчислювальної системи, а також використовувати широкий діапазон технічних засобів з різною обчислювальною потужністю.

Отже, з впровадженням комп'ютерної техніки бухгалтерський облік змінюється, а саме: зменшується кількість механічних операцій з обробки документів, систематизації облікових показників, заповнення реєстрів та звітів. Облікова праця стає більш творчою, спрямованою на організацію та удосконалення обліку.

### **Список використаних джерел**

1. Гарасим П.М. Особливості організації бухгалтерського обліку в умовах комп'ютеризації: <https://www.google.com.ua/search?q>
2. Петрук О.М. Гармонізація національних систем бухгалтерського обліку: Монографія / О.М. Петрук. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – 420 с.

**Іванченко Н.О., канд. екон. наук, доц.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Підприємництво в Україні, як країні з ринковою економікою, представлено великими, середніми та малими підприємствами, серед яких є й дуже маленькі – мікропідприємства.

Результати економічної діяльності підприємств за останні чотири роки значно знизились. За даними Держстату України [2]. чисельність суб'єктів господарювання з 2010 по 2013 рік зменшилась на 21% і склала 1722070 одиниць, а в розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення цей показник, якій з 1999 до 2010 року зріс більш ніж в 10 разів - до 477 одиниць, в 2013 році скоротився до 378 одиниць.

У 2013 році більшість суб'єктів господарювання - 95% склали малі підприємства, 4,8% - середні підприємства й тільки 0,2 % - великі підприємства. Однак структура обсягів виробництва показує, що більшість реалізованої продукції було вироблено на великих та середніх підприємствах 83,4% (відповідно 42,4%, і 41,0%) і тільки

16,6% - на малих. Таким чином основою економічного розвитку, що визначає потенціал держави є великі високопродуктивні виробництва, а також середні підприємства, незважаючи на їхню невелику чисельність у загальній кількості підприємств. Вони створюють велику частину ВВП держави.

Однак й малі підприємства займають відповідне місце в ринкової економіці держави. Так малий бізнес забезпечує товарами й послугами незадоволений попит, а також вирішує соціальні проблеми – забезпечує зайнятість населення. На малих підприємствах працює 27,7% робітників хоча більшість зайнятих працівників також приходиться на великі та середні підприємства - 32,2% й 40,7%.

Структура розподілу підприємств за видами економічної діяльності за обсягом реалізованої продукції та кількістю зайнятих працівників нерівномірною, це свідчить, що не всі види діяльності в однакової мірі привабливі для тих чи інших підприємств.

Дослідження структури нерівномірності розподілу ґрунтується на порівнянні часток двох розподілів - за кількістю зайнятих працівників ( $d_j$ ) та обсягом реалізованої продукції ( $D_j$ ). Якщо розподіл ознаки рівномірний, то частки цих показників однакові ( $d_j=D_j$ ). Відхилення часток свідчить про певну нерівномірність розподілу, яка вимірюється коефіцієнтами локалізації і концентрації. Коефіцієнти локалізації ( $L_j$ ) були розраховані для кожної  $j$ -ї складової сукупності для великих, середніх і малих підприємств, як відношення часток двох розподілів ( $L_j = \frac{D_j}{d_j}$ ). При рівномірному розподілі всі значення  $L_j=1$ . У випадку концентрації значень ознаки в  $j$ -й складовій  $L_j>1$ , і навпаки. Для характеристики розподілу було розраховано коефіцієнт подібності (схожості) структур ( $P$ ) для всіх видів суб'єктів за двома ознаками. Якщо структури однакові,  $P=1$ . Чим більші відхилення структур, тим меншим є значення коефіцієнта  $P$  [3, с.184-188].

### Розрахунки було зроблено за даними 2013 року [2]

Види економічної діяльності	Коефіцієнт локалізації $L_j$		
	підприємства		
	великі	середні	малі
Будівництво	1,42	-	-
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	2,26	3,67	2,2
Фінансова та страхова діяльність	-	4,54	1,4
Операції з нерухомим майном	1,3	-	-
Професійна, наукова та технічна діяльність	9,43	-	-
Коефіцієнт подібності структур ( $P$ )	0,644	0,660	0,715

Отримані результати свідчать про концентрацію обсягів реалізованої продукції в деяких видах економічної діяльності. Для всіх видів підприємств - це оптова та роздрібна торгівля, для великих підприємств - професійна, наукова та технічна діяльність; будівництво; операції з нерухомим майном; для середніх та малих підприємств - фінансова та страхова діяльність.

Як бачимо, найбільш подібні структури обсягів реалізованої продукції і кількості зайнятих працівників - в малих підприємствах, а найбільші відхилення - у великих підприємствах.

Нами було проведено також розрахунки продуктивності праці для великих, середніх і малих підприємств за видами економічної діяльності. Отримані результати підтвердили, що найбільша продуктивність праці спостерігалась на відповідних підприємствах за тими ж самими видами економічної діяльності. В великих підприємствах найвища продуктивність праці (6846,9 тис. грн./зайнятого) була там, де  $L_j=9,43$ .

Інші види економічної діяльності, що не приведені в таблиці, мали коефіцієнт локалізації менший за одиницю й відповідно найменшу продуктивність праці. В цю категорію потрапили найбільш вагомі види економічної діяльності – промисловість, сільське, лісове та рибне господарство, інформація та телекомунікації, транспорт, та ін. Ці види потребують корінної реконструкції, впровадження сучасного високопродуктивного обладнання, інноваційних технологій, сучасних методів ведення виробництва. На їх розвиток повинні бути спрямовані інвестиції. Тільки в цьому випадку по цих видах економічної діяльності з'явиться сприятлива перспектива подальшого розвитку і Україна зможе досягти високих економічних і соціальних результатів.

### **Список використаних джерел**

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики/ З. С. Варналій. – 4-те вид., стер. – К.: Знання, КОО, 2008. - 302 с.
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Матковський С. О., Гальків Л.І., Гринькевич О. С., Сорочак О.З. Статистика: навч. посібник, 2-ге вид.- Львів:»Новий Світ»-2011.- 429с.

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Перехід України до ринкової економіки вимагав роздержавлення оптової торгівлі, здійснення демонополізації і лібералізації торгово-посередницької діяльності, диверсифікації її форм. Внаслідок цих процесів на оптовому ринку України за останнє десятиріччя з'явилася значна кількість малих оптових посередників. Більшість з них здійснюють посередницьку діяльність без надбання статусу юридичної особи. Так, за даними Державного Комітету статистики України, на 1 січня 2013 року в Україні діяло 57,5 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля. В сучасних умовах найбільшого поширення набули партнерські оптові підприємства, засновані на колективній власності. На рис. 1 представлено динаміку оптового товарообороту за 2005-2013 рр.[1]

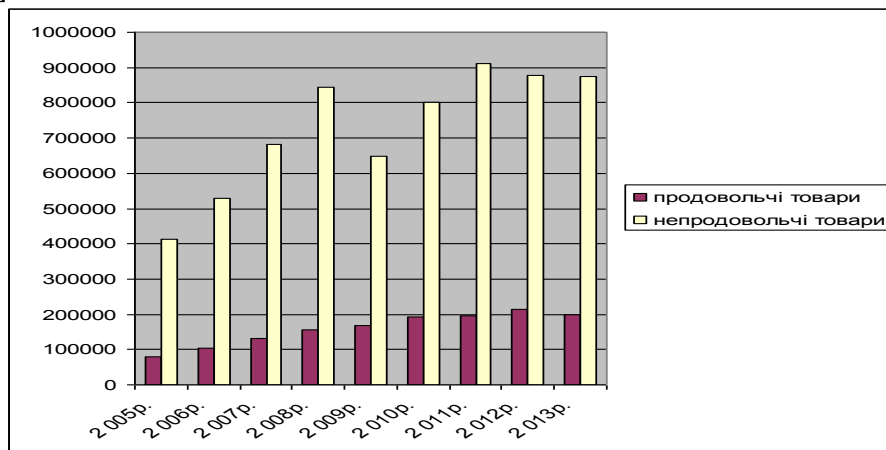


Рис. 1. Динаміка оптового товарообороту за 2005-2013 рр., млн грн.

Товарооборот підприємств оптової торгівлі за 2012 року становив 1093290,8 млн грн., що на 18537,6 млн грн. більше, ніж у 2013 р. Тільки у м. Києві оптовий товарооборот у 2013 р. склав 416007,1 млн грн., у тому числі продовольчих товарів 62,4 %, непродовольчих товарів – 37,6%. Проте, питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва склала 37%. Так, за даними Державної служби статистики кількість підприємств та фізичних осіб-підприємців у загальних показниках по суб'єктах великого, середнього та малого підприємництва в оптовій та роздрібній торгівлі у 2014 році змінилась порівняно з 2013 роком відповідно на – у 5 до

кількості суб'єктів середнього підприємництва зменшилась на 0,2%, у % до кількості суб'єктів малого підприємництва збільшилась на 0,1% (табл. 1). [1]

Таблиця 1

**Кількість підприємств та фізичних осіб-підприємців за їх розмірами у загальних показниках по суб'єктам великого, середнього та малого підприємництва в оптовій та роздрібній торгівлі за 2010-2013 рр.**

Роки	у % до кількості суб'єктів великого підприємництва підприємства	у % до кількості суб'єктів середнього підприємництва		у % до кількості суб'єктів малого підприємництва	
		підприємства	фізичні особи-підприємці	підприємства	фізичні особи-підприємці
2010	100	94,9	5,1	8,9	91,1
2011	100	96,2	3,8	11,7	88,3
2012	100	96,1	3,9	11,9	88,1
2013	100	95,9	4,1	12,0	88,0

Комерціалізація і зміна форм власності не дала очікуваного ефекту, призвела лише до простого подрібнення крупних оптових структур на самостійні і малоефективні суб'єкти ринку. Заслуговує уваги зарубіжний досвід щодо тенденцій розвитку оптових підприємств за формами власності та організаційно-правовими формами господарювання. Основним видом оптових підприємств за цими ознаками є корпоративні підприємства, тобто найбільш великі. На них у загальному обсязі оптового товарообороту припадає 95,8%. Частка партнерських підприємств дорівнювала 2,6%, а індивідуальних - лише 1,6% [3, с. 20]. Концентрацію обігу споживчих товарів у сфері оптової торгівлі доцільно розпочати зі стимулювання розвитку великих оптово-посередницьких структур як загальнодержавного, так і регіонального масштабу. Підприємства, які мають намір надавати оптово-посередницькі послуги відповідно до спеціалізації, повинні мати належним чином обладнане складське господарство, транспортні засоби, обігові кошти, кадровий потенціал та інше. Тому, для інституційної структуризації оптово-посередницької діяльності доцільно звернутися до практики ліцензування та сертифікації послуг, що буде сприяти усуненню чисельних дрібних посередницьких структур, які не мають права власності на товар. Це дасть змогу зменшити спекулятивну діяльність, витіснити або зменшити розвиток недобросовісної конкуренції у торговельній галузі.

## Список використаних джерел

1. Публікація документів Державної Служби Статистики України/ [Електронний ресурс] Режим доступу : [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/sr/sot/sot\\_u/sot2006\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/sr/sot/sot_u/sot2006_u.htm)
2. Лазебна І.В. Основні напрями вдосконалення державного регулювання оптової та роздрібної торгівлі/ [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer31/799.pdf>

**Гльченко Н.Б., канд. екон. наук, доц.,**

**Сай Д.В., канд. екон. наук, доц.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Розвиток малого і середнього бізнесу впливає на рівень зайнятості в ЄС і є важливим джерелом створення робочих місць. Сьогодні це основа соціально-економічної моделі ЄС. На них припадає близько 2/3 зайнятих і 60% доданої вартості. Малий і середній бізнес допомагає державі вирішувати економічні (створення конкурентного середовища, функціонування приватного капіталу, залучення іноземних інвестицій), соціальні питання (створення нових робочих місць, вирішення проблем бідності). У теперішніх умовах український бізнес як і раніше адаптується до економічних змін в країні. Підприємства, що здійснюють операції з іноземною валютою і купують товари або сировину на території Європейського Союзу або інших країнах, вимушені, у зв'язку з коливанням та нестабільністю курсів валют, заморожувати свою діяльність та чекати стабілізації ситуації.

У м. Києві протягом 9 місяців 2014 року попри складного політичного та соціально-економічного становища спостерігався порівняно з відповідним періодом 2013 року ряд позитивних тенденцій у розвитку підприємництва, в тому числі збільшилась кількість новостворених суб'єктів господарювання, кількість суб'єктів підприємництва, зареєстрованих як платники податків, зросла сума надходжень податків і зборів до Зведеного бюджету від суб'єктів підприємництва. Водночас, проявились і негативні

тенденції: збільшилась кількість ліквідованих суб'єктів господарювання, зменшилась кількість суб'єктів підприємництва-юридичних осіб, що сплачували податки, та сума надходжень від них податків і зборів до бюджету міста. Кількість новостворених суб'єктів господарювання протягом 9 місяців 2014 року зросла порівняно з відповідним періодом попереднього року на 6,1 %, в тому числі юридичних осіб – на 10,4 %, фізичних осіб-підприємців – на 1,5 %. Всього державними реєстраторами м. Києва зареєстровано 21786 новостворених суб'єктів господарювання, в тому числі 11772 юридичні особи та 10014 фізичних осіб-підприємців. Ліквідовано 36865 суб'єктів господарювання, що у 5,7 рази більше, ніж у відповідному періоді 2013 року, в тому числі 11772 юридичні особи (у 8 разів більше) та 25093 фізичних осіб-підприємців [1].

Згідно з проведеними дослідженнями на початок 2015 року промислові підприємства оцінили загальну економічну ситуацію в Україні гірше, ніж наприкінці 2014 року. Індекс оцінки ділової активності знизився у лютому 2015 року до -0,42 з рівня -0,29 порівняно з жовтнем 2014 року. 45,45% малих підприємств, як і 40,9% середніх та 41,8% великих підприємств вважають загальноекономічну ситуацію негативною і не очікують позитивних змін протягом 2015 року. Якщо серед опитаних виробничих підприємств наприкінці 2014 року 11,9% вважали ситуацію на підприємстві доброю, то у лютому 2015 року цей показник знизився ще на 1,3%. Таким чином, частка опитаних виробничих підприємств, що не очікують змін фінансово-економічної ситуації, становить 63,2% для малих підприємств та 65,35% для середніх.

У 2015 році підприємства очікують від уряду у першу чергу податкових реформ та рівних можливостей. Так, 39,3% підприємств у 2014 році висловились за рівні умови для всіх суб'єктів бізнесу, тоді як 23,5% очікують державної підтримки для підприємств свого сектору, 19,1% - державної підтримки впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві, 13,1% державної підтримки впровадження інноваційних заходів. З 01 січня 2015 року набула чинності податкова реформа, передбачена Законом №71-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи». З одного боку, податкова реформа скорочує кількість податків з 22 до 9, але з іншого, – ставки податків, які залишились, зростуть. На початок 2015 року прийнято Закон «Про розвиток та державну підтримку малого і



середнього підприємництва в Україні», проте й досі не зрозуміло який сектор економіки буде підтримуватись державою.

Таким чином, аналіз результатів анкетного опитування показав найбільш гострі й актуальні проблеми у сфері малого підприємництва. Серед них слід зазначити: відсутність коштів на інвестування; умови зовнішнього фінансування малих підприємств; стан та ефективність структур підтримки підприємництва; відсутність необхідної інформації про джерела можливої підтримки суб'єктів підприємництва; стан законодавства, що регулює загальні аспекти функціонування підприємства; стан податкової системи.

### **Список використаних джерел**

1. Діяльність суб'єктів господарювання 2013/ [Електронний ресурс].- Режим доступу : [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ9\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm)

**Кавун О.О., канд. екон. наук, доц.,**  
*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ: РИЗИКИ, ЗАГРОЗИ, ОБМЕЖЕННЯ ТА ПРОТИРІЧЧЯ**

Вагомою законодавчою ініціативою Верховної Ради став Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)» від 12.02.2015 р. № 191-VIII (діє з 05.04.2015 р.).

Метою законопроекту є дерегуляція господарської діяльності, що дасть можливість Україні підвищити позицію у рейтингу Doing Business. Значний акцент у Законі зроблено на агропромисловий комплекс України (стимулювання раціонального використання сільськогосподарських земель та спрощення орендних відносин), провадження господарської діяльності з виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції для приведення законодавства в окремих сферах у відповідність до законодавства ЄС.

При цьому слід зазначити, що ряд положень Закону обмежують можливості реалізації регуляторної політики державними органами влади. Крім того, громадська антидискримінаційна експертиза

Законопроекту не проводилась, громадське обговорення, процедуру оприлюднення та отримання пропозицій він не проходив.

Розглянемо окремі найбільш суперечливі положення Закону, які, на нашу думку, мають загрозливий характер у контексті проведення державної регуляторної політики на ринку землі в Україні:

- вилучення п.4 ст.22 Земельного кодексу України: земельні ділянки сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва використовуються відповідно до розроблених та затверджених в установленому порядку проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозміни та впорядкування угідь і передбачають заходи з охорони земель;

- відміна штрафів за використання земельних ділянок сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва без затверджених у випадках, визначених законом, проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозміни та впорядкування угідь (ст.55 Кодексу України про адміністративні правопорушення);

- відмова від обов'язкової державної експертизи проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозміни та впорядкування угідь (ст. 9 Закону України «Про державну експертизу землепорядної документації»);

- відмова від встановлення у галузі охорони земель та відтворення родючості ґрунтів нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах у різних природно-сільськогосподарських регіонах, які раніше встановлювалися для досягнення високих і стабільних урожаїв та запобігання виснаженню і втраті родючості ґрунтів внаслідок ґрунтовтоми (ст.30 Закону України «Про землеустрій»);

- відмова від цивільної, адміністративної або кримінальної відповідальності громадян та юридичних осіб за такі порушення: відхилення від затверджених в установленому порядку проектів землеустрою; використання земельних ділянок сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва без затверджених проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозміни та впорядкування угідь (п.1 ст. 211 Земельного кодексу України);

- встановлення розробки проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозміни та

впорядкування угідь, за бажанням землевласників або землекористувачів (ст. 52 Закону України «Про землеустрій»);

- встановлення мінімального строку оренди земельних ділянок сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва, фермерського господарства, особистого селянського господарства не менше 7 років (ст.93 Земельного кодексу України);

- встановлення виключно грошової форми орендної плати за землю. За згодою сторін розрахунки по орендній платі за землю можуть здійснюватися у натуральній формі, але у відповідності до грошового еквіваленту вартості товарів за ринковими цінами на дату внесення орендної плати (ст. 22 Закону України «Про оренду землі»). До цього часу орендна плата справлялася у грошовій, натуральній та відробітковій (надання послуг орендодавцю) формах та їх поєднанням.

Зазначені зміни у змісті окремих положень законодавчих актів викликають сумніви щодо доцільності їх впровадження, суттєво обмежують можливості проведення державної регуляторної політики, а в окремих випадках несуть загрозу національній продовольчій безпеці України.

**Кармазінова В.Д., асп.,**

**Науковий керівник Ромат Є.В., д-р наук з держ. упр., проф.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БРЕНДУ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДНОГО АГЕНТСТВА**

У сучасних умовах ринкової економіки основним напрямком фінансової, виробничої та збутової діяльності підприємств стає підвищення конкурентоспроможності бренду компанії для закріплення позицій на ринку з метою одержання максимального прибутку.

Брендинг не просто є частиною маркетингу, брендинг - це філософія бізнесу, частина психологічного споживання його внутрішнього світу. Саме перетворення пересічної торгової марки в бренд здатне зробити товар привабливим для споживача. Бренд, дозволяє підняти вартість послуг і збільшити прибутки підприємства в цілому.

Інноваційні напрямки в створенні та управлінні брендами маркетингових дослідних агентств потребують пошуку новітніх шляхів та методів вирішення економічних, технічних, соціально-етичних проблем, які забезпечать підприємству швидке отримання бажаних результатів та переваг шляхом створення унікального продукту та його просування.

Рішення про необхідність розвитку бренду вимагає креативних, аналітичних і фінансових зусиль. Для того щоб створити по-справжньому сильний бренд, необхідно чітко вибудувати позиціонування цього бренду.

Розробка ефективного конкурентоспроможного бренду - це розробка позиціонування, яке, з одного боку, зможе забезпечити унікальне місце для майбутнього бренду у свідомості представників цільової аудиторії, а з іншого, найбільш вигідно підкреслити сильні сторони бренду. Бренд дозволяє стимулювати попит на запропоновані послуги маркетингового дослідного агентства, що у свою чергу дозволяє підвищити конкурентоспроможність як підприємства в цілому, так і його послуг зокрема.

Ключовими вигодами, пов'язаними з створення ефективного бренду є:

1. отримання додаткового прибутку (завдяки капіталу, створеному брендом);
2. захистити агентство в процесі роботи з партнерами;
3. полегшити процедуру вибору агентства клієнтом;
4. ідентифікувати маркетингове дослідне агентство серед інших конкурентів;
5. полегшити вихід маркетингового дослідного агентства на нові ринки;
6. дає можливість здійснювати нові, перспективні інвестиції;
7. забезпечує емоційний зв'язок з клієнтом;
8. зменшити витрати.

Сукупність цих факторів призводить до збільшення вартості компанії в цілому. На даний момент конкурентоспроможні бренди є необхідною умовою для досягнення стійкого ділового успіху підприємства шляхом призначення більшої ціни на запропоновані послуги та забезпечення більш стабільного попиту.

**Кендюхов О.В., д-р екон. наук, проф., голова Всеукраїнської спілки вчених-економістів, віце-президент з економічної стратегії Українського національного комітету Міжнародної торгової палати**

## **ПОДАТКОВА СИСТЕМА ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Визначення стратегічних вимірів та пріоритетів розвитку українського підприємництва має виходити з необхідності досягнення ключової стратегічної мети: забезпечення сталого прискореного росту позитивного сальдо торгового балансу. Необхідність вирішення першого завдання обумовлена тим, що існуюча виробнича база - низькорентабельна, фізично і морально застаріла, занадто енергомістка. Вона не дозволяє Україні поставляти на зовнішній ринок достатню кількість конкурентоспроможної продукції, щоб забезпечити позитивне сальдо торгового балансу. Необхідність вирішення другого завдання обумовлена тим, що низька швидкість економічних процесів сприяє зниженню темпів економічного зростання, призводить до економічного спаду, зниження динаміки попиту і пропозиції, уповільнення інвестиційних процесів. В результаті це призводить до того, що країни, які мають більш високу швидкість економічних процесів, все більше відриваються від України у своєму розвитку, перетягуючи на свій бік світові фінансові ресурси.

Підвищення швидкості економічних процесів має ґрунтуватися на трьох головних пріоритетах:

1) спрощення податкової системи. Складність і трудомісткість податкового адміністрування обумовлює колосальну втрату суспільно корисного часу, призводить до уповільнення економічних процесів і, відповідно, гальмує економічне зростання;

2) дерегуляція підприємницької діяльності. Заплутаність, складність і суперечливість регуляторної системи забезпечують стабільність корупційних схем і уповільнюють економічні процеси;

3) захист конкуренції і дієва антимонопольна політика.

Податкова система є стратегічним інструментом розвитку підприємництва.

Головні негативні наслідки сучасної податкової системи:

- складність і трудомісткість податкового адміністрування обумовлює колосальну втрату суспільно корисного часу, призводить до уповільнення економічних процесів і, відповідно, гальмує економічне зростання;

- заплутаність і суперечливість податкової системи забезпечує стабільність корупційних схем у податковій сфері. ПДВ - найбільш корупційний податок, від податку на прибуток дуже легко ухилятися шляхом штучної мінімізації прибутку, спрощена система оподаткування малого бізнесу використовується великими компаніями для ухилення від сплати податків;

- крайня складність, непрозорість і несправедливість податкової системи служить основою тінізації економіки, негативно впливає на інвестиційну привабливість країни.

Мета податкової реформи – це створення максимально простої, прозорої та справедливої податкової системи, що забезпечуватиме високу швидкість економічних процесів, найкращі у світі умови для інвестицій та розвитку підприємництва, скорочення тіньового сектора економіки, ліквідацію корупції в податковій сфері.

Механізм: перехід від оподаткування доходів до оподаткування витрат. Повна відміна ПДВ, податку на прибуток та «спрощеного» оподаткування доходів малого бізнесу, тобто бізнес повністю звільняється від податків, пов'язаних з отриманням підприємницького доходу. Замість скасованих податків на доходи вводиться податок на покупку (витрати) у розмірі 2,5-4% від вартості покупки, який сплачує будь-який покупець. Технічні умови: електронна система платежів, електронні гаманці та державні касові термінали.

Основні переваги реформи:

1. В результаті повного скасування ПДВ, податку на прибуток та спрощеного оподаткування доходів малого бізнесу в Україні будуть створені ідеальні умови для інвестиційного буму.

2. Прискорення економічних процесів і колосальна економія суспільно корисного часу за рахунок тотального спрощення адміністрування податків.

3. Істотна детінізація економіки, оскільки немає сенсу приховувати ті податки, яких не існує.

4. Руйнування переважної більшості корупційних схем у податковій сфері та створення надійних умов для їх запобігання.

5. Абсолютна соціальна справедливість нової системи: багаті платять більше, бідні - менше. Не потрібно вводити ні податок на депозити, ні податок на нерухомість, ні додаткові податки на заробітну плату, ні інші податки на багатство. Крім того, вкрай важливо, що всі платники податків перебувають у рівних умовах і здійснюють сплату податку за єдиним принципом.

## **ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА НЕОБХІДНІСТЬ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В умовах сучасного розвитку світової економіки, основною тенденцією якої є процес глобалізації, країнам стає неможливо ефективно існувати без тісного партнерства та співпраці з іншими державами, особливо з тими, що мають розвинуту економіку. Для України таким варіантом співтовариства стала можливість євроінтеграції. Євроінтеграційні процеси мають значний вплив на економіку України, а це спонукає до формування нових стратегій та механізмів для посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Адаптації українського виробництва до Європейських стандартів повинна здійснюватися при структурній переорієнтації економіки України до вимог міжнародного поділу праці [1]. Основою ведення бізнесу повинна стати інноваційна модель, яка буде поширюватись на всі сфери суб'єкта господарювання від виробництва до відносин зі споживачем. Нововведення повинні торкнутися і відносин у колективі, і системи організації та мотивації праці працюючих усіх рівнів, від топ-менеджменту до основних та допоміжних робітників на виробництві.

Тому, важливим є забезпечення належних умов для інноваційного розвитку економіки, які б у перспективі змогли б створити переваги в глобальній конкуренції, та можливості протистояти зовнішнім конкурентним викликам.

Зараз, коли спостерігається тенденція існування від'ємного зовнішньоторговельного сальдо України (так, за останні два роки експорт продукції знизився на 15%, з 63312022,1 тис.дол у 2013 році до 53913548,3 тис. дол. у 2014 році [2]), а зовнішнім ринкам притаманна жорстка конкуренція виробників продукції. Нестабільність сучасної ситуації в Україні та мінливість кон'юнктури ринку обумовила виникнення певних труднощів, пов'язаних із визначенням перспективних напрямів розвитку підприємств, зміцненням їхніх конкурентних позицій, що ускладнюються недостатнім ресурсним забезпеченням для досягнення основної мети, зміною значної кількості економічних параметрів, що викликано

впливом факторів соціально-економічного та політичного характеру на усі сфери діяльності підприємства, та призводить до зниження його конкурентоспроможності, що у свою чергу, негативно позначається на функціонуванні підприємств у цілому. Тому, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках також повинно бути одним із пріоритетних завдань.

У конкурентній політиці епохи глобалізації простежуються взаємодії між прагненнями до досягнення різних видів економічної ефективності: аллокативна ефективність (ефективність розподілу ресурсів між альтернативними варіантами їх використання) , виробнича ефективність (оптимізація розміру підприємства) і динамічна ефективність (ефективність галузі як структури що розвивається, впровадження інновацій мінімізують витрати, та сприятимуть розвитку стимулів до інвестування) [3]. Враховуючи те, що інтеграційний розвиток підприємств супроводжується процесами глобалізації, а конкурентна боротьба стає все більш жорстокою, то це штовхає підприємства на пошук нових конкурентних переваг. В свою чергу, поява великої кількості європейських компаній, змусить вітчизняних підприємців турбуватися про відповідність їх продукції міжнародним сертифікатам якості та міжнародним стандартам.

Як бачимо, в умовах глобальних структурних змін національної економіки для подальшого розвитку необхідно звернути увагу на експортоорієнтовані моделі або моделі розвитку імпортозаміщаючого виробництва. Саме за такого розвитку національного виробництва будуть створені умови для комплексного відродження економіки України, її виходу з кризи за рахунок власних ресурсів, та можливості для органічного входження українського господарства в процес міжнародного поділу праці та виробничої кооперації, у тому числі і з країнами Європейського Союзу.

Таким чином, можна виділити такі шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, що є запорукою підприємницького успіху в умовах світової інтеграції, як виробництво товарів та надання послуг за якістю світового рівня, використання новітніх технологій, оновлення основних засобів, використання інноваційних технологій у виробництві.

### **Список використаних джерел**

1. Рекомендації I Міжнародного науково-практичного семінару «Проблеми конкурентоспроможності економіки в умовах



- євроінтеграції: регіональні аспекти» // [Електронний ресурс]. – Режим доступ: [http://old.niss.gov.ua/Table/23\\_240508/rekom.htm](http://old.niss.gov.ua/Table/23_240508/rekom.htm)
2. Обсяги експорту-імпорту товарів за регіонами України // [Електронний ресурс]. – Режим доступ: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
  3. Розанова Н. М. Эволюция взглядов на конкуренцию и практика антимонопольного регулирования: опыт стран с развитой рыночной экономикой. / Н.М. Розанова // Экономический журнал РГГУ, - 2001. - № 2

**Копняк К.В., старш. викл.,**

**Сташко І.В., асист.,**

***Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ***

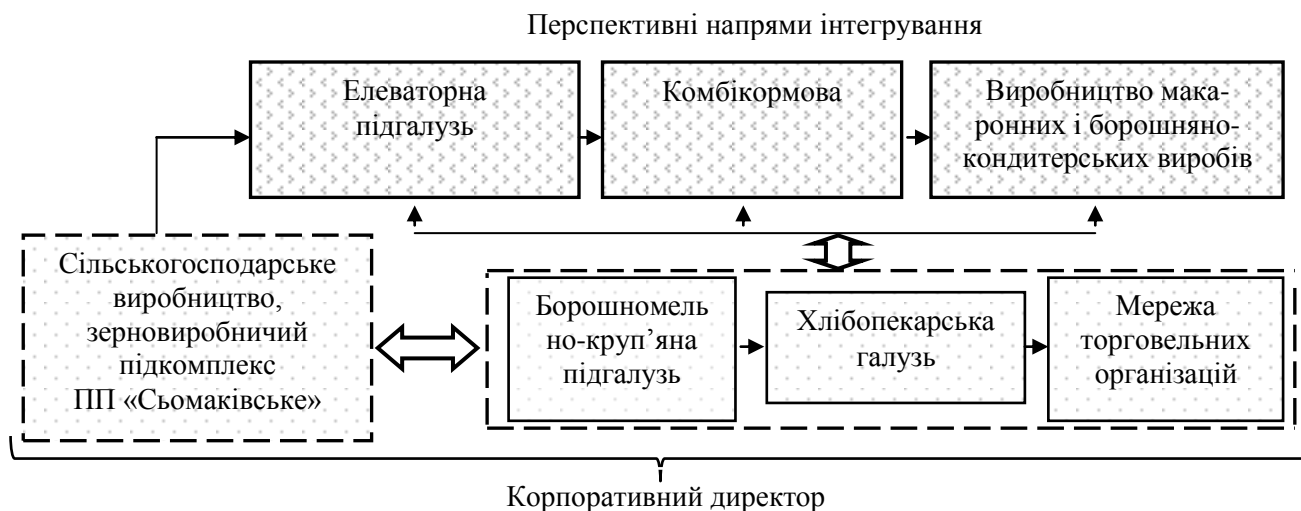
## **ІНТЕГРАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ**

Процеси функціонування та розвитку сільськогосподарських підприємств галузі рослинництва суттєво сповільнені у зв'язку з поширенням кризових тенденцій.

Особливостями розвитку підприємств хлібопекарської промисловості стали збільшення виробництва і його регіональна концентрація в межах потужних бізнес-груп. Для цієї галузі в цілому впродовж останніх років характерними були: низька рентабельність виробників; високий ступінь залежності від сировинного фактору та його подальше зростання; обмеженість джерел фінансування; низька державна підтримка; висока конкуренція на ринку і т.д. За таких умов спостерігається пряма залежність між якістю зерна та ефективністю функціонування сільськогосподарських підприємств, що логічно обумовлює залежність між якістю хлібобулочних виробів та рентабельністю всіх підприємств зернопродуктового підкомплексу.

З метою розробки адекватного механізму вирішення проблеми дисфункціональності ринку зерна і хлібобулочних виробів використано принцип визначення ланцюга створення цінності, що ґрунтується на розбудові або налагодженні стійких інтеграційних зв'язків на основі кооперування учасників виробництва – сільськогосподарських та хлібопекарських підприємств. В узагальненому вигляді модель кластерної бізнес-асоціації забезпечує стійке функціонування за умови рівноваги взаємодій, що

встановлюються, коли сукупні витрати всіх підприємств, які входять у кластер, від взаємодій усередині кластера не перевищують сукупний ефект взаємодій (рис. 1).



*Рис. 1. Структурна модель інтеграції підприємств зернопродуктового підкомплексу ПП «Сьомаківське»*

Принципи інтеграції і досягнення синергетичного ефекту полягають у можливості залучення капіталу, сформованого у торговельній мережі, що дозволяє залучати інвестиції у виробництво продукції галузі рослинництва сільськогосподарським підприємством (на прикладі ПП «Сьомаківське»), забезпечивши при цьому високий рівень рентабельності та поступове підвищення якості зерна.

Інвестування сільськогосподарського виробництва здійснюється з метою зниження собівартості сировини і забезпечення необхідного рівня її якості, виходячи з інтересів визначеного хлібопекарського підприємства. Соціально-економічний ефект запропонованої інтеграції описаний за змінами у діяльності всіх учасників (табл. 1).

*Таблиця 1*

### Соціально-економічний ефект інтеграції підприємств зернопродуктового підкомплексу

Підприємства	Показники	Роки	Динаміка показників
X <sub>1</sub> (с.-г. підприємство)	Обсяги виробництва	2008	2,3 тис. т
		2016	4,2 тис. т
	Кількість робочих місць	2008	11/3
		2016	25/13
	Рентабельність основної діяльності, %	2008	3,5
		2016	46,5
	Індекс якості продукції, од.	2008	0,22
		2016	0,45

Підприємства	Показники	Роки	Динаміка показників
Х <sub>2</sub> (хлібопекарське підприємство)	Обсяги виробництва	2008	Збільшення у 5 разів
		2016	
	Кількість робочих місць	2008	22
		2016	67
	Рентабельність основної діяльності, %	2008	21,0
		2016	53,0
Х <sub>3</sub> (торговельна мережа)	Обсяги продажів	2008	Збільшення у 4,5 разів
		2016	
	Кількість робочих місць	2008	17
		2016	25
	Рентабельність основної діяльності, %	2008	67,0
		2016	83,0

Саме в такій інтеграційній схемі досягнуто простої і логічної вигоди для всіх учасників бізнес-асоціації. Використання моделі узгодження економічних інтересів підприємств в межах запропонованого кластеру дозволяє досягти істотного соціально-економічного ефекту для всіх учасників.

**Копчикова І.В., асп.,**

*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **ОНОВЛЕННЯ НОРМАТИВНО-ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ З ПОРЯДКУ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ**

Забезпечення належної організації і здійснення інвентаризаційного процесу неможливе без наявності знань про нормативну базу на якій ґрунтується проведення інвентаризації. Відсутність знань на практиці призводить до формалізації інвентаризаційної роботи, недотримання правильності та послідовності виконання окремих інвентаризаційних процедур, викривленні показників обліку та результатів інвентаризації, порушення законодавчо-нормативних актів тощо [1].

Питання організації та методики проведення інвентаризації на підприємствах досліджуються у багатьох наукових працях. Зокрема, Бардаш С.В., Бутинець Ф.Ф., Дем'яненко М.Я., Калюга Є.В., Коритник Л.П., Кузьмін Дм.Л., Сук Л.К., Хомин П.Я., Шатковська Л.С., Шевчук В.О. та інші внесли вагомий внесок у

розвиток теорії та практики інвентаризації. Однак сьогодні інвентаризаційний процес набуває нового значення, переглядаються та уточнюються вимоги чинного законодавства із врахуванням інтересів власника та керівництва господарюючого суб'єкту.

За останні роки національна система обліку та звітності зазнала серйозних змін. Реформування на основі впровадження міжнародних принципів та стандартів з наступним оновленням інструкцій, положень уже стало звичним явищем для науковців та практикуючих бухгалтерів. Починаючи з 01.01.2015 р. набрало чинності Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань № 879, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р.

Порівнюючи зміст Інструкцій № 69 із Положенням № 879 слід відмітити незмінність загального порядку та умов проведення інвентаризації господарюючими суб'єктами та визначення відповідальності керівника за організацію і проведення інвентаризацій. Як і раніше на власника або уповноважений ним орган покладається відповідальність за створення необхідних умов для проведення інвентаризації, визначення об'єктів, періодичність і строки проведення інвентаризації за виключенням випадків, коли проведення інвентаризації є обов'язковим. Однак випадки проведення обов'язкової інвентаризації доповнено. Так, пунктом 7 розділу I передбачено обов'язкове її проведення у разі (крім загальновідомих, які були визначені Інструкцією № 69) переходу на складання фінансової звітності за міжнародними стандартами (на дату переходу). Нововведенням є те, що з цього питання Положенням не встановлено конкретні строки проведення річної інвентаризації. Лише визначено, що проводити її необхідно перед складанням річної фінансової звітності до дати балансу. При цьому орієнтовні строки такого заходу оговорені у п. 10 р. I Положення.

Крім того Положення №879 запровадило новий термін – «суцільна інвентаризація» (п. 6 р. I). Вона передбачає охоплення всіх видів зобов'язань та всіх активів підприємства незалежно від їх місцезнаходження. Також інвентаризації підлягають активи і зобов'язання, які обліковуються на позабалансових рахунках. Але проведення суцільної інвентаризації з 01.01.2015 р. потрібне лише перед складанням річної фінансової звітності та у разі припинення діяльності підприємства.

До нововведень належить те, що Положення №879 скасувало форми документів, якими оформлювалися результати інвентаризації. Але згідно з п. 14 р. II Положення №879, з 01.01.2015 р.

інвентаризаційні описи, акти інвентаризації, звіряльні відомості оформлюють відповідно до вимог, установлених Положенням про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затвердженого наказом МФУ від 24.05.1995 р. № 88, в якому зазначено, що документування господарських операцій може здійснюватися з використанням виготовлених підприємством самостійно бланків., з урахуванням обов'язкових реквізитів та вимог, передбачених п. 2.4 цього Положення.

Досі в Інструкції №69 не було чітких вказівок щодо відображення таких результатів в обліку. Правилам перевірки та оформленню результатів інвентаризації присвячено розділ IV. Результати інвентаризації на підставі затвердженого протоколу комісії відображають у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. Також дещо відкореговано порядок врегулювання розбіжностей між фактичною наявністю активів і зобов'язань та даними бухгалтерського обліку:

- основні засоби, нематеріальні активи, які виявлені в лишках, підлягають оприбуткуванню зі збільшенням доходів майбутніх періодів;

- цінні папери, грошові кошти, їх еквіваленти та інші оборотні матеріальні цінності, які виявлені в лишках, підлягають оприбуткуванню зі збільшенням доходу звітного періоду підприємства;

Порядок списання нестач запасів у межах та понад встановлених норм природного убутку, виявлені під час інвентаризації, залишився без змін [2].

### **Список використаних джерел**

1. Коритник Л.П. Актуальні проблеми нормативного регулювання інвентаризації / Л.П.Коритник // Вісник ЖДТУ. – 2008. – № 4 (46). – С.103-106
2. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань № 879, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р.

## **БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Сучасний стан розвитку підприємництва в Україні характеризується високим рівнем динамічності та невизначеності. Мінливе зовнішнє середовище та постійна необхідність у вдосконаленні внутрішніх процесів, пошуку нових резервів для зростання та розвитку підприємства, який представляє собою комплексний та багатофункціональний організм, вимагають від управлінської ланки оптимальної та відповідної системи економічного управління. Враховуючи зарубіжний досвід та сучасні вітчизняні реалії, саме система бюджетування може виступити як ефективний та потенційний механізм реалізації фінансово-господарських можливостей підприємства.

Ми пропонуємо розпочати з того, щоб внести розбіжності в поняття «бюджетування», «бюджетне управління» та «система бюджетного управління», які більшість дослідників та науковців вважають тотожними та взаємозамінними. Так, погоджуючись з розмежуванням, запропонованим в [1, с. 24-25]: якщо йдеться про систему управління підприємством на основі цільових показників за центрами фінансової відповідальності для досягнення стратегічних цілей із використанням найбільш ефективного розподілу ресурсів, необхідно вживати поняття «система бюджетного управління», коли ж ми говоримо про технології формування фінансового середовища, коректніше використовувати термін «бюджетне управління». Термін «бюджетування» – розкриває зміст лише етапу «планування» в загальному бюджетному процесі.

Бюджетне управління не є новою концепцією, його розвиток та становлення бере початок ще з першої половини ХХ століття. Так, враховуючи всі особливості та умови тодішньої епохи, було остаточно визначено місце бюджетів у системі планування підприємством та розроблено безліч підходів до впровадження та використання бюджетування як самостійної системи управління. На основі [2, 3, 4, 5, 6, 7] можливо виділити такі основні підходи та методи, які формують основу для системи бюджетного управління, а саме: постатейне, програмне, електронне, приросне, перехідне бюджетування, бюджетування «з нуля», за видами діяльності,

«кайзер-бюджетування», процесно-орієнтоване, бюджетування «за рамками бюджетів» та бюджетування, орієнтоване на результат.

Враховуючи наведені підходи та їх особливості стає можливим сформулювати таку систему бюджетного управління, яка б змогла відповідати потребам підприємництва сьогодення та мати наступні цільові параметри та особливості: гнучку організаційну та фінансову структури із системою делегування повноважень, яка б забезпечувала децентралізацію управління та можливість прийняття самостійних рішень учасниками бюджетного процесу; систему збалансованих показників Нортон-Каплана (BSC) та карту стратегічних рішень, які б формували цільову направленість бюджетів для виконання стратегічних цілей; систему ключових показників ефективності (KPI), які б координували роботу центрів фінансової відповідальності та створювали відповідну систему мотивації праці. Застосування даних параметрів до структури бюджетів будь-якого підприємства забезпечить адаптивність до зовнішніх процесів, самоорганізацію та гнучкість, яким повинна відповідати сучасна система управління.

### **Список використаних джерел**

1. Чиков Д. Не хотите Вавилонскую башню из денег? / Д. Чиков // Бизнес-журнал. – 2010. – №11. – С. 24-25.
2. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика / А. Апчерч. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 952 с.
3. Аткинсон А. Управленческий учет, 3-е издание / А. Аткинсон. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 875с.
4. Хорнгрен Ч. Управленческий учет. 10-е издание / Дж. Фостер, Ш. Датар, Ч. Хорнгрен. – СПб: Питер, 2005. – 1008с.
5. Бримсон Дж. Процессно-ориентированное бюджетирование. Внедрение нового инструмента управления стоимостью компании / Дж. Бримсон, Дж. Антос при участии Дж. Коллинза // пер. с англ. В.Д. Горюновой; под. общ. ред. В.В. Неудачина. – М.: Вершина, 2007. – 336 с.
6. Хоуп Дж. Бюджетирование, каким мы его не знаем. Управления за рамками бюджетов / Дж. Хоуп, Р. Фрейзер // пер. с англ. Р.В. Кащеев. – М.: Вершина, 2005. – 256 с.
7. Федосеев О. Битва за эффективность / О. Федосеев, Б. Карабанов. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 288 с.

**Крегул Ю.І., канд. юрид. наук, проф., зав. кафедри,  
Банк Р.О., канд. юрид. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **АДМІНІСТРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Адміністративна відповідальність у сфері забезпечення безпеки підприємницької діяльності у юриспруденції розглядається як важливий засіб впливу на вжиття заходів щодо забезпечення безпеки та ефективного функціонування суб'єктів підприємництва.

Не освітлюючи численні проблемні питання щодо скоєння правопорушень у сфері забезпечення безпеки підприємництва та понесення за них адміністративної відповідальності, варто зупинитись на одному із них.

Фіскальні органи державної влади у сфері забезпечення безпеки підприємницької діяльності мають право проводити відповідно до законодавства перевірки платників податків і звірки, отримувати безоплатно від платників податків, у тому числі благодійних та інших неприбуткових організацій, у порядку, визначеному законодавством, інформацію, довідки, тощо. При проведенні таких контрольних і наглядових дій часто виявляються адміністративні правопорушення в сфері забезпечення безпеки підприємницької діяльності, за які Кодексом України про адміністративні правопорушення (далі - КУпАП) передбачено стягнення. За таких умов проблемне питання щодо притягнення адміністративної відповідальності за вчинення відповідних правопорушень полягає у проміжку часу перевірки, кінцева дата якої припадає на дату в останньому звітному періоду відповідного платника податків, загальнообов'язкових зборів, страхових внесків. Може скластись ситуація, коли неправомірні дії у сфері забезпечення безпеки підприємництва по суті виявляються під час проведення перевірки, яка охоплює діяльність суб'єкта підприємницької діяльності таким чином, що де-юре строки накладення адміністративних стягнень, передбачені ст. 38 КУпАП, є простроченими. За таких обставин винні суб'єкти можуть ухилятися від відповідальності.

Найбільше неоднозначних ситуацій виникає при протидії правопорушенням у сфері забезпечення безпеки підприємництва у практичній діяльності, коли суб'єктом протидії виявлено триваючі



правопорушення (зокрема, неутримання або неперерахування до бюджету сум податку на доходи фізичних осіб при виплаті фізичній особі доходів, перерахування податку на доходи фізичних осіб за рахунок коштів підприємств, установ і організацій (крім випадків, коли таке перерахування дозволено законодавством), неповідомлення або несвоєчасне повідомлення державним податковим інспекціям за встановленою формою відомостей про доходи громадян (ст.163<sup>4</sup> КупАП), провадження господарської діяльності без державної реєстрації як суб'єкта господарювання або без одержання ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, ст. 164 КУпАП). Зазначені нами правопорушення можуть існувати під час проведення перевірки, проте перевірці підлягає суто конкретний період, чітко визначений планом-графіком перевірок. Як свідчить практика, службові особи податкових органів складають протоколи відповідно до перерахованих нами вище статей та передають їх до суду для винесення конкретного рішення по справі, однак суди закривають відповідне провадження, оскільки строки давності минули згідно зі ст. 38 КУпАП. Для вирішення цієї проблеми пропонуємо доповнити ст. 38 КУпАП додатковою частиною, в якій зазначити: «Якщо адміністративні правопорушення виявлено контрольними та наглядовими органами державної влади під час проведення чергової перевірки відповідно до плану-графіка, стягнення може бути накладено не пізніше як через три місяці з дня вчинення правопорушення, а при правопорушенні, що триває – не пізніше як через шість місяців з дня його виявлення».

Для конкретизації відповідних строків накладення адміністративних стягнень за правопорушення у сфері забезпечення безпеки підприємництва пропонуємо вищезазначену статтю 38 КУпАП доповнити таким формулюванням: «За вчинення правопорушення у сфері забезпечення безпеки підприємницької діяльності адміністративне стягнення може бути накладено на протязі трьох місяців з дня виявлення, але не пізніше шести місяців з дня його вчинення».

Варто також приділити увагу встановленню у КУпАП адміністративної відповідальності за адміністративно-правові загрози, тобто бюрократичне перешкоджання здійсненню підприємницької діяльності органами публічної адміністрації, що становить зовнішню загрозу у забезпеченні безпеки підприємництва.

**Кузьміна О.М., канд. техн. наук, доц.,**  
**Бондар М.В. канд. педаг. наук, доц.,**  
**Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

## **АВТОМАТИЗОВАНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток системи управління підприємства здійснюється шляхом розробки і впровадження управлінських інновацій. Потреба у постійних змінах в управлінні і методах ведення бізнесу обумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми проблемами. Внутрішні проблеми, як правило, є: функціональні диспропорції; застарілі стиль і методи управління; архаїчні стереотипи поведінки; недоліки планування та обліку і т. п. Конкуренція сьогодні дедалі більше стає боротьбою ідей, а не боротьбою ресурсів. На ринку перемагають компанії, що постійно пропонують нові інноваційні рішення. При цьому надзвичайного значення набуває швидкість практичного втілення ідей за допомогою автоматизованих інноваційних технологій – це обумовило актуальність даної теми.

Неодмінною умовою ефективного господарювання в швидкоплинному світі є прихильність підприємства до постійного організаційного розвитку. Якщо підприємство безперервно реалізує швидкі і радикальні інновації, якщо вдосконалення методів і засобів ведення бізнесу поставлене в компанії на регулярну основу, то у такого підприємства є всі шанси динамічно розвиватися, укріплювати свої ринкові позиції, працювати ефективно. Постійні зміни у законодавстві, в умовах і правилах ведення бізнесу, посилення конкурентної боротьби, поява нових знань в сфері організації та управління підприємством, зміна поколінь працівників і менеджерів, виникнення нових ринків, прогрес у техніці, технологіях, засобах комунікації і зв'язку вимагають від підприємств вельми адаптивних можливостей. Управління інноваційним процесом — невід'ємна складова діяльності сучасного підприємства, що охоплює планування, організацію та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних процесів, розрахованих на здобуття конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства [1].

У сучасній практиці планування інновацій значного поширення набули інноваційні проекти. Для ефективності контролю за виконанням інноваційних проектів необхідно, щоб використовувалися різні інструменти, які допомагають менеджерам здійснювати контроль та аналіз результатів. Так, з метою підвищення ефективності

впровадження інноваційної діяльності доцільним є використання автоматизованих технологій [2]. Системи автоматизації управління проектами – це спеціалізовані програмні продукти, що дозволяють автоматизувати одну або декілька складових управління проектами: складання календарного плану робіт, управління ресурсами, витратами, ризиками, якістю тощо. Типові функціональні модулі автоматизованих систем управління проектами: опис і оптимізація структури робіт; планування і управління ресурсами; аналіз ризиків; планування і управління бюджетом проекту; обмін інформацією між зацікавленими особами; контроль за ходом виконання проекту; засоби для наочного представлення інформації.

В даний час найбільш популярними є кілька систем управління проектами, а саме: Microsoft Office Project 2007 (корпорації Microsoft), Primavera Project Planner Professional (P3) (компанія Primavera Systems, Inc.), OpenPlan (компанія Deltek), Project Expert (компанія Pro-Invest).

Головною ціллю автоматизації управління проектами є вирішення наступних завдань у найкоротший час, із найменшими витратами та найкращою якістю:

- посилення перспективності проекту (розробка стратегічних напрямків розвитку інноваційних процесів, що передбачені проектом);
- підвищення якості рішень, що приймаються, визначення кількості цілей і прийняття рішень;
- збільшення оперативності управління;
- забезпечення економічної ефективності проекту, що пов'язано з мінімізацією витрат на здійснення нововведень і максимізацією результату.

Впровадження автоматизованих інноваційних технологій забезпечує адаптацію сучасного підприємства до мінливих зовнішніх умов, посилення конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Захарченко, В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. пос. / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
2. Андросова, О.Ф. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності: монографія / О. Ф. Андросова, А. В. Череп. – К. : Кондор, 2007. – 356 с.

## **РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

За визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку креативні галузі економіки сьогодні являють собою новий динамічний сектор світової торгівлі. Їх економічна цінність полягає у культурних та інтелектуальних властивостях та заснована на створенні, виробництві і розподілі товарів і послуг, що використовують творчий та інтелектуальний капітал у якості основних матеріалів. Вони основані на індивідуальній творчості, майстерності і таланті, які мають потенціал для створення добробуту, робочих місць за допомогою генерації та використання інтелектуальної власності.

З точки зору форм бізнесу, враховуючи відмінні характеристики креативних галузей промисловості, вони були включені Конференцією ООН з торгівлі та розвитку до окремих груп, а саме культурна спадщина, мистецтво, засоби масової інформації та креативні послуги.

Сьогодні креативні галузі економіки створили майже 1,5 млн. робочих місць, а у Німеччині упродовж останнього десятиліття загальна чисельність індивідуальних підприємців, котрі займаються творчою діяльністю, зросла на 21%, тоді як у інших сферах народного господарства – лише на 1,5 %. Крім того, сектор творчих індустрій створює на сьогодні від 5 до 14% ВВП розвинутих країн та демонструє випереджальні темпи щорічного зростання обсягів виробництва продукції порівняно з традиційними галузями економіки [1, с.202].

Експорт креативних товарів відіграє важливу роль у процесі розвитку країн, зумовлюючи зростання продуктивності, створення зайнятості, забезпечення обміну технологіями. Експорт креативних товарів із розвинених країн переважає на світовому ринку. Разом з тим країни, що розвиваються нарощують обсяги зовнішньої торгівлі даними товарами.

Найбільшими імпортерами креативних товарів є країни Європи, а також – США, Японія та Канада. Серед країн, що розвиваються лідируючі позиції займають країни Азії. Провідним світовим

імпортером виступають США (88,1 млрд. дол.), які імпортують 20 % світового імпорту креативних товарів.

Креативні галузі містять значний потенціал розвитку країн з трансформаційної економікою, оскільки дають змогу диверсифікувати економічну діяльність і потрапити до одного з найбільш динамічних секторів економіки, індивідуалізувати пропозицію експортних товарів, зайняти нові ніші на світовому ринку.

Україна займає незначні позиції на ринках креативних товарів. Так, частка вітчизняного експорту від сукупного світового становила у 2012 р. 0,17 %, а імпорту – 0,28 %. Однак слід відмітити постійне зростання частки українських креативних товарів на світовому ринку. Крім того зростає значення зовнішньої торгівлі креативними товарами для вітчизняної економіки.

Особливість розвитку вітчизняного креативного сектору полягає в тому, що поряд з комерційними товарами та послугами реалізується велика кількість творчих ідей, що мають на меті не створення прибутку, а задоволення передусім духовних цінностей людини, формування особливої атмосфери. Відсутність належного сприятливого середовища в Україні стало наслідком асиметричного розвитку креативних індустрій [2, с.71].

Особливістю креативної економікою є широке залучення індивідуальних підприємців. У переважній більшості креативні товари виготовлюються десятками тисяч дрібних, малих, середніх підприємств, а також фрілансерами, які співпрацюють з вертикально-або горизонтально інтегрованими компаніями [3, с.185]. Таким чином креативні галузі виступають фактором розвитку посередницької та підприємницької діяльності, створюючи додаткові робочі місця.

### **Список використаних джерел**

1. Осташова В.О. Перспективи розвитку сільських територій в умовах становлення креативної економіки / В.О. Осташова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – № 2 (5). – Том 1. – С. 200 – 204.
2. Киризиук С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С.В. Киризиук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. - Випуск 6. (Ч. 1). - С. 68 – 72.

3. Осаул А.О. Креативність як основа розвитку конкурентоспроможної національної економіки / А.О. Осаул // Вісник Запорізького національного університету. Серія Економічні науки. – 2012. - № 4. – С. 180 – 188.

**Лаптева В.В., канд. екон. наук, асист.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **ПІДПРИЄМСТВО В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Сучасна динаміка розвитку ділового середовища дуже інтенсивна: у короткі строки створюються зовсім нові продукти, що має два протилежні результати: поява нових можливостей для підприємницької діяльності й втрата можливості досягнення поставлених цілей, що існували десятиліттями. Відповідно змінюються й напрями інвестиційних потоків, й інвестиційна привабливість тих чи інших проектів.

Будь-яке підприємство – це відкрита система, яка може існувати лише за умови активної взаємодії з навколишнім середовищем. Підприємство отримує із зовнішнього середовища ресурси і, перетворюючи їх на продукцію, передає їх знову у зовнішнє середовище [1].

На відміну від оцінки ефективності оперативного управління (прибутковість і раціональність використання виробничого потенціалу) ефективність стратегічного управління виражається у тому, наскільки своєчасно і точно підприємство спроможне реагувати на нові запити з боку ринку й змінюватися залежно від мінливого оточення [3].

У середині ХХ ст. на Заході як провідна ідея, що відбиває сутність трансформації переходу від оперативного управління до стратегічного, постала потреба у перенесенні центру уваги керівництва підприємств на зовнішнє оточення, аби належно і своєчасно реагувати на зміни, що відбуваються. Фахівці усвідомили необхідність ретельного дослідження зовнішнього середовища та адаптації до цих змін через прийняття своєчасних управлінських рішень на початку 70-х рр. Саме тоді зовнішнє середовище зі своїми коливаннями (достатньо згадати нафтову кризу 1973 р.) здійснює

вирішальний вплив на діяльність підприємств у ринковій економіці і розвиток підприємництва.

Пропонується трактувати стратегічне управління як стійкий процес зі зворотним зв'язком управління та наступними складовими: (1) продукція і ринок, (2) засоби виробництва, (3) ресурси, (4) організація праці та розподіл робіт, (5) система управління, (6) програма мотивації і заохочення. А стратегію визначаємо як сукупність цілей підприємства, конкретних напрямів їх досягнення та особливих переваг, які мають виходити з аналізу його реальних інвестиційних можливостей в економічній ситуації, що склалася, зважаючи на вплив основних елементів його внутрішнього та зовнішнього простору.

Сьогодні, для менеджменту багатьох українських підприємств характерна відсутність стратегічності. Це виражається, по-перше, у плануванні майбутньої діяльності, виходячи з поточного стану середовища, побудованому на уявленні про статичність оточення і, по-друге, у тому, що при плануванні задаються тільки позитивні зміни показників діяльності без прогнозування змін у середовищі підприємства.

Складання довгострокових планів підприємницької діяльності також не є ознакою стратегічного управління, що відбиває доволі поширену хибну думку. Досягнення бажаних цілей у майбутньому має спиратися на те, що підприємство робить у певний момент, аналіз його реальних слабких і сильних сторін.

Наступним суттєвим моментом є те, що визначальним процесом стратегічного управління є не стратегічне планування, а реалізація стратегічного плану. Підприємство, в якому створена ефективна підсистема стратегічного планування, але при цьому бракує можливостей для реалізації стратегії, не здатна здійснювати стратегічного управління. Цей факт акцентує на важливості інвестиційної складової стратегії, що передбачає концентрацію ресурсів на стратегічно важливих напрямах діяльності. Одним із найпоширеніших формалізованих методів розробки стратегій розвитку суб'єкта господарювання є SWOT-матриця: аналіз сил і слабостей, можливостей і загроз, спричинених спільною дією внутрішніх і зовнішніх чинників[2].

Стратегічні напрямки інноваційного розвитку українських підприємств фінансуються в основному за власні кошти підприємства, яких недостатньо. Зростання обсягів виробництва продукції відбувається в основному за рахунок цінового фактору. Як

результат – низька рентабельність операційної діяльності підприємств.

Розглядаючи відмінності особливостей стратегічного управління, наголошуємо, що визначальним чинником є не час (як для довгострокового планування), а напрями розвитку, цільова орієнтація. Проте не можна говорити про відсутність часової складової, здійснюючи розробку і реалізацію стратегії. Чинник часу беруть до уваги, коли визначають горизонт планування; терміни, необхідні для вироблення стратегії; адаптацію підприємства до нової стратегії і її реакцію на зміни у зовнішньому середовищі. Але особливий вплив чинника часу проявляється, коли розробляють стратегію через життєві цикли технологій, продуктів, видів діяльності.

Модель життєвого циклу підприємства/продукції може використовуватись як при визначенні загальної стратегії розвитку підприємства, так і при оцінці перспектив інвестиційного розвитку. Так, на етапі розробки продукції підприємство готує умови для розширення своєї частки галузевого ринку. На цей період припадає найбільший обсяг капіталовкладень. Можливість розширення і підтримки переважного становища на ринку служить сильним стимулом для інвестицій. Інвестиції, спрямовані на створення модифікацій продукції, що найбільше задовольняє потреби споживачів, удосконалення технологічного процесу і модернізацію провідного обладнання, підтримуватимуть конкурентні переваги підприємства в очікуванні стадії установаження і стабілізації.

Викладене вище дозволяє стверджувати, що інвестиційна діяльність є необхідною умовою стратегічного розвитку підприємства і рушійною силою розвитку підприємницького сектору, а успішна реалізація стратегії багато в чому залежить від ступеня опрацювання її інвестиційної складової.

### **Список використаних джерел**

1. Мазаракі А.А. Підприємництво: психологічні, організаційні та економічні аспекти: навч. посіб./ Максименко С.Д., Мазаракі А.А. –К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012.–720с.
2. Захарченко В. И. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : монография / В. И. Захарченко, Н. Н. Меркулов, Л. В. Ширяева. – Одесса : Фаворит, 2011. – 598 с.



3. Захарченко В. И. Методологические подходы к развитию стратегического аудита / В. И. Захарченко, Л. В. Ширяева. – Донецк : Прометей : Регион. сб. науч. работ. – 2011. – № 2. – С. 233–239.
4. Ансофф И. Стратегическое управление : пер. с англ. / И. Ансофф ; науч. ред. и вст. сл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

**Lula Paweł, prof. UEK dr hab.,  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska**

## **OPINION MINING AND ITS IMPORTANCE IN THE ACTIVITY OF CONTEMPORARY ENTERPRISES**

### **Introduction**

Nowadays information plays a crucial role for all activities performed by individuals and organizations. It can change people's behavior, decisions and outcomes. Among different types of information, feed-back can be found as extremely important and desirable for enterprises, especially for companies which deliver goods and services for individual customers. They express very often their opinions on the Internet using blogs, social networks or comparison shopping engines (for example: pricegrabber.com). The problem of automatic opinion mining has existed in the research literature for fifteen years. The list of initiatory works embraces: (Das & Chen 2001), (Dave et al. 2003), (Turney 2002), (Pang et al. 2002) and (Nasukawa & Yi 2003). Among recent reports on opinion mining for example (Cambria et al. 2013), (Pang & Lee 2008) are worth studying.

### **The essence of the opinion analysis**

Three different expressions are used for automatic opinion analysis: *opinion mining*, *sentiment analysis* and *polarity analysis*. The first term has the broadest scope and may be focused on different aspects of customers opinions (general character, description of good's or service's features, advantages and disadvantages). Sentiment analysis studies the customer attitudes. And polarity analysis should show the exact place of a given statement between negative and positive patterns. Opinion analysis differs from classical information retrieval problem with regard to their goals. The main aim of information retrieval is obtaining pieces of information from

text resources. When opinion mining tries to study customers' feelings and evaluations.

There are several factors which can inhibit performing automatic opinion analysis. The most important are the following: sarcasm, orthographic mistakes, word-sense disambiguation. Also such problems as coreference resolution, negation handling, comparisons, anaphora resolution and named-entity recognition has strong influence on rectitude of analysis outcomes ((Cambria & Hussain 2012), (Cambria et al. 2013)). Opinion mining had to develop some methods for subjectivity handling (for example: implementation of voting systems for subjectivity reduction, opinion evaluation by other customers or opinion weighting by measures which reflect an authority of opinion's author).

Also it's worth to notice that customer opinions can have different form. There are three main groups of opinion forms: opinions expressed on binary scale (yes/no, I like it/I do not like it, I like it/ I hate it), opinions expressed on ordinal scale (number of points, star scale, Likert scale) and text opinions. Text opinions can be divided into two groups: structured and unstructured opinions.

### **Methods of opinion mining**

The gamut of methods which are adequate for opinion mining is very wide. It seems that the most important approaches are the following:

- methods based on term frequencies which perform aggregation of polarity measures for keywords identified in texts. Some authors recommend unigram approach while others advise to analyze sequences of two or three words. Polarity of words can be determined with the help of polarity dictionaries (for example: SentiWordNet (Esuli & Sebastiani 2006)) or by machine learning approach (very interesting method was proposed in (Turney 2002));
- ontology-based methods which allow to identify main features of goods or services (using domain knowledge represented by a given ontology). This approach is suitable for obtaining detail opinions about different aspects of studied objects;
- linguistic methods which can be helpful for analysis of comparisons (better than, worse than) and coreference resolution and negation handling. Very often this approach is used together with rule-based systems for implementation;
- keyword identification and summarization methods which can help in identifying of main elements from opinions. This approach is good rather for determining of general attitude of opinions' authors. Results of keywords extraction may be visualized by different types of charts;

- statistical methods can be used for opinions' clustering of classification. In feature-based opinion mining two-mode clustering can be used (for parallel analysis of features and their evaluation);
- ensemble methods which try to increase the level of objectivity through aggregation of results of different methods.

### **Summary**

Nowadays it is very difficult to overestimate the value of feedback information obtained from Internet sources. Enterprises should treat it as a valuable and relatively inexpensive resource which should help to refine their offer and empower their position on the market.

### **Bibliography**

1. Cambria, E. et al., 2013. New Avenues in Opinion Mining and Sentiment Analysis. *IEEE Intelligent Systems*, 28(2), pp.15–21. Available at: <http://dx.doi.org/10.1109/MIS.2013.30>.
2. Cambria, E. & Hussain, A., 2012. *Sentic Computing: Techniques, Tools, and Applications*, Springer. Available at: <http://books.google.pl/books?id=8DPLZ8klJrkC>.
3. Das, S. & Chen, M., 2001. Yahoo! for Amazon: Extracting Market Sentiment from Stock Message Boards. In *Proceedings of the Asia Pacific Finance Association Annual Conference (APFA)*.
4. Dave, K., Lawrence, S. & Pennock, D.M., 2003. Mining the Peanut Gallery: Opinion Extraction and Semantic Classification of Product Reviews. In *Proceedings of the 12th International Conference on World Wide Web. WWW '03*. New York, NY, USA: ACM, pp. 519–528.
5. Esuli, A. & Sebastiani, F., 2006. SENTIWORDNET: A publicly available lexical resource for opinion mining. In *In Proceedings of the 5th Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'06)*. pp. 417–422. Available at: SENTIWORDNET:
6. Nasukawa, T. & Yi, J., 2003. Sentiment Analysis: Capturing Favorability Using Natural Language Processing. In *Proceedings of the Conference on Knowledge Capture (K-CAP)*.
7. Pang, B. & Lee, L., 2008. Opinion Mining and Sentiment Analysis. *Found. Trends Inf. Retr.*, 2(1-2), pp.1–135. Available at: <http://dx.doi.org/10.1561/15000000011>.
8. Pang, B., Lee, L. & Vaithyanathan, S., 2002. Thumbs Up? Sentiment Classification Using Machine Learning Techniques. In *Proceedings of EMNLP*. pp. 79–86.

9. Turney, P., 2002. Thumbs Up or Thumbs Down? Semantic Orientation Applied to Unsupervised Classification of Reviews. In *Proceedings of the Association for Computational Linguistics (ACL)*. pp. 417–424.

**Мазаракі А.А., д-р екон. наук, проф., ректор Київського національного торговельно-економічного університету, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України,**

**Височин І.В., д-р екон. наук, проф., зав. кафедри, Київський національний торговельно-економічний університет**

### **ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ АСПЕКТ**

Активізація підприємництва та зростання масштабів і ефективності функціонування підприємницького сектору є одним із головних чинників позитивних структурних змін та модернізації національного господарства, розвитку реального сектору та покращення якості життя населення, формування заможного середнього класу, вирішення цілої низки проблем соціально-економічної безпеки держави.

Більшою мірою до започаткування власного бізнесу українців спонукає бажання забезпечити високий рівень власного добробуту, прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві та потреба в реалізації власних здібностей до самостійності та незалежності в діях. Головними причинами утримання від започаткування власного бізнесу є відсутність плідної власної ідеї, нестача необхідних знань і навичок, брак стартового капіталу. За результатами двох хвиль проведеного опитування респондентів країн ЄС [1] встановлено, що наразі складно розпочати свій власний бізнес, оскільки дуже важко отримати фінансування, існує велика кількість обтяжливих адміністративних процедур, складно отримати достатньо інформації, яка необхідна для того, щоб розпочати свій власний бізнес. У Європі 87% респондентів, які почали або перейняли бізнес, стверджують, що наявність відповідної бізнес-ідеї була важливим фактором розпочати свою справу; 84% вважають, що важливе значення має отримання необхідних фінансових ресурсів. Респонденти ЄС підкреслили інші важливі чинники щодо їх рішення

розпочати свій бізнес, серед них: контакт з відповідним бізнес-партнером (68%), зразок для наслідування (62%) та наслідок незадоволеності соціальних чи екологічних потреб (61%). Також невдоволення попереднім місцем роботи було важливим фактором для 55% людей, які розпочали свій бізнес.

Опитані у різних країнах світу респонденти [2] визначили переважно дружнім для розвитку підприємництва бізнес-клімат Данії, Швеції, Південної Африки, Індії, Великобританії. В той же час, надаючи оцінку політичній ситуації, діяльності медіа та оточуючим людям, переважно недружнім до підприємництва виявилось суспільство у таких країнах як Португалія, Канада, Румунія, Словенія, Колумбія. Щодо України, то ставлення суспільства до підприємницької діяльності тут визначено як скоріше дружнє.

Отже, розглядаючи проблематику розвитку підприємництва, фахівці-практики та науковці, насамперед, піднімають питання доступу до фінансування, виходу на іноземні ринки, удосконалення нормативно-законодавчого регулювання тощо. Безсумнівно зазначені аспекти, які характеризують стан зовнішнього підприємницького середовища, здійснюють визначальний вплив на розвиток підприємництва в країні в цілому та в окремих її регіонах, проте не можна применшувати ролі соціальних і гуманітарних чинників.

Основними тенденціями для Європейських країн є зростання підприємницької активності та надання підтримки для створення нових підприємств. Європейці відзначають підприємництво як засіб створення нових робочих місць та передумову економічного зростання. В багатьох країнах був зроблений значний прогрес на шляху створення позитивного бізнес-середовища з меншою кількістю адміністративних перепон та легшим доступом до фінансових ресурсів; все більша кількість людей відчувають необхідність у підприємницькій освіті та потребі проведення спеціальних тренінгових програм.

Слід зазначити, що найвищий рівень індексу «повернення на інвестиції» в країнах Європи має саме інвестування у підприємницьку освіту; молоді люди можуть мати значні переваги, вивчивши основи підприємницької діяльності, розвинувши розуміння бізнесу та основні навички і позиції, які включають креативність, ініціативність, завзятість, командну роботу, розуміння ступеню ризику та відчуття відповідальності.

Заслуговує на увагу документ «Підприємництво 2020: План дій» [3]. Даний план – це проект по впровадженню спільної вирішальної

діяльності на заохочення до підприємництва країн Європи, зменшення існуючих обмежень та революціонізацію підприємницької культури в Європі загалом. Його мета полягає у спрощенні процесу створення нових підприємства та сприянні формуванню більш сприятливого середовища для існуючих підприємств.

Документ «Підприємництво 2020: План дій» включає три сфери, які потребують негайного втручання, а саме:

- доступ до підприємницької освіти та практики;
- створення позитивного середовища підприємництва (розширення рамок діяльності для підприємців шляхом ліквідації існуючих структурних бар'єрів та сприяння у вирішальних фазах економічного життєвого циклу);
- вдосконалення підприємницької культури, виховання нового покоління підприємців.

Розглядаючи рівні відповідальності за підприємницьку освіту, опитані респонденти [2] переважним чином визначають школи, університети, спеціальні програми стартапів, що надаються неприбутковими організаціями, учасниками комерційних чи урядових програм. Також набуття підприємницької освіти пов'язують із спеціальними програмами стартапів, що надаються приватними підприємствами, та самонавчанням.

На питання щодо наявності досвіду участі у шкільних/університетських курсах чи проектах, що стосуються підприємництва – втілення в життя власних ідей, розробок власних проектів – 76% опитаних респондентів відповідали негативно. І лише 23% мали такого роду досвід [2].

За результатами двох хвиль проведеного опитування респондентів країн ЄС [1] можна констатувати наявність невеликого відсотку осіб, які вказали, що саме навчальний заклад зацікавив їх розпочати підприємницьку діяльність. Не перевищує 50% відповідей «повністю згоден» і роль навчального закладу у формуванні необхідних навичок для започаткування власного бізнесу, розуміння ролі підприємця у суспільстві, розвиткові відчуття ініціативності.

Як свідчить статистика [4], близько 50% нових підприємств зазнають краху протягом перших п'яти років внаслідок браку відповідного середовища екосистеми, що допомагає їхньому зростанню. Суттєвим серед підприємців та представників організацій, що сприяють розвитку підприємництва, є відсоток відповідей «дуже важливо» щодо необхідності підвищення якості та різноманітності підтримки стартапів. Враховуючи обмежені ресурси і недостатній

досвід, малі та новостворені підприємства страждають від суттєвих витрат, які впливають із складного податкового законодавства і громіздких процедур податкової звітності, ніж великі компанії. Крім того, в більшості випадків правові рамки для соціального забезпечення самозайнятих осіб істотно відрізняються від таких же для зайнятих осіб.

Понад 50% опитаних представників організацій, що сприяють розвитку підприємництва, та близько 40% опитаних підприємців вважають дуже важливим питання розробки і розповсюдження програм, що будуть надавати поради, настанови та підтримку стартапам [4]. В цьому напрямку ми вбачаємо важливу роль закладів освіти, насамперед, щодо навчання та консультування молоді, яка має підприємницькі ідеї та бажання заснувати нову компанію або бізнес в тій чи іншій сфері економіки. Забезпечити досягнення окреслених завдань можна, зокрема, на основі створення бізнес-інкубаторів.

Розвиток підприємницьких вмінь у перебігу навчання особи у загальноосвітньому та вищому закладі освіти можна розглядати в якості складника життєвої компетентності [5] - альтернативи у виборі життєвої стратегії; системи знань, умінь, навичок, що дають молоді змогу ефективно здійснювати підприємницьку діяльність (уміння створити бізнес-плану, уміння легалізувати свій бізнес, навички дослідження ринку з метою просування товару чи послуг, уміння презентувати себе та результати своєї праці, комунікативні навички, уміння користування новітніми технологіями та досягненнями науково-технічного прогресу тощо).

Формування підприємницьких умінь відкриває перед молоддю перспективу пов'язати своє життя із підприємницькою діяльністю, що здатна мотивувати їх до більш якісного виконання навчальних завдань, стимулювати до самоосвіти та створить умови для ефективного й свідомого формування життєвої компетентності особистості.

### **Список використаних джерел**

1. Are Entrepreneurs Born, Made, or Just Encouraged? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/>
2. Global entrepreneurship report 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.zukunft-selbstaendigkeit.de/images/pdf/AGER%202014\\_Advancing\\_Entrepreneurship\\_Education.pdf](http://www.zukunft-selbstaendigkeit.de/images/pdf/AGER%202014_Advancing_Entrepreneurship_Education.pdf)

3. Entrepreneurship 2020 Action plan [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/>
4. Entrepreneurship as a main driver for economic growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/>
5. Проценко О.С. Підприємницькі уміння як складник життєвої компетентності учнів професійно-технічних навчальних закладів / О.С. Проценко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013. – Вип. 30 (83). – С. 298-301.

**Махначова Н.М., канд. екон. наук, доц.,**

**Семенюк І.Ю., асист.,**

***Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ***

### **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА УМОВ ЗАСТОСУВАННЯ АВТОНОМНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРЕФЕРЕНЦІЙ З БОКУ ЄС**

У квітні 2014 р. Європейським Союзом в односторонньому порядку було запроваджено режим автономних торговельних преференцій, що передбачає скасування майже 100% ввізних мит на товари українського походження. У даній статті ми розглянемо як вплинув перший рік вільної торгівлі на експорт підприємств Вінницької області до країн ЄС та можливі причини, які заважають даним підприємствам у повній мірі освоювати європейський ринок.

Обсяг експорту товарів підприємствами Вінницької області у 2014 році становив 742 млн. дол. США, що на 9,3% більше, ніж у 2013 році. Частка країн Європейського Союзу у загальному обсязі експорту становила 31,9%, що на 6% більше порівняно з 2013 роком. Причому, частка експорту до країн СНД у 2014 році становила 32,8% (на 12,6% менше, ніж у 2013 році).

Аналізуючи вищенаведену інформацію, ми бачимо, що загальноукраїнська тенденція збільшення експорту до ЄС у минулому році мала місце і у Вінницькій області. Зокрема збільшився експорт до таких країн, основних партнерів як Польща, Німеччина, Іспанія, Австрія, Нідерланди, Литва, Румунія.

Але, водночас, спостерігається збереження високої експортної орієнтованості підприємств на ринки країн СНД. Особливо це стосується російського ринку, частка якого у загальному обсязі



експорту у 2014 році становила 17,4%. Однак, якщо порівнювати з 2013 роком, то експорт до РФ зменшився на 19,7% [2].

Режим автономних торговельних преференцій – це додаткова можливість для українських експортерів адаптуватись до європейських умов ведення бізнесу ще до створення глибокої та всеосяжної зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. Проте, як свідчать статистичні дані, підприємства Вінницької області не змогли сповна скористатись перевагами вільної торгівлі з країнами Європейського Союзу у перший рік дії торговельних преференцій.

Основними проблемами виходу підприємств Вінницької області на європейський ринок є:

- Зменшення обсягу залучених прямих іноземних інвестицій. У 2014 році в економіку області вкладено 28,4 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій, що на 2,1 млн. дол. США менше порівняно з 2013 роком.

- Відсутність мотивації підприємств до інноваційної діяльності. У Вінницькій області працює понад 300 промислових підприємств, інноваційно активними з яких є лише 46 [2].

- Недоступність фінансово-кредитних ресурсів. Підприємствам області з початку 2014 року надано кредитів на загальну суму 740,3 млн. грн. (на 343,7 млн. грн. або на 31,7% менше відповідного періоду 2013 року) [1].

- Високе податкове навантаження на бізнес.

- Недостатня інформаційна та правова обізнаність суб'єктів підприємництва.

- Низький рівень міжнародного співробітництва та гармонізації українських стандартів з європейськими [3].

- Загальна економічна, політична та соціальна ситуація в країні.

Таким чином, незважаючи на значні перешкоди, позитивна динаміка експорту підприємств Вінницької області до країн Євросоюзу все ж спостерігається. Дія режиму автономних торговельних преференцій продовжуватиметься до кінця 2015 року, тож є всі сподівання на збільшення частки ЄС у загальному обсязі експорту. Тим більше, що цьому сприяє всіляке заохочення інтеграції підприємств до європейського економічного простору з боку місцевої влади.

### **Список використаних джерел**

1. Аналітична довідка за 2014 рік щодо економічного розвитку Вінницької області [Електронний ресурс] – Режим доступу до

ресурсу: [http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/webgr\\_view/GrVMFR6?OpenDocument&count=50&RestrictToCategory=GrVMFR6](http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/webgr_view/GrVMFR6?OpenDocument&count=50&RestrictToCategory=GrVMFR6).

2. Головне управління статистики у Вінницькій області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/>.
3. Регіональна програма розвитку малого і середнього підприємництва на 2015-2016 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/web\\_alldocs/Doc%D0%9B%D0%9C%D0%9B%D0%A79SYCCQ](http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/web_alldocs/Doc%D0%9B%D0%9C%D0%9B%D0%A79SYCCQ).

**Мельник В.В. канд. екон. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **ДОВІРЧЕ УПРАВЛІННЯ МАЙНОМ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН**

Першою спробою легалізації довірчого управління та трастових відносин в Україні було прийняття Декрету Кабінету Міністрів України «Про довірчі товариства» від 17.03.1993 р.[3]. Відповідно до ст. 1 цього Декрету «довірче товариство – товариство з додатковою відповідальністю, яке здійснює представницьку діяльність відповідно до договору, укладеного з довірцями майна щодо реалізації їх прав власників. Майном довірителя є кошти, цінні папери та документи, які засвідчують право власності довірителя».

Виникнення довірчих товариств в Україні було пов'язане в першу чергу з процесом масової приватизації. Довірчі товариства створювалися передусім з метою акумулювання приватизаційних сертифікатів, їх обміну на акції приватизованих підприємств та управління придбаними цінними паперами. Після закінчення обігу приватизаційних майнових сертифікатів переважна більшість довірчих товариств змушена була припинити свою діяльність.

Ретельний аналіз правових та економічних чинників надав можливість визначити такі передумови виникнення інституту довірчого управління майном в Україні:

- 1) трансформація економічних відносин, насамперед з підвищенням ролі приватної власності і процесами приватизації;
- 2) відкритість капіталу для акумуляції за відсутності відповідного механізму контролю держави за цими процесами;
- 3) розбіжності та недоліки у вітчизняному цивільному

законодавстві стосовно довірчого управління майном;

4) існування реальних відносин, які вже склалися у сфері банківського, інвестиційного та іншого управління, виникнення довірчих компаній;

5) нагальна потреба отримати швидкий ефект від розпорядження об'єктами цивільного господарства, що зумовлено державною політикою в цілому;

6) приклад позитивного досвіду здійснення довірчих операцій у сфері управління майном в країнах з розвинутою економікою;

7) вимоги Ради Європи щодо уніфікації цивільного законодавства європейських держав [1].

Аналізуючи становлення та особливості довірчого управління майном на теренах вітчизняного простору, дозволяють зробити висновки, що виникнення та розвиток довірчих послуг пов'язані з цілою низкою факторів, зокрема:

1) відсутністю або недостатнім рівнем знань та вмінь у власників майна, щоб розпоряджатися ним, особливо великим його розміром;

2) ймовірністю втрати власником свого майна у разі самостійного здійснення ним операцій, які потребують відповідних професійних знань;

3) довірчі послуги дають можливість залучити значні кошти, які можуть використовуватися банком і приносити йому доходи. [2].

Вивчення будь-якого виду господарської діяльності передбачає дослідження його об'єктів та суб'єктів.

Тому, за результатами аналізу чинного законодавства до господарської діяльності з довірчого управління майном слід віднести наступні види господарювання:

1) представницька діяльність довірчих товариств з реалізації прав власності довірительів.

2) довірче управління фондами банківського управління

3) довірче управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю, включаючи управління фондами фінансування будівництва та управління фондами операцій з нерухомістю [3].

Доцільно відзначити, що довірче управління є цілком окремим організаційно-правовим інструментом, що відрізняється від таких категорій, як оперативне управління, та право повного господарського відання, що є звичними у сучасній господарській практиці.

## Список використаних джерел

1. Александров І.О. Кластеризація територіальних утворень України за рівнем економічної безпеки / І.О.Александров, О.В. Половян // Екон. кібернетика. – 2000. – № 5–6. – С. 40 – 47.
2. Беневоленская З.Э. Доверительное управление имуществом в сфере предпринимательства / З.Э.Беневоленская. – СПб. : Юрид. центр Пресс, 2002. – 282 с.
3. Про довірчі товариства : Декрет Кабінету Міністрів України від 17.03.1993 № 23-93 // Відом. Верховної Ради. – 1993. – № 19. – Ст. 207.

**Мельник Т.М., д-р екон. наук, проф., зав. кафедри,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

### **ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Нині міжнародні економічні відносини знаходяться на стадії серйозних трансформацій, пов'язаних з глобалізацією і формуванням постіндустріального суспільства. Як наслідок, спостерігається оптимізація галузевої і територіальної структур національних господарств, удосконалюється технічна база виробництва, з'являються нові форми ведення бізнесу (аутсорсинг, франчайзинг), спостерігається активізація розвитку вертикальних інтегрованих структур та ін. На фоні вищеперахованих тенденцій потребує вирішення питання щодо можливостей залучення підприємств малого і середнього бізнесу (МСБ) у зовнішньоекономічну діяльність в Україні.

Зростання ролі МСБ як каталізатора економічних зрушень супроводжується різноманітними підходами щодо критеріїв їх ідентифікації у міжнародній практиці. Типовими критеріями є обсяг реалізованої продукції, кількість працівників та балансова вартість активів. Спільним критерієм для всіх підприємств МСБ є кількість працюючих до 250 осіб

Умови функціонування малих і середніх підприємств такі, що в багатьох випадках, експорт продукції для них менш вигідний, ніж реалізація продукції на внутрішньому ринку. Натомість, з точки зору зовнішньоекономічних інтересів України, активна участь МСБ у

зовнішній торгівлі і інших формах зовнішньоекономічних зв'язків може стати джерелом збільшення валютних надходжень і вирішення ряду економічних завдань.

Серед найбільших суттєвих регуляторних перешкод у діяльності МСБ в Україні слід віднести: суттєву зарегульованість імпорتنих та експортних процедур, високу вартість і тривалість здійснення зовнішньоторговельних операцій.

Основними факторами впливу на розвиток та ефективність МСБ в Україні є макроекономічні умови та нормативно-правове середовище ведення бізнесу. У процесі їхнього удосконалення вже зараз помітна певна дерегуляція функцій органів влади. Проте реформи регуляторної політики не мають ознак системності та послідовності. У своїй діяльності МСБ й нині стикається з надмірним контролем та штучним адміністративним тиском, обмеженнями щодо сфер оперування та можливостей фінансової підтримки. У зв'язку з цим лєвова частка підприємств малого та середнього бізнесу забезпечують менше половини обсягу реалізованої продукції.

На підставі аналізу літературних джерел, результатів анкетування ТПП України підприємців можна відмітити, що з усіх форм інтернаціоналізації для підприємницької діяльності України найбільш характерні такі: експортно-імпортні операції (побутові товари, споживчі товари); контрактне і коопераційне співробітництво, зокрема ліцензійні угоди і франчайзинг; послуги (консалтинг, купівля нерухомості, туристичні); залучення прямих іноземних інвестицій [3, с.57].

Важливою компонентою розвитку міжнародної співпраці МСБ є високий рівень інформатизованості щодо перспектив партнерства. Задекларована державою підтримка МСБ на практиці не приносить очікуваних результатів, а відтак фінансова і консультативна допомога з боку іноземних і міжнародних організацій може стати інструментом активізації їх діяльності на зовнішніх ринках.

Для вирішення існуючих проблем у практиці діяльності МСБ, на нашу думку, необхідним є стимулювання розвитку експортоорієнтованих підприємств на основі використання внутрішньорегіональних ресурсів; сприяння розвитку міжнародної кооперації МСБ; залучення МСБ у зовнішньоекономічну діяльність у якості торговельно-посередницьких структур; розширення діяльності МСБ у сфері послуг (консалтинг, інжиніринг, міжнародний туризм)

## Список використаних джерел

1. Александрюк Т.Ю. Становлення і розвиток малого бізнесу в регіоні: моногр. / [Т.Ю. Александрюк, А.Г. Бабенко, Л.Б. Баранник та ін.]; Дніпропетр. держ. фін. акад. - Д., 2008. - 508 с.
2. Виговська В.В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку / В.В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 1. - С. 59-64.
3. Предпринимательская среда в Украине: монография / Ю.В. Макогон, Т.В. Орехова, О.Н. Анисимова, И.В. Хаджинов, В.В. Кошеленко / Под ред. Ю.В. Макогона. — Д.: ДонНУ, Каунас: КТУ, 2011. — 216 с.

**Минчинська І.В., старш. викл.,**  
*Національний університет державної податкової служби України,*  
*м. Ірпінь*

### **ДО ПИТАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ТА СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ» ТА «БІЗНЕС-КЛІМАТ»**

Останнім часом величезна увага з боку української влади та наукової громадськості приділяється питанням залучення інвестицій та створення сприятливого бізнес-середовища в країні. Тому, вважаємо за необхідне визначити взаємозв'язок та співвідношення таких понять як «інвестиційний клімат» та «бізнес-клімат». Розглянемо більш детально кожне з них.

Інвестиції відіграють важливе значення для соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Взаємозв'язок інвестицій та макроекономічних процесів має двосторонній характер, оскільки, з одного боку, формування інвестиційного клімату залежить від стану економіки, а з іншого, інвестиції забезпечують зміни в економічних та соціальних показниках розвитку країни.

Надходження інвестицій залежить від інвестиційного клімату в країні. Поняття «інвестиційний клімат» достатньо часто зустрічається в офіційних, наукових та науково-популярних виданнях, проте по-різному трактується авторами. Виділяють наступні підходи до визначення даного поняття [1]:

1. трактування інвестиційного клімату з позицій інституціоналізму - особлива підсистема в інституційній системі економіки, що покликана створювати передумови для найкращого використання суспільно-економічних відносин в розвитку та науково-технологічному оновленні виробничих сил суспільства шляхом активної інвестиційної діяльності;

2. трактування інвестиційного клімату як інвестиційної привабливості країни або регіону, тобто узагальнена характеристика сукупності передумов, які визначають привабливість та доцільність інвестування в ту чи іншу господарську систему;

3. трактування інвестиційного клімату, як сполучення інвестиційної привабливості та інвестиційної активності. Поряд з інвестиційною привабливістю розглядається такий параметр інвестиційного клімату, як інвестиційна активність, під якою розуміється розвиток та інтенсивність інвестиційної діяльності, що характеризується обсягами та темпами залучення інвестицій.

Переважає більшість вітчизняних економістів (Андрушків І.П., Пересада А.А., Коваленко С.О., Кубах Т.Г., Новак І.М. та ін.) трактуючи поняття інвестиційного клімату використовують другий підхід, тобто визначають його як сукупність економічних, організаційних, правових, політичних, соціокультурних, природних та інших передумов, які зумовлюють привабливість і доцільність інвестування в ту або іншу господарську систему (економіку країни, регіону, суб'єкта господарювання). Тобто, це комплексне економіко-політичне явище, що формується під впливом значної кількості факторів.

Стан бізнес-клімату в країні визначає наскільки сприятливими є умови ведення бізнесу для суб'єктів господарювання. Отже, під бізнес-кліматом в сучасній економічній літературі розуміють адміністративні процедури започаткування, ведення та припинення бізнесу, захист прав власності інвесторів, кредиторів та акціонерів, антимонопольне регулювання, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу тощо. На рівні підприємства бізнес-середовище впливає на витрати, на рівні галузі – на структуру ринку та конкуренцію, на рівні національної економіки – на привабливість країни для іноземних інвесторів [2].

Стан бізнес-клімату в країні визначають шляхом дослідження впливу регуляторного середовища (нормативно-правових актів) на діяльність підприємств малого та середнього бізнесу без врахування макроекономічних показників.

Таким чином, поняття інвестиційного клімату та бізнес-клімату взаємопов'язані між собою та співвідносяться як загальне та часткове, оскільки інституційні фактори діяльності підприємств, що визначають привабливість здійснення підприємницької діяльності, є однією із передумов залучення інвестицій в економіку країни. Отже, стан бізнес-клімату в країні значним чином впливає на її інвестиційний клімат і залучення інвестицій.

### Список використаних джерел

1. Вякина И.В., Александров Г.А., Скворцова Г.Г. Инвестиционный климат региона: сущность и составляющие системы // Российское предпринимательство. - 2012. - № 16 (214). - с. 98-103. - <http://www.creativeconomy.ru/articles/24740/> (дата звернення 25.04.2015 р.). – Назва з екрана.
2. Глямбоцкая А. Бизнес климат в Беларуси: основные проблемы и влияние на конкурентоспособность [Электронный ресурс] / А. Глямбоцкая // Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ WP/10/06. - 28с., С. 6. – Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/wp2010r06.pdf> (дата звернення 26.04.2015 р.). – Назва з екрана.

**Mikoła Bogusz, prof. UEK dr hab.,**  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska*

## KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A TOOL FOR IMPROVING THE POTENTIAL GROWTH OF ENTERPRISES

### Introduction

Looking at the history of the development of economic activities in the industrial era, it can be stated that the company never worked in conditions ideal for everyone that would guarantee satisfactory financial performance and growth. In order to develop and implement tools to overcome competition to improve work organization, the enterprises implemented new tools to motivate employees, built long-term strategies based on detailed SWOT analysis, implemented quality management systems, information processing relied on computer systems and so on. Currently, however, in terms of the knowledge-based economy, businesses seek to



reduce operating costs, implement lean production and lean management, use of increasingly sophisticated decision support systems, optimal use of resources. Companies that are aware of today's competitive conditions, manage intangible assets. On the foreground is a knowledge management (KM). The particular significance of knowledge lies in the fact that it has among the primary factors of production character and decide on the use of the remaining resources of the organization.

The paper introduces a coherent concept of KM, which could be effectively used in companies seeking to improve their growth potential.

### **The true essence of knowledge management**

In the literature there are dozens of definitions that seek to portray the essence of knowledge management. They provide a narrower (related to computer systems) or wider (relative to the set of strategies, functions and tasks) recognition of KM. Starting from the essence of management it is assumed that KM involves implementation of the regular and continuous management functions, which are directed to the knowledge resources of the organization, processes involving expertise and conditions of their implementation, to achieve the goals of the organization. The cyclical functions include planning, organizing and controlling. These functions are implemented within the projects referenced to knowledge in a cyclic manner, following one another. To continuous functions, which are implemented under each of the functions cyclical include: work with people, acquisition and use of financial and other resources, use of non-material resources decision making, coordinating. The basic processes involving knowledge which can also determine the operational tasks of KM include: identifying, transfer, create, combine, collection, selection, recording, storage, grading, applying knowledge. To these processes could occur smoothly, it is necessary to select and use appropriate instruments of KM (tools and methods) and the formation of organizational, social and technical.

### **Knowledge management system**

For the purposes of KM in an organization it has been created a knowledge management system (KMS). As KM also KMS is variously defined in the literature. For example, it comes down to computer technology tools to

stream line processes involving knowledge<sup>2</sup>. There are of course wider recognition of RBM. For example, J. Beliczyński, Cz. Mesjasz and A. Stabryła<sup>3</sup> to set universal elements of KMS include: collection of knowledge (databases and data banks / knowledge), network of relationships, methods of knowledge transfer, information systems, for example MRP/ERP systems, networks (Internet, extranet, intranet), semantic systems (language organizations and language KMS), the culture of the organization.

In this paper two shots of KMS are presented: the narrow and broad. In narrow terms, the system provides a platform created by information and communication technologies based on computer technology. In broad terms, KMS is a complex of principles, methods, means, harvest knowledge (including information), networks of people and their interrelationships, which allows you to accept and implement strategies and KM tasks to achieve the goals of the organization<sup>4</sup>.

### **Strategic Knowledge Management**

As part of the KM stand outmeasures implemented at the strategic, tactical and operational level. A special role is strategic knowledge management (SKM) as it directs the project with regard to the organization of knowledge resources at the operational level. The role of tactical level is, however, to translate the vision of knowledge, expertise, knowledge strategies and KM strategies into concrete operational activities carried out at the workplace.

SKM is a process of information and decision making supported by the cyclic and continuous implementation of KM functions, whose role is to make fundamental decisions regarding the direction of development and uses of knowledge, taking into account changes in environmental knowledge resources, predictions of development and directions of applications and their know, the capacity of their development and use. Decisions taken in the context of SKM relate primarily to<sup>5</sup>:

---

<sup>2</sup> For example: Syed Aktharsha U., Anisa H., *Knowledge Management System and Learning Organization: An Empirical Study in an Engineering Organization*, „The IUP Journal of Knowledge Management” 2011, Vol. IX, No. 2, p. 26.

<sup>3</sup>Beliczyński J., Mesjasz Cz., Stabryła A., *Podstawy teoretyczne gospodarki opartej na wiedzy*, [in:] *Doskonalenie struktur organizacyjnych przedsiębiorstw w gospodarce opartej na wiedzy*, redakcja naukowa A. Stabryła, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009, p. 198.

<sup>4</sup> B. Mikuła, *Kreowanie systemu zarządzania wiedzą w organizacji*, [in:] *Metody badania i modele rozwoju organizacji*, pod redakcją Adama Stabryły i Sławomira Wawaka, Mfiles.pl, Kraków 2012, p.15-16.

<sup>5</sup> B. Mikuła, *Istota zarządzania wiedzą w organizacji*, [in:] *Komunikacja w procesach zarządzania wiedzą*, praca zbiorowa pod red. A. Potockiego, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2011, p. 27-28.

- knowledge resource development organization, the ability to use them and moves competing on knowledge,
- determination new directions and scope of the use of knowledge resources organization,
- development organizational systems (including IT) to allow for the efficient performance of its functions, tasks and processes related to knowledge,
- shaping the enterprise environment knowledge resources (including partners, customers, competitors).

### **The consequences of different approaches**

In order to KM could bring the desired results in improving the growth of potential businesses, it is necessary to adopt «coherent line of solutions». This means that the agreed need to be in a logical shape: a way of understanding knowledge, types of knowledge, sequence of arrangements, vision of knowledge-knowledge strategy-building KMS strategies-strategies for filling gaps of knowledge-instruments (tools and methods) of KM. Do not forget that the backbone of any organization are people, so it is necessary to select them properly, training, motivate and remember of «roots» in their minds that concerning organizational culture focused on KM.

**Міценко Н.Г., канд. екон. наук, проф.,**  
**Міщук І.П., канд. екон. наук, доц.,**  
*Львівська комерційна академія*

## **ІНТЕГРАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАЛЬНІ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ**

В Україні в 2013 р. 77,2% суб'єктів господарювання працювали як фізичні особи-підприємці (1328,7 тис.); найбільш популярною була діяльність у оптовій і роздрібній торгівлі (780,2 тис.). Негативний вплив фінансової кризи обумовив істотне скорочення чисельності фізичних осіб-підприємців (на 26,7% проти 2010 р.), їх частки в загальній кількості суб'єктів господарювання (на 5,5%). Ще інтенсивнішим було скорочення цих показників у сегменті оптової і роздрібної торгівлі – на 28,2% в чисельності та 4,8% – в частці у обсязі реалізації, хоча самі обсяги реалізації продукції фізичними особами-підприємцями зросли.

В секторі малого підприємництва в 2013 р. функціонувало 373809 малих підприємств (95% загальної кількості), в т.ч. 318477 мікропідприємств. При цьому найвагомим є сектор торгівлі, у якому працюють 106575 малих підприємств (96,5% загальної кількості підприємств цього виду), з них 93166 од. – мікропідприємства (87,4% малих підприємств).

В торговельній діяльності зосереджено 52,6% фізичних осіб-підприємців та 28,5% малих підприємств. Частка торговельного сегмента малого бізнесу в обсягах реалізації значна: 59,9% – по фізичних особах-підприємцях, 8,0% – по малих підприємствах. Торговельна орієнтація малого підприємництва природна і впливає з того, що в торгівлі розмір підприємства, здатного ефективно функціонувати та конкурувати, нижче, ніж в інших галузях. Аналіз показав, що основна частина суб'єктів малого підприємництва нині зосереджує свою діяльність на здійсненні торгівлі у магазинах, об'єктах дрібнороздрібної торговельної мережі, на ринках (провідну роль в реалізації споживчих товарів відіграють магазини); домінуюча частина малих підприємств та фізичних осіб-підприємців у роздрібній торгівлі зорієнтована на торгівлю продтоварами у неспеціалізованих магазинах (34,8% об'єктів роздрібної мережі) та непродтоварами у спеціалізованих магазинах (39,7% об'єктів). Кількісні параметри об'єктів роздрібної мережі характеризуються значно нижчими за усереднені показники розмірами торгової площі (середня площа неспеціалізованого магазину з торгівлі продтоварами в секторі малих підприємств становить 69,3 м<sup>2</sup> проти 249,3 м<sup>2</sup> загалом по таких магазинах, а спеціалізованого магазину з торгівлі непродтоварами – 56,4 м<sup>2</sup> проти 95,4 м<sup>2</sup>). Більшість об'єктів торгівлі суб'єктів малого підприємництва працює за морально застарілими технологіями продажу, без використання ЕРРО та безготівкових форм розрахунків.

Значною мірою проблеми суб'єктів малого підприємництва пов'язані з усталеною в останні роки організацією комерційних зв'язків: поєднанням слабосистематизованих оптових закупівель товарів від гуртівень та місцевих товаровиробників і постачань товарів торгових брендів силами дистрибуторських компаній, особистою участю власників у здійсненні закупівель товарів. Це обумовило низький рівень керованості процесами формування асортименту товарів і товаропостачання, зростання кількості постачань товарів у кожен об'єкт на фоні незначних кількостей одиниць упаковки товарів, невеликої вартості кожної партії товарів і її низької комплектності. Як

наслідок, зростають транспортні витрати, пов'язані з логістикою товарів, особливо – в сільські об'єкти.

Загострення проблем забезпечення торговельної діяльності суб'єктів малого підприємництва обумовлює потребу у використанні інструментарію логістичного менеджменту та інтеграції в системи регіональної логістики на основі створення т.зв. логістичних центрів, розташування яких дозволить перейти від традиційних поставок з обласного центру до поставчань зі складів міжрайонного значення, наближених до товаротримувачів завдяки дислокації в одному з транспортних вузлів, обслуговуючих поряд розташовані сільські адміністративні райони. Доцільно об'єднання поставок від дистрибуторських компаній на засадах крос-докінгу, щоб доставляти товари одним транспортним засобом в об'єкти певної географічної зони у максимально скомплектованому асортименті.

Необхідною умовою та ефективним інструментом управління товарними потоками є застосування інформаційних технологій збору, опрацювання, використання інформації про реалізацію товарів у магазинах суб'єктів малого підприємництва для прийняття ними управлінських рішень щодо закупівлі товарів та їх здійснення в системах електронної торгівлі (за моделлю «B2B»). Важливе усвідомлене рішення суб'єктів підприємництва про використання адаптованих до застосування в цій сфері моделей ERP, придбати які можна в лізинг. Це дозволить контролювати потоки товарів в розрізі SKU в режимі реального часу та суттєво підвищити як якість комерційних рішень, так і конкурентоспроможність суб'єктів малого підприємництва.

**Молдован Думитру, д-р экон. наук, проф., Молдавская Экономическая Академия, член корреспондент Академии Наук Молдовы**

## **«ЭКОНОМИКА СОЗИДАТЕЛЬНОГО ВООБРАЖЕНИЯ» И НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**1. У истоков превращения экономики в науку находится физика Исаака Ньютона, согласно которой основой Вселенной является материя, а сама Вселенная напоминает огромные часы. Всё что происходит в мире подвержено принципу детерминизма,**

механикой. Так, согласно убеждениям Франсуа Кене и Адама Смита экономические процессы развиваются в строгом соответствии с определенными объективными, всеобщими и вечными законами.

2. В 1900 Макс Планк начинает исследование мира квантов. На этом уровне реальности законы механике Ньютона уже не действуют. Согласно квантовой физике первичным элементом Вселенной является не материя, а **энергия**, которая в определенных условиях способна превратится в материю.

На уровне квантов уже не существует объективная реальность, а та реальность, которая создается ожиданиями, воображением и намерениями человека. Здесь действует **принцип неопределенности**.

3. Современная наука считает, что Вселенная возникла «из ничего» в процессе Огромного Взрыва (Big Bang), в результате которого часть энергии превратилась в материальные предметы (звезды, планеты, кометы, и.т.д.). Согласно религии материальная Вселенная была создана Богом.

Процесс «сотворения мира» продолжается. Человек обладает способностью, с помощью своего сознания, превращать энергию в материю. Легенда царя Мидаса. Иисус Христос «Умножения хлебов».

4. Согласно нашей научной гипотезе, процесс производства осуществляются, вопреки всякой видимости, в двух этапах, на двух уровнях реальности:

а) на уровне элементарных частиц – в сознание человека;

б) на уровне материального мира- на традиционных фабриках, заводах, и.т.д.

На первом этапе, в сознании человека, с помощью воображения, реально создаются, из космической энергий, форма и содержание будущих материальных благ и событий. На втором этапе, эти «формы» и образы «проявляются» (трансформируются) в материальные блага.

5. Любая экономическая деятельность начинается с простого желания, с намерения человека. Все наши желания, как и наше воображение и ожидания, мгновенно мобилизуют, на уровне элементарных частиц, определенные энергии, которые принимают вообразимые и ожидаемые формы и содержание.

Желание человека, его воображение и ожидание являются более значимой силой, чем знания и профессиональные навыки.

6. Согласно Библии человек должен трудиться с утра до вечера. «Кто не работает тот- не ест». Но человек должен, одновременно «непрестанно молиться». Почему и работать и молиться? Потому что

процесс производство, процесс приобретения всевозможных благ, осуществляется на двух уровнях:

а) на уровне квантов, энергий- действует молитва;

б) на уровне материального мира – действует физический и интеллектуальный труд.

Однако, есть люди которые не молятся, но имеют все. Это потому что, они постоянно держат в своем воображение желаемые блага. Воображение есть молитва в образах.

7. Современная экономическая теория не смогла предвидеть ни один крупный экономический кризис, ни один биржевой крах. Означает ли это в основе экономических кризисов лежат субъективные негативные ожидания, (пессимизм) критической массы людей? Экономические процессы подвержены влиянию не только принципу детерминизма, но и принципу неопределенности.

8. Ученые Гарвардской Школы Бизнеса и Парижской Школы Бизнеса (INSEAD), на основе многочисленных исследований, пришли к выводу: в XXI веке «самыми эффективными инструментами бизнеса станут медитация и интуиция». А не наступательный маркетинг, не экономико-математическое моделирование, не оптимизация затрат, и т.д. Медитация – контроль над мыслями, это развитие созидательного воображения.

Результаты деятельности предприятия зависят от качества мыслей (оптимистические или пессимистические) критической массы работников. В будущем при приеме на работу предприниматель будет использовать «детектор качества мыслей человека» (прибор который будет создаваться по аналогии с «детектором лжи»).

**Молодоженя М.С., канд. экон. наук, доц.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

## **МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД В ЕКОНОМІЧНОМУ УПРАВЛІННІ**

Застосування терміну «економічне управління» отримує все більшу популярність у сучасному науковому світі. Аналізуючи характеристики сутності економічного управління, проблемою трактування яких займаються багато провідних вчених як серед іноземних науковців, так і серед вітчизняних, слід відзначити, що

науковці групують предметні сфери управління наступним чином: організаційне управління концентрує свою увагу на методології управління та створенні передумов для її використання суб'єктами підприємницької діяльності на основі обґрунтованого вибору форми організації управління, визначення та розподілу функцій між окремими учасниками управлінського процесу, забезпечення необхідної координованості зусиль та практичної реалізації функцій та завдань управління; виробниче управління зосереджується на виробничому процесі, його передумовах, наслідках та процесах розвитку; економічне управління пов'язане із вирішенням проблем забезпечення високоефективної підприємницької діяльності та створення передумов для розвитку і передбачає здійснення системного аналізу господарської діяльності, обґрунтування найважливіших параметрів стійкого функціонування, резервів підвищення ефективності діяльності [1-3].

Проте більшість науковців у своїх дослідженнях не надають належної уваги маркетинговому підходу до організації економічного управління на підприємстві. Враховуючи зазначене, варто сказати, що важливою передумовою досягнення цілей економічного управління є його узгодження з маркетинговим управлінням, що включає: моніторинг внутрішнього і зовнішнього середовища суб'єктів підприємницької діяльності; аналіз інформації та сценарії щодо змін та можливих загроз; забезпечення узгодження цілей, що диктуються ринком та цілей діяльності підприємця; мобілізацію потенційних можливостей для забезпечення сталого розвитку.

Ефективність взаємодії маркетингових інструментів та інструментів економічного управління та забезпечується за рахунок відповідно організованої системи управління, що обумовлює необхідність відбору найбільш дієвих способів та інструментів управлінського впливу. Маркетинговий підхід до управління дозволяє узгодити, об'єднати, скоординувати і відрегулювати усі економічні процеси, що відбуваються на підприємстві, забезпечити вибір адекватних ситуації методів економічного управління тощо.

До основних аспектів інформаційного забезпечення економічного управління побудованого на засадах маркетингу, слід віднести: ідентифікацію інформаційних потреб в розрізі об'єктів економічного управління; визначення можливих джерел отримання внутрішньої та зовнішньої інформації; формування системи накопичення та доступу до інформації для всіх зацікавлених сторін; розробку системи інформаційного обслуговування суб'єктів



економічного управління, тобто визначення змісту, формату, способу та періодичності її збирання та надання [3].

Передумовою формування інформаційного забезпечення економічного управління є ідентифікація потреб маркетингового управління в інформації стосовно стану та перспектив розвитку підприємства.

Таким чином, від дотримання визначених основних засад економічного управління з використанням маркетингових підходів безпосередньо залежить процес прийняття та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням ефективного управління результатами економічної діяльності, економічними ресурсами та інтегральними характеристиками, що відображають стан підприємницької діяльності і визначають передумови розвитку на найближчу перспективу.

### **Список використаних джерел**

1. Денисенко М.П., Колос І.В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М.П. Денисенко, І.В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – №7. – С.19 – 24.
2. Лігоненко Л.О. Економічне управління підприємством: концептуальні засади / Л.О. Лігоненко // Вісник КНТЕУ. - К: 2013, № 3. – С. 5-17.
3. Лігоненко Л.О., Молодоженя М.С. Стан та проблеми впровадження економічного управління на підприємствах України/ Л.О. Лігоненко, М.С.Молодоженя // Проблеми економіки. – 2014. – №1. – С.65 – 71.

**Мустафіна Д.В., асп.,**

*Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України*

## **СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ**

Надзвичайний динамізм інноваційних процесів на сучасному етапі економічного розвитку світового господарства викликає необхідність дослідження тенденцій розвитку національних інноваційних систем різних країн і визначення можливості і напрямків їх

адаптації до українських реалій. Значний внесок у розробку даного напряму дослідження здійснили ряд зарубіжних, і вітчизняних економістів, а саме: Л.Абалкін, В. Геєць, М. Долішній, П. Губенко, Н. Іванова, В. Іноземцев, М. Кастельс, Б. Кузик Д. Львов, І. Макаренко, В. Масвський, М. Портер, Й. Шумпетер, Б. Яундвалл.

Вплив глобалізації на процес генерації знань викликає необхідність розширеного розуміння сутності такого явища економіки, як національна інноваційна система (НІС). З ранніх визначень НІС найбільш відоме визначення, дане К. Фріменом. Він визначив, що національні інноваційні системи – це мережа інститутів у державному і приватному секторах, активність і взаємодія яких створюють, імпортують, модифікують і поширюють нові технології. У сучасних умовах НІС є національною з погляду форми інститутів, але орієнтованою на кооперацію в глобальному світі.

Ці глибинні процеси як відповідь на певні глобальні виклики створили ті необхідні передумови, без яких було б неможливе органічне з'єднання первинних ланок суб'єктів і об'єктів інноваційної діяльності в єдину цілісну систему НІС, а саме: єдиний інформаційний простір, мережеві технології; єдине економічне і правове середовище функціонування інноваційних процесів; посилення ролі держави відносно процесів інтеграції у науково-технологічній сфері; системний підхід до формування і стимулювання інноваційної діяльності; розробка і впровадження інноваційних проектів національного масштабу; формування інноваційного мислення і культури в суспільстві тощо.

Аналіз досліджень показав, що основними елементами НІС виступають наступні підсистеми: генерації знань, освіти і професійної підготовки, інноваційної інфраструктури, виробництва кінцевої продукції і послуг, фінансового забезпечення державного регулювання інноваційних процесів. При цьому підсистема генерації знань становить основу НІС і складається з сукупності організацій, які виконують фундаментальні і прикладні дослідження.

Але в різних країнах історично склалися різні структури, які здійснюють наукові дослідження і розробки, як державні, так і суспільні. Так, у Нідерландах – це Організація прикладних наукових досліджень (TNO), Організація наукових досліджень (NWO), Королівська академія мистецтв і наук (KNAW). Крім того, значний обсяг досліджень і розробок виконується в університетах. У Канаді – Королівське товариство Канади (Royal Society of Canada), Асоціація університетів і коледжів Канади (Association of Universities and Colleges

of Canada – AUCC), яка об'єднує понад 100 університетів і коледжів. У Великобританії - система науково-дослідних рад Великобританії (RCUK). У Німеччині ці функції виконують: Німецьке науково-дослідницьке товариство (DFG); Товариство сприяння німецькій науці Макса Планка (MPG); Товариство Фраунгофера (FhG); Товариство німецьких науково-дослідницьких центрів ім. Гельмгольца.

Важливу роль в процесах функціонування НІС розвинених країн відіграє рівень організації просування інноваційних розробок із сфери генерації знань у виробництво. Досягається це за допомогою створення ринку об'єктів інтелектуальної власності та інноваційної інфраструктури, до складу якої відносяться технопарки, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні центри, консалтингові фірми, фінансові, телекомунікаційні, торговельні та інші структури. У країнах ЄС активно підтримується кооперація університетів і промисловості, яка реалізується за допомогою розвитку університетських інноваційних центрів, центрів трансферу технології, регіональних центрів новітніх технологій тощо. Але, незалежно від країни, основною метою функціонування НІС є підвищення якості життя населення.

**Нападовська Л.А., канд. екон. наук, доц.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Конкурентоспроможність підприємства становить самостійну системну категорію, яка відображає ступінь реалізації мети підприємства в його взаємодії з навколишнім середовищем. Актуальність такого дослідження й управління цією категорією зростає в міру формування ринкових відносин і реформування конкурентного середовища. Цей підхід особливо актуальний і становить практичний інтерес і нині. Зрозумілим є те, що підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його продукція не користується попитом на ринку. Однак орієнтація тільки на такі параметри попиту, як якість, ціна, іноді може бути недостатньою. У сучасних умовах суб'єкт підприємницької діяльності

повинен запропонувати замовнику цілий спектр своїх переваг, що забезпечують успіх у конкурентній боротьбі.

Конкуренція відіграє важливу роль як рушійна сила розвитку економічних систем, змушує підприємців мобілізувати всю енергію і здібності для підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств. Саме механізм підвищення конкурентоспроможності має декілька аспектів: технічний, організаційний, економічний, соціальний, психологічний, правовий, комерційний. І хоча всі вони становлять єдину систему забезпечення конкурентоздатності продукції, є певна черговість у вирішенні питань кожного з аспектів з огляду на їх вагомість. Сутність конкуренції повніше розкривається в її функціях. Вона зумовлює: розширення підприємствами масштабів виробництва, підвищення продуктивності праці; економію ресурсів; упровадження досягнень науки і техніки у виробництво; поліпшення якості продукції та обслуговування (в тому числі післяпродажного) споживачів. Впровадження сучасних технологій приведе до істотної економії й одержання додаткового прибутку. Аналіз механізму дії законів організації структур і процесів є неодмінною умовою підвищення якості управління як головного фактора підвищення конкурентоздатності підприємства. При цьому, конкурентні переваги виявляються в потенціалі підприємства, зберігаються і примножуються шляхом підвищення якості управління, реалізуються в нововведеннях і інноваціях [1].

Практика розвитку сучасного бізнесу доводить, що без ефективної системи управління конкурентоспроможністю неможливо забезпечити успіх підприємства в його боротьбі за виживання, досягнення провідних ринкових позицій та забезпечення довготривалого ефективного функціонування в динамічному конкурентному середовищі [2].

До того ж, тенденція розвитку міжнародних економічних відносин в сучасних умовах характеризується: міжнародною інтеграцією й одержанням кожною країною синергетичного ефекту від цього процесу; стандартизацією і гармонізацією правових і економічних відносин, технічних засобів і комунікацій; регулюванням нормативів забезпечення безпеки продуктів харчування та середовища існування [3].

В умовах глобалізації економічних процесів і особливо, коли дуже гостро постала проблема розвитку інноваційного потенціалу України, розширення місткості ринків збуту вітчизняної продукції, необхідно вирішити проблему підвищення конкурентоспроможності

споживачів продукції. Вагоме місце посяде підвищення якості, зниження собівартості продукції, поліпшення умов роботи, зростання продуктивності праці, що в цілому вплине позитивно на високий рівень конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства. Тільки через призму активного впливу підвищення конкурентоспроможності продукції, постійного прагнення до змін у бік зростання якісних характеристик виготовленої продукції необхідно підходити до вибору пріоритетів розвитку, досягнення власних нових конкурентних позицій. Лише висока чутливість до ринку, до потреб споживачів, випуск принципово нової продукції світового рівня якості суттєво розширить стратегічні перспективи підприємства і сформує його довгострокові переваги у конкурентному середовищі.

### **Список використаних джерел**

1. Нападовська Л.А. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства / Л.А. Нападовська // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: зб. наук. пр. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. - С. 179-181
2. Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Вакуленко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко. - К.: КНЕУ, 2006. - 272с.
3. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації : [підруч.] / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. - К.: «Кондор», 2009. - 470 с.

**Народецький Є., менеджер проектів «ХВФ» – Гамбурзької спілки сприяння підприємницької діяльності**

### **«ХВФ» ГАМБУРЗЬКА СПІЛКА СПРИЯННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ – РЕАЛЬНА ПІДТРИМКА МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В НІМЕЧЧИНІ**

Німеччина є важливим торговельним партнером України. Останнім часом досить стрімко розвивається співпраця між підприємствами Гамбурга та України, серед них такі відомі фірми, як «АТ РВЕ Деа» (RWEDeaAG), «Блом і Фосс» (Blohm & Voss),

«БодeХімі» (Bode Chemie). Зокрема, фірмою «БодeХімі» (Bode Chemie) створено у місті Києві мережу аптек. Такі підприємства, як «АТ Байерсдорф» (Beiersdorf AG), «Юнггайнріх» (Jungheinrich) та «Реємстма» (Reemtsma) також відомі на українському ринку.

На сьогоднішній день у Гамбурзі представлено 60 українських підприємств (для порівняння: з країн Азії у Гамбурзі представлено 650 підприємств, з Північної Європи - 450 підприємств, з США -100 підприємств, з країн Східної Європи, Росії та України - 250 підприємств).

У цілому експорт з Гамбурга до України протягом року складає 79 млн. євро, а імпорт з України до Гамбурга складає в рік близько 90 млн. євро. Таким чином, загальний обсяг зовнішньої торгівлі між Україною та Гамбургом складає близько 169 млн.євро в рік. Постачання продукції з України в Гамбург упродовж останніх років зросло на 31,1%, при чому можливості двосторонньої торгівлі ще далеко не вичерпані.

Крім торгівлі, важливим аспектом співпраці України та Гамбурга є проекти модернізації українських портів. Гамбурзька фірма «ТОВ ГамбургПортконсалтінг» (Hamburg Port Consulting GmbH) заснувала спільне підприємство з управління морського порту. Будівельна фірма «АТ ЙозефМьобіусБау (Josef Moebius BAU-AG) бере участь у поглибленні дельти Дунаю.

З метою сприяння бізнесу в Гамбурзі в 1985 році була заснована «ХВФ» - Гамбурзька спілка сприяння підприємницькій діяльності, власниками якої стали: ТОВ «Гамбург Маркетинг» (51%), Торговельно-промислова палата (15%), Реміснича палата (15%), Гамбурзький ощадбанк «НАSPA» (14%) та Гамбурзький банк «VOLKBANK» (10%). На сьогоднішній день Гамбурзька спілка сприяння підприємницькій діяльності - це:

1) партнер в організації та розвитку бізнесу в Гамбурзі та центральний пункт для консультацій, послуг та контактів для всього економічного сектора міста;

2) підтримка фірми при реалізації проектів по розширенню та реструктуруванню підприємств та інвестиційної діяльності.

Сервіс послуг спілки призначений в першу чергу для малого та середнього бізнесу. Спілка надає наступну підтримку іноземним підприємствам:

- 1) надає інформацію для вибору місця діяльності підприємства;
- 2) надає інформацію про витрати, законодавство, податки при відкритті підприємства;

- 3) співпрацює при відкритті та реєстрації підприємства;
- 4) надає допомогу при оформленні ділових віз, а також дозволів на проживання та роботу;
- 5) сприяє підбору персоналу та висококваліфікованим кадрам;
- 6) допомагає вибрати офісні приміщення та земельні ділянки;
- 7) надає субсидію на оренду офісу (800 євро у перші півріччя);
- 8) виступає посередником у взаємодії з партнерами та експертами: юристи, податкові консультанти, банкіри, страховики, кластери (логістика, морська економіка, авіація, відновлюючі енергетика, мас-медіа, ІТ та телекомунікації, природознавство);
- 9) надає допомогу при взаємодії з органами влади.

Результатом однієї з таких підтримок є те, що в Гамбурзі зареєстровано близько 160 000 підприємств та фірм. Близько 22 тис. підприємств займаються роздрібною торгівлею, більше 9 тис. підприємств - оптовою та зовнішньою торгівлею і більше 4 тис. підприємств є торговельними посередниками. Майже 600 підприємств займаються посилковою торгівлею і їх кількість постійно зростає. Все це свідчить, що Гамбург є найбільшим торговельним містом Німеччини, це великий центр не лише зовнішньої, а й внутрішньої оптово-роздрібної торгівлі. Більшість підприємств зовнішньої торгівлі відноситься до малих та середніх підприємств, поряд з якими діють великі підприємства з оборотами в мільярд євро.

З метою розширення торговельної діяльності та туризму 1 січня 2012 року був організований Холдинг, до складу якого увійшли «ХВФ»- Гамбурзька спілка сприяння підприємницькій діяльності, Hamburg Tourismus та Hamburg Marketing.

Значна кількість міжнародних комерційних підприємств має свої центральні офіси в Гамбурзі.

Крім здійснення міжнародних операцій від власного імені, підприємства зовнішньої торгівлі пропонують широкий асортимент інших послуг, таких як: аналіз кон'юнктури ринку, фінансування, транспортні складові угод, пакування та збут товарів, взяття на себе зобов'язань по гарантії.

У свою чергу, такий розвиток економіки міста позитивно позначається на рівні матеріального добробуту населення. За результатами дослідження, проведеного в 2012 році за ініціативою «Нова соціальна ринкова економіка» та «Економічний тиждень», Гамбург займає провідну позицію за обсягами валового національного продукту, що складає 52,7 євро на 1 мешканця (для порівняння, середній рівень ВВП в Німеччині – 31,4 євро на 1

мешканця), доходу на душу населення, який складає 25 198 євро (для порівняння, середній дохід по Німеччині складає 20 420 євро), а також за показником грошових доходів населення, сума яких складає 21 985 євро (в середньому по Німеччині цей показник становить 20 014 євро).

Важливою перевагою Гамбурга є те, що підприємці та місцева адміністрація співпрацюють пліч-о-пліч, забезпечуючи розвиток економічно важливих галузей. Прикладом такої співпраці є ініціатива «Initiative Hamburg@work», заснована в 1997 році місцевою адміністрацією та підприємствами галузі медіа та інформаційних технологій. Пізніше були створені ініціативи промисловості та логістики, а потім й інші ініціативи в підтримку того чи іншого напрямку діяльності.

Таким чином, професійна та адміністративна підтримка підприємництва та вдале місце розташування зробили Гамбург одним із найбільш привабливих економічних регіонів Північної Європи як для німецьких підприємств, так і для іноземних фірм.

### **Список використаних джерел**

1. <http://ru.hamburg-economy.de>.
2. <http://www.luno.ru>

**Новікова Н.М., канд. екон. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

### **РОЛЬ ТА МІСЦЕ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В СИСТЕМІ ПІДТРИМКИ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Світовий кооперативний досвід, частиною якого є українська кооперація, свідчить про те, що кооперація - це не лише тип виробництва чи форма господарювання, а економічно обумовлена ідеологія виживання, перш за все, в жорстких економічних умовах, у тому числі трансформаційних криз, глобалізації світового економічного простору.

Споживча кооперація є важливою соціально-економічною системою, яка має особливості, пов'язані з подвійною природою



кооперації, сполученням соціальних функцій і комерційної діяльності, наявністю складного багатогалузевого господарського комплексу.

Протягом усього періоду свого функціонування разом із реалізацією соціальної місії, споживча кооперація здійснювала комерційну діяльність – купівлю, виробництво та реалізацію товарів, робіт і послуг для задоволення матеріальних потреб своїх членів.

Споживча кооперація в Україні – це добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану.

Питанням розвитку споживчої кооперації в Україні приділялась увага такими науковцями, як Марцин В., Меншикова Ю.М., Тереховська В.І. Нестуля О.О. та інші. В більшості своїх праць дослідники приділяють увагу проблемам функціонування кооперації в сучасних умовах.

Кооперація, що в перекладі від латинської означає співробітництво, сьогодні відповідає багатьом поняттям. Можна говорити, зокрема, про згуртування і співпрацю людей в будь-якій сфері суспільного життя. Під кооперацією також розуміють такі форми організації праці, за якої певна кількість людей спільно бере участь в одному й тому ж або в різних, зв'язаних між собою виробничих процесах. Ще у ХІХ ст. із розгортанням процесів індустріалізації та демократизації суспільного життя, формування відкритого суспільства, з'являються перші кооперативи зі статусом юридичних осіб.

На сьогоднішній день світовим центром кооперації визнано Міжнародний Кооперативний Альянс, що був створений у 1895 р.

Нині кооперація у 120 країнах світу налічує понад 800 млн. членів споживчих товариств і спілок і на період до 2015 року за даними Міжнародного Кооперативного Альянсу, досягне 1 млрд. осіб [2].

В Україні функціонує 366 споживчих спілок та 5032 споживчих товариств, що забезпечує трудову зайнятість 123 тис. осіб. Діяльність споживчої кооперації в Україні регулюється Законом про споживчу кооперацію [1].

Основними характеристиками сучасної споживчої кооперації є наступні[3,4]:

1)домінування ринкових відносин, широке використання підприємницьких методів господарювання, при збереженні кооперативного контролю і самоуправління;

2)споживча кооперація виступає організатором людей в соціально-економічній формі;

3) господарюючі суб'єкти мають широку економічну і організаційну самостійність;

4) має універсальний характер діяльності з пріоритетним розвитком галузей сфери обігу, послуг і виробництва;

5) в основі економічного механізму закладається поєднання ринкових компонентів і кооперативних принципів;

6) базується на міжнародних, загально визнаних кооперативних цінностях, в систему яких повинна закладатись ідентичність підприємств і організацій.

За останні 10-15 років роздрібна торгівля в Україні витримала значні зміни. У сучасних умовах господарювання значно знизився рівень участі споживчої кооперації у торговельному обслуговуванні населення. Специфіка побудови підприємств і організацій системи споживчої кооперації, у тому числі в торгівлі, порядок їх підпорядкування спілкам споживчих товариств різного рівня вимагає розв'язання проблеми розподілу відповідальності за здійснення функцій управління.

У Стратегії розвитку споживчої кооперації України на 2004-2015 рр. наголошується на тому, що нині система стоїть на порозі нового шляху свого розвитку, пов'язаного з мережевою економікою. Це свідчить про актуальність створення цілісної системи управління кооперативними організаціями і підприємствами із відповідним інформаційним забезпеченням. Удосконалена система інформаційного забезпечення процесу управління організаціями і підприємствами споживчої кооперації України надасть можливість гнучко реагувати на ринкові зміни, мати постійний доступ до необхідної інформації, робити її доступною, швидко адаптуватися до впливу факторів зовнішнього середовища.

Висновки. Споживча кооперація України і надалі буде залишатися цілісною соціально-економічною системою, мати всі перспективи для свого подальшого розвитку шляхом мінімізації впливу деструктивних факторів і загроз зовнішнього середовища, а також реалізації потенціалу внутрішніх складових у майбутньому.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України Про споживчу кооперацію від 10 квітня 1992 року N 2265-ХІІ.
2. Нестуля О.О. Вплив політичних чинників розвитку споживчої кооперації України: історія і сучасність // Споживча кооперація

України: історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири: зб.наук.доповідей Всеукр. наук-практ. конференції, Україна, Київ, 12 жовтня 2010 року / О.О. Нестуля.- Львів: Львівська комерційна академія, 2011.-с.56-65.

3. Марцин В. Проблеми функціонування споживчої кооперації та шляхи стабілізації господарської діяльності // Економіка України. - 2003. - № 4. - С.24-27
4. Меншикова Ю.М. Проблеми розвитку підприємств споживчої кооперації в ринкових умовах // <http://ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/num/files/mconf211108.pdf>
5. Тереховська В.І. Споживча кооперація України та її економічна безпека // <http://ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/num/files/mconf211108.pdf>

**Ортинська В.В., канд. екон. наук, проф.,**  
**Київський національний торговельно-економічний університет**

## **ІНТЕРАКТИВНІСТЬ ЕМПІРИЧНОГО МАРКЕТИНГУ**

В роздрібній торгівлі в останні роки відбуваються кардинальні зміни. Інформаційні і комунікаційні технології створили нову схему (електронна комерція) і дистриб'ютори проектують нові комерційні послуги споживачам, умови процесу покупки. Культура в бізнесі - сукупність характеристик процесу торговельного обслуговування, обумовлених професіоналізмом і етикою персоналу підприємства торгівлі. Відомо, що фактори, які впливають на сприйняття покупцями якості обслуговування та ступінь важливості кожного з них є відмінними в свідомості покупців різних країн з різним ступенем економічним розвитком. Для населення України значущими є відсутність черг у касу, ціни, доброзичливий персонал, місце розташування, великий вибір товарів, вдалий мерчандайзинг.

Інформація, отримана внаслідок досліджень поведінки українських споживачів, може бути використана маркетинговими службами роздрібних торговельних мереж для побудови систем та стандартів обслуговування. Одночасно необхідно зважати на те, що мають задовольнятися не лише потреби в фізичному товарі, але й потреби в емоційних переживаннях, які формуються у споживача за рахунок отримання певної вигоди від споживання. В обмін на

справжню лояльність та незгасаючу увагу споживачі потребують вражень, які перевершили б їх очікування.

Сучасним підходом до актуалізації маркетингу є застосування емпіричного маркетингу – маркетингу вражень, основною метою якого є вплив на відчуття (почуття) та емоції покупців та споживачів товарів, послуг, формування в їхній свідомості позитивного досвіду споживання. В емпіричному маркетингу виділяють п'ять типів переживань, їх називають стратегічними модулями, кожен з яких має свої особливості. Це сенсорні почуття (відчуття), афективні почуття (емоції), творчі когнітивні почуття (мислення), фізичні відчуття (спонукають до дії) та почуття, які є наслідком співвіднесення споживача з минулим досвідом придбання та з певною референтною групою. Провідниками переживань, для створення відповідних почуттів, є комунікаційні матеріали, візуальні та мовні образи, символи, товари, брендинг, просторове оточення, електронні засоби та, найважливіше, персонал.

Емпіричний маркетинг відрізняється від традиційного маркетингу урахуванням конститутивної аксіоми: споживачі мислять не лише раціонально, але також емоційно:

- в емпіричному маркетингу наголошується на емоціях, враженнях споживача, а не на функціональних властивостях товару,
- споживання інтерпретується, як холистичне переживання тобто в процесі споживання особистість отримує певний набір цінностей - вигоду та чуттєве задоволення,

За рахунок своєї інтерактивності та звернення до конкретного покупця заходи емпіричного маркетингу враховують потреби клієнта та орієнтовані на встановлення відносин з ним, вони формують нову споживчу цінність і, відповідно, систему уявлень та асоціацій про конкретні торговельні об'єкти.

Бернд Шмітт пропонує створювати п'ять різних типів вражень на рівнях відчуттів, почуттів, думок, вчинків, відносин [1, с.230].

Впровадження маркетингу вражень в торгівлі для формування лояльності можливе через: мотивацію персоналу в сфері сервісу до виконання ретельно опрацьованих стандартів поведінки; яскраве зовнішнє оформлення об'єкту торгівлі та оригінальні способи викладки (мерчандайзинг) товарів, музичний супровід, бажання організувати виставки, шоу для батьків та дітей з різноманітними конкурсами та подарунками, проведення благодійних акцій, створення гуртів лояльності із використанням персональних іменних клієнтських карток. Методи емпіричного маркетингу є надзвичайно еkleктичними,

потребують формування програм лояльності з урахуванням існуючих покупців та з метою приваблення нового покоління.

Першорядним є знаходження конкурентної переваги, що сприймалась би на підсвідомості відвідувачами торговельного об'єкту щонайкраще. Звичайно, у великих мереж є більше ресурсів, проте оригінальність у заходах маркетингу має бути притаманна всім фахівцям підприємств торгівлі, яка спілкуються з людьми з метою формування в них стійкого позитивного досвіду споживання.

Передбачення еволюції торгівлі та швидкість, з якою відбуватиметься адаптація торгівлі до змін у зовнішньому середовищі дозволить суб'єктам підприємницької діяльності успішно протистояти конкурентам за допомогою найбільш адекватних маркетингових стратегій емпіричного маркетингу.

### **Список використаних джерел**

1. Маркетинговий менеджмент: Підручник / Ф.Котлер, К.Л.Келлер, А.Ф.Павленко та ін.- К.: Видавництво «Хімджест», 2008. -720 с.

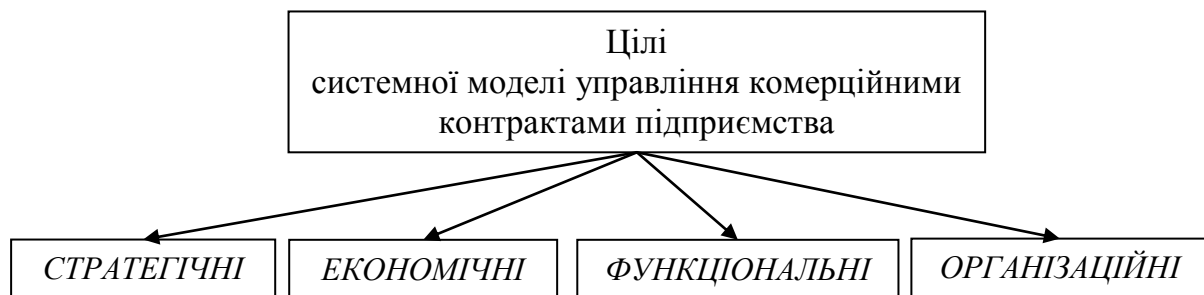
**Охотніков А.В., асп.,**

*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **ОБҐРУНТУВАННЯ ЦІЛЕЙ СИСТЕМНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНИМИ КОНТРАКТАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Системна модель управління комерційними контрактами підприємства має враховувати багатоаспектність даної діяльності та узгоджувати цілі збутових та закупівельних трансакцій, розглядаючи їх в єдиній субстанції та підпорядковуючи їх досягненню цільового рівня ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому. Фактичні результати реалізації комерційних контрактів підприємства можуть впливати на формування цілей управління в подальшій діяльності. Досягнення цільової результативності фінансово-господарської діяльності на основі ефективності від реалізації комерційних контрактів може покладатись в мету управління ними і формування відповідних цілей. Даний підхід може бути реалізований за принципом групування

цілей, що запропонували Л. Мак Аулей і К. Томкінс. (рис.1) [1]. Управління комерційними контрактами підприємства має базуватись на реалізації оптимальних стратегічних рішень. Як правило на більшості досліджуваних українських підприємств увага концентрується на проблемах оперативного рівня, що стосуються управління запасами, забезпечення виробництва у сировині й матеріалах, пошуку оптимальних ланцюгів постачання, логістиці тощо, та не враховується стратегічна складова і необхідність комплексної оцінки параметрів фінансово-господарської діяльності, котрі досягаються в результаті реалізації комерційних контрактів.



*Рис. 1 Групування цілей управління комерційними контрактами підприємства за Л. Мак Аулейом та К. Томкінсом*

Саме інтеграція бізнес-процесів, пов'язаних з реалізацією контрактної взаємодії підприємства, в єдину комплексну систему покликана створити передумови для управління комерційними контрактами на стратегічному рівні. Підприємство має досягати стратегічних конкурентних переваг реалізуючи комерційні контракти, тим самим максимізуючи прибуток, що є фактором максимізації ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому. Складовими створення цінності комерційного контракту можуть виступати оптимізація витрат за комерційним контрактом, зростання обсягів реалізації, зростання прибутку від реалізації товару за комерційним контрактом. Дані параметри можуть бути складовими в оцінці рівня досягнення цільових показників ефективності управління комерційними контрактами.

Окрім того необхідно зауважити, що ланцюг створення цінності контрактної взаємодії підприємства орієнтований на конкретні центри управління, що приймають безпосередню участь у прийнятті стратегічних рішень та оперативному управлінні комерційною діяльністю.

Основними економічними цілями управління комерційними контрактами підприємства є наступні: забезпечення досягнення

цільового значення результатів фінансово-господарської діяльності підприємства за рахунок реалізації комерційних контрактів; забезпечення ліквідності підприємства; забезпечення платоспроможності підприємства; забезпечення оптимальної структури оборотних активів підприємства; забезпечення оптимального періоду обороту кредиторської заборгованості з метою мінімізації фінансового циклу підприємства; забезпечення досягнення цільового значення прибутку від реалізації комерційних контрактів, максимізація EBITDA; максимізація операційного грошового потоку;

Наведені економічні цілі системної моделі управління комерційними контрактами підприємства спрямовані на досягнення цілей економічного управління ним в цілому. Г.Тельнова вважає, що ділова активність, ресурсозабезпеченість та ефективність використання капіталу є базовими категоріями організації бізнес-процесів економічного управління на підприємстві [2]. Досягнення економічних цілей є пріоритетним в системній моделі управління комерційними контрактами. Функціональні та організаційні цілі в системі управління комерційними контрактами підприємства відбивають параметри оптимальності бізнес-процесів в управлінні комерційними контрактами та ефективності трансакцій з контрагентами. Функціональні цілі доцільно розділити на дві групи у відповідності до архітекtonіки функціональних служб підприємства, які є безпосередніми центрами оперативного управління комерційними контрактами, що обслуговують збутову та закупівельну діяльність. В контексті даного підходу можна погодитись з Ю. Амерхановою, яка стверджує, що реалізація функціональних цілей управління постачанням полягає в своєчасному забезпеченні підприємства у необхідних для виробництва обсягах і структурі сировини та інших товарно-матеріальних цінностях на оптимальних умовах комерційних контрактів з контрагентами, що виступають постачальниками [3].

Досягнення основних функціональних цілей в системній моделі управління комерційними контрактами відбиває зміст комерційної діяльності підприємства. Саме функціональні цілі управління збутом та постачанням формують комерційну складову фінансово-господарської діяльності підприємства.

Організаційні цілі в управлінні комерційними контрактами підприємства полягають в досягненні оптимальної організаційної структури управління та її інформаційного забезпечення. Це сприяє максимізації позитивного та мінімізації негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на умови укладання та

реалізації комерційних контрактів. Обґрунтування організаційних цілей в системній моделі управління комерційними контрактами має передбачати не тільки побудову ефективного організаційно-економічного механізму на підприємстві, але й враховувати особливості реалізації контрактних відносин у детермінованому інституційному середовищі. Т. Переверзева наголошує на тому, що саме регуляторна політика держави, рівень розвитку інституційного середовища та рівень корпоративної культури суб'єктів господарювання мають суттєвий вплив на ефективність контрактної взаємодії між підприємствами [4]. Досягнення організаційних цілей в системній моделі управління комерційними контрактами підприємства забезпечує адаптивність системи до дії змінних факторів зовнішнього середовища та мінімізацію екзогенних ризиків контрактних відносин.

Отже, системна модель управління комерційними контрактами підприємства характеризується перманентністю бізнес-процесів контрактної взаємодії. Окрім того, можна виділити послідовні етапи системної моделі управління комерційними контрактами. Результативність фінансово-господарської діяльності підприємства в значній мірі залежить від ефективності управління його комерційними контрактами, що орієнтоване на досягнення стратегічних, економічних, функціональних та організаційних цілей.

### **Список використаних джерел**

1. McAulay L., Tomkins C.R. Review of the contemporary transfer pricing literature with recommendations for future research// *British Journal of Management*. 1992. №3 p. 101-22.
2. Тельнова Г. В. Визначення загальних засад концепції фінансового менеджменту інтегрованої корпоративної структури/ Тельнова Г. В.// *Економічний часопис – XXI* №3-4(1), 2013 р., с. 57-60.
3. Амерханова Юлия Гатиятовна. Управление снабжением в цепи поставок промышленного предприятия: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/Южно-Уральский государственный университет. – Челябинск, 2009 – 219 с.
4. Переверзева Татьяна Алексеевна. Теоретико-методологические основы системно-адаптивного институционального регулирования процессов развития торговли: дис. докт. экон. наук: 08.00.05; Санкт-Петербургский торгово-экономический институт. – Санкт-Петербург, 2011 – 398 с.



## ЩОДО СКЛАДУ ТА ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнюючи різні підходи до визначення інноваційного потенціалу підприємства, можна дійти висновку, що – це його максимальні можливості генерувати високу інноваційну активність.

У цьому сенсі інноваційний потенціал підприємства доцільно розглядати за двома складовими: матеріальні ресурси інноваційної діяльності та інтелектуальний потенціал.

Матеріальний інноваційний потенціал підприємства включає потенціал основних засобів і потенціал оборотних активів, оцінка яких відрізняється одна від одної. Інтелектуальний потенціал підприємства формується за рахунок «нематеріальних» ресурсів, а їх оцінка у визначенні інноваційних можливостей нематеріальних активів, маркетингових, управлінсько-інфраструктурних та трудових ресурсів окремо.

Оцінка інноваційного потенціалу буде мати більш високий ступінь достовірності у разі залучення для цього математичних методів, зокрема, побудови простору оцінок, (рис. 1).

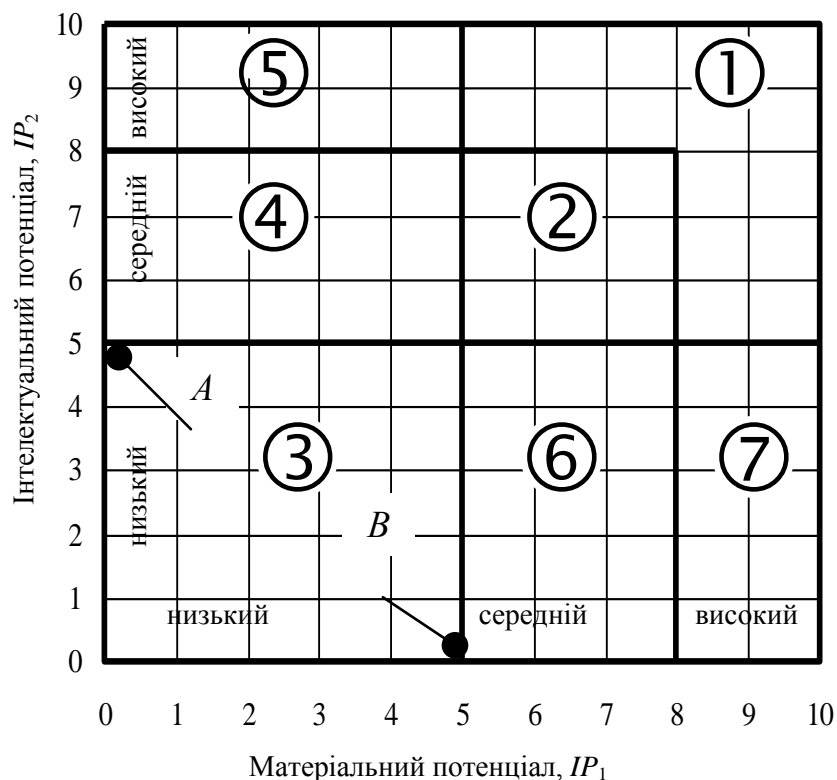


Рис. 1. Простір оцінки інноваційного потенціалу підприємства [1]

Складові інноваційного потенціалу відображено уздовж двох ортогональних осей декартової системи координат [2] за десятибальною шкалою. Побудований за таким принципом простір складається з 7 областей, що відповідають можливостям підприємств стосовно реалізації власного інноваційного потенціалу.

На підприємствах області 1 може здійснюватися, як розробка власних інновацій, так і використання сторонніх інновацій. Їм достатньо утримувати позиції на ринку. Підприємствам області 2 для здійснення ефективної інноваційної діяльності необхідно розвиватися. Інноваційна діяльність підприємств 3 області, до якої входять більшість вітчизняних підприємств, вимагає суттєвих інвестицій. Матеріальний потенціал підприємств області 4 є недостатнім для самостійної реалізації інноваційних проектів. Підприємства в області 5 є лідерами у своєму секторі. Інноваційний потенціал підприємств у області 6 є недостатнім для самостійної розробки інноваційних проектів, тому для здійснення ефективної інноваційної діяльності вони повинні розвиватися. В області 7 знаходяться підприємства з високим матеріальним потенціалом, що дозволяє реалізовувати інноваційні проекти будь-якої складності.

Висновки щодо перспектив інноваційної діяльності формуються матричним способом за інтерпретацією розрахунку показників матеріального та інтелектуального потенціалу підприємства [3]. Якщо показник матеріального потенціалу менше п'яти балів (або 50%), можна стверджувати, що матеріальний потенціал є недостатнім для самостійної ефективної інноваційної діяльності підприємства. Якщо показник інтелектуального потенціалу більше п'яти балів (або 50%), але менше восьми балів (або 80%), можна стверджувати, що інтелектуальний потенціал є достатнім для активізації інноваційної діяльності.

За результатами оцінки визначаються напрями інноваційного розвитку підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Станіславик О.С. Оцінювання інноваційного потенціалу промислових підприємств України / О.С. Станіславик / ОНПУ – Одеса: ТЕС, 2007. – 140 с.
2. Шелобаева С.И. Экономико-математические методы и модели / С.И. Шелобаева. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 225 с.

3. Павлова В.А. Інноваційний розвиток підприємства: організація, оцінка потенціалу, ефективність: монографія / В.А. Павлова, В.В. Татарінов, А.Г. Жукова. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. – 200 с.

**Паєнтко Т.В., д-р екон. наук, доц., проф.,  
Національний університет державної податкової служби України**

### **ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ І ВИТРАТ ЗА ДОГОВОРАМИ ПІДРЯДУ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ МСФЗ**

Проблема коректності визнання доходів і витрат за договорами підряду набула особливої актуальності із внесенням змін до третього розділу Податкового кодексу України, які радикально змінили методологію розрахунку податку на прибуток. Фактично відбулася та подія, необхідність якої дискутується з 1998 р., коли із набуттям чинності Закону України «Про несення змін до змін до закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22.05.1997 № 283/97-ВР. Зазначений закон став точкою відліку у розмежування бухгалтерського і податкового обліку, а об'єкт оподаткування податком на прибуток на довгі роки віддалився від реального фінансового результату платника податку на прибуток. Така практика сприяла поширенню зловживань у сфері формування фінансових результатів, зростання кількості фактів штучної збитковості підприємств. Крім того, така практика сприяла певною мірою занепаду бухгалтерського обліку, оскільки правильність його ведення не впливала на застосування штрафних санкцій під час проведення перевірок податківцями.

Із набуттям чинності Податковим кодексом України у 2011 р. відбулося часткове зближення податкового і бухгалтерського обліку, однак ряд обмежень щодо визнання та оцінки витрат все ще створювали суттєві різниці між реальним фінансовим результатом та об'єктом оподаткування податком на прибуток. Нарешті, з 01.01.2015 р. відбулося остаточне наближення бухгалтерського і податкового обліку, а інспектори Державної фіскальної служби отримали права здійснювати перевірку правильності ведення бухгалтерського обліку, оскільки саме його дані стали визначальними при формуванні об'єкту оподаткування податком на прибуток.

У цьому контексті постало ряд питань, які стосуються коректності відображення в обліку і звітності цілого ряду господарських операцій. Така проблема обумовлена не тільки тим, що тривалий час фінансисти і бухгалтери звикли працювати в ім'я ідеї правильності податкового обліку, але і у зв'язку і з свободою, яку надає розділ 3 чинного Податкового кодексу. Зокрема, у зазначеному документі вказано, що об'єктом оподаткування податком на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності з коригуванням на різниці. Проблема виникає навіть не внаслідок необхідності визначення різниць та їх відображення в обліку, а внаслідок можливості застосування як вітчизняних П(С)БО так і МСФЗ. Вітчизняні стандарти хоча і ґрунтуються на міжнародних, однак окремі їх положення містять відмінності, а деякі стандарти (наприклад, «Витрати») у МСФЗ просто відсутні.

Таким чином, у контексті відображення фінансового результату за договорами підряду, платники податку на прибуток можуть керуватися у своїй діяльності П(С)БО № 18 «Будівельні контракти» або МСФЗ 11 «Договори підряду». Головним питанням обліку договорів підряду є визнання виручки та прибутку. Виконання договору підряду може тривати кілька років, протягом яких підрядник несе витрати і виставляє рахунки замовнику. МСФЗ 11 вимагає визнання витрат і виручки, пов'язаних з виконанням договору підряду, по мірі виконання такого договору. Хоча такий підхід має ефект «згладжування доходу і прибутку», однак він вимагає негайного визнання майбутніх очікувань. Це означає, що прибуток має визнаватися тільки тоді, коли існує достатня ймовірність її реалізації у вигляді грошових потоків, а витрати та збитки – коли вони передбачаються. Як і П(С)БО 18, так і МСФЗ 11 передбачає визнання доходів і витрат по ступеню завершеності робіт, який розраховується на валовій основі, при цьому виручка визнається як різниця. А за наявності збитку – він має бути відображений у повному обсязі у тому періоді, в якому фактично був отриманий. І тут виникає головна суперечність між П(С)БО 18 і МСФЗ 11. Відповідно до П(С)БО 18 такий збиток визнається витратами звітного періоду з включенням фактичних витрат на виконання цього будівельного

контракту до собівартості реалізації. Також відповідно до МСФЗ 11 збиток може бути визнаний навіть по договору, роботи по якому не починалися, що не передбачено вітчизняними П(С)БО.

Зважаючи на розбіжності, які можуть виникати у процесі визнання та відображення доходів і витрат як за договорами підряду, так і за іншими операціями, вважаємо за доцільне керуватися положеннями МСФЗ з урахуванням обмежень, які будуть викладені у листах та узагальнюючих консультаціях ДФС.

**Паєнтко Т.В., д-р екон. наук, доц., проф.,  
Національний університет державної податкової служби України  
Савчук В.А., канд. екон. наук, завідувач Кам'янець-Подільського  
відділення Київського фінансово-економічного коледжу  
Національного університету державної податкової служби України**

## **СУТТЄВІСТЬ ПРИ ПЛАНУВАННІ І ПРОВЕДЕННІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ**

Історія розвитку державного фінансового аудиту в Україні має нетривалу історію, тому питання щодо його подальшого удосконалення залишається актуальним як ніколи. Сучасний етап розвитку фінансового аудиту характеризується двома основними проблемами. Перша – необхідність суворого відокремлення аудиту від ревізії, сприйняття аудиту як дорадчо-консультаційної послуги, мета якої полягає не у притягненні до відповідальності, а на попередженні помилок, які є причиною неефективного управління бюджетними коштами. Друга проблема органічно пов'язана з першою, які помилки слід вважати суттєвими (значимими) з точки зору управління бюджетними коштами.

Міжнародний стандарт аудиту 320 «Суттєвість при плануванні і проведенні аудиту» не дає чіткого визначення поняттю суттєвості. Однак зазначений стандарт містить вказівку на те, що суттєвими є такі помилки (викривлення), якщо вони можуть вплинути на економічні рішення користувачів фінансової звітності [1]. Також зазначений стандарт містить тлумачення поняття «явно несуттєвого викривлення», кількісна оцінка якого є набагато меншою за встановлений рівень суттєвості. Тобто, ключовим аспектом стає кількісна оцінка межі суттєвості. При цьому жоден стандарт не

містить алгоритму визначення ступеня суттєвості, це означає, що оціночна межа суттєвості ґрунтується виключно на оцінках аудитора. У практиці аудиту підприємницької діяльності поріг суттєвості аудитор може оцінювати, керуючись обліковою політикою підприємства. Однак у практиці державного фінансового аудиту такий підхід застосовувати не можна.

Відповідно до положень міжнародного стандарту ISSAI 1320 «Суттєвість у плануванні і проведенні аудиту», суттєвість тлумачиться як оціночне судження аудитора, його інтерпретація щодо можливого впливу на економічні рішення користувачів звітності [2]. Поріг суттєвості має значення, коли необхідно визначити ступінь впливу помилок, викривлень, бездіяльності на рівень коректності інформації для зовнішніх користувачів.

Аудиторська оцінка суттєвості базується на професійних знаннях аудитора, при цьому аудитору необхідно враховувати, що користувачі звітності:

- мають достатні знання у сфері бізнесу, економіки та обліку і готові вивчати інформацію фінансової звітності;
- розуміють, що фінансова звітність підготовлена, затверджена та перевірена з урахуванням необхідного рівня суттєвості;
- розуміють, що оцінки суттєвості базуються на прогнозі майбутніх подій;
- приймають відповідні економічні рішення на основі інформації з фінансової звітності.

Під час планування аудиту аудитору необхідно визначитися з оцінкою суттєвості, яка базується на:

- визначені природи, часу, рівня процедур оцінки ризиків;
- ідентифікації і оцінці ризиків викривлення інформації;
- визначення природи, часу та обсягу аудиторських процедур.

Як показує практика, під час проведення фінансового аудиту, рівень суттєвості не може бути однаковим для всіх. Тому його адекватна оцінка є однією з передумов високої якості проведеного аудиту. З практичної точки зору ступінь суттєвості може визначатися як у цілому по об'єкту аудиту, так і по окремих статтях активів і зобов'язань. Визначення суттєвості в цілому по об'єкту може бути базуватися на співвідношенні сальдо кошторисного фінансування та загального обсягу фінансових потоків. Визначення суттєвості по статтях фінансової звітності має базуватися на обліковій політиці об'єкту аудиту з урахуванням принципів обережності та переваги економічного змісту над юридичною формою.

## Список використаних джерел

1. ISA 320, Materiality in Planning and Performing an Audit// Handbook of international quality control, auditing, review, other assurance, and related services pronouncements part 1, pp. 321–329.
2. ISSAI 1320 – Materiality in Planning and Performing an Audit// <http://www.intosai.org/en/issai-executive-summaries/view/article/issai-1320-materiality-in-planning-and-performing-an-audit.html>

**Поляков М.Й., заст. зав. відділом бюджетно-податкової політики Департаменту фінансової політики, Секретаріат Кабінету Міністрів України, м. Київ**

### **ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТОК СФЕРИ ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ**

Ключовим чинником розвитку національної економіки є її інвестиційна привабливість, яка формує зацікавленість інвесторів у вкладенні коштів в ту чи іншу країну. Фінансування інвестицій потребує формування науково обґрунтованого механізму залучення і використання фінансових ресурсів, на основі якого забезпечуватиметься ефективність реалізації проектів розвитку країни та її регіонів, окремих галузей і підприємств. Особлива увага в системі фінансування інвестицій має приділятися інфраструктурним галузям, які забезпечують надійне функціонування цілісного господарського комплексу. Зокрема, в умовах інформаційного суспільства вкрай важливим стає надійне комунікативне середовище, у тому числі сфера зв'язку.

Розвиток сфери зв'язку впливає не лише на загальне економічне зростання, збільшення прямих іноземних інвестицій, а й на зменшення затрат на взаємодію, розширення меж ринку та збільшення інформаційних потоків, що асоціюються з розвитком телекомунікаційної сфери. Інвестиції в телекомунікаційну інфраструктуру позитивно впливають на потенціал зростання економіки й створюють стимули для зростання продуктивності та доходів у довгостроковій перспективі, особливо, якщо послуги телекомунікацій доступні широкому загалу.

Забезпечення фінансування інвестиційної діяльності, спрямованої на розвиток сфери зв'язку, та недостатність дослідження механізму формування, розподілу і використання відповідних фінансових ресурсів та контролю за їх використанням визначає актуальність теми дослідження.

За результатами розглянутих теоретичних засад фінансування інвестицій у розвиток сфери зв'язку зазначене поняття визначено як процес формування (мобілізації), концентрації, розподілу та використання фінансових ресурсів з метою здійснення інвестицій. Процес фінансування інвестицій як рух фінансових ресурсів включає інвесторів, посередників і реципієнтів. Щодо самих інвестицій, то це вкладення грошових коштів, майна в об'єкти різних видів діяльності з метою отримання прибутку або з іншою метою.

Слід зазначити, що основне джерело інвестування – власні кошти операторів зв'язку найбільший вплив має обсяг доходів галузі, оскільки за їх рахунок формується прибуток операторів, що направляється на розвиток. Зменшення обсягу у 2008 році інвестицій за рахунок власних коштів операторів зв'язку майже зупинило ріст доходів галузі у 2009 році. Значне зменшення обсягу інвестицій за рахунок власних джерел у 2010 році та незначне зростання протягом 2011-2013 років призвело до уповільнення зростання доходів сфери зв'язку в 2010-2013 роках.

За період з 2002 по 2008 роки обсяг доходів від реалізації послуг зв'язку щорічно в середньому зростали на 28,3 відсотка. Проте у 2009 році доходи у порівнянні з попереднім роком зросли лише на 0,2 відсотка, що спричинено рецесійними процесами в національній економіці. У 2010-2012 роках відновились тенденція щодо зростання обсягу доходів від реалізації послуг зв'язку щорічно в середньому на 2,4 – 6,1 відсотка. Водночас у 2013 році зростання обсягу доходів майже не спостерігалось та становило 0,4 відсотка, сукупно у 2013 році галузь зв'язку надала послуг всім категоріям споживачів на 52,3 млрд. гривень. Постійно зростає обсяг споживання послуг зв'язку у розрахунку на одного мешканця України, зокрема, рівень проникнення мобільного зв'язку. Збільшуються обсяги надходжень податків, зборів, обов'язкових платежів до Державного бюджету України. Проте фінансування розвитку галузі забезпечується переважно за рахунок власних коштів операторів зв'язку, а відтак прямо залежить від її стану та загального стану економіки. Розвиток окремих операторів є відображенням регулюючого впливу зверху і узагальнюється у макроекономічних тенденціях і показниках.



Використання інвестиційного потенціалу під час реалізації інвестиційної політики органами державної влади формує інвестиційний клімат, який безпосередньо впливає на рівень інвестиційної привабливості окремих галузей економіки. Водночас рівень інвестиційної привабливості сфери зв'язку тісно взаємопов'язаний зі станом інвестиційного клімату в Україні, оскільки зміна одного з цих двох показників вплине на зміну іншого.

У широкому спектрі наукових досліджень продемонстровано, що існує залежність між рівнем проникнення зв'язку та економічним зростанням. При оцінці залежності між рівнем проникнення мобільного зв'язку та економічним зростанням вкрай важливо розуміти наявність двостороннього причинно-наслідкового зв'язку: вплив підвищення рівня проникнення мобільного зв'язку та збільшення інвестицій в інфраструктуру мобільного зв'язку на економічне зростання та вплив зростання ВВП на попит на послуги зв'язку. Сектор мобільного зв'язку може в подальшому збільшити свій вклад у ВВП, продовжуючи розширювати абонентську базу та надавати нові послуги.

Обсяги інвестицій у розвиток зв'язку України до 2008 року середньорічно зростали на 34,6 % та за підсумками 2007 року досягли майже 12,5 млрд. грн., що в основному пов'язано з активним розгортанням мереж мобільного зв'язку в Україні. Тобто, можна констатувати, що ринок послуг зв'язку динамічно розвивався до 2007 року, коли практично досяг насичення. Про це свідчать: обсяг доходів та інвестицій у галузь, кількість користувачів як в цілому, так і окремих операторів зв'язку. Яскравим підтвердженням цього є показник рівня покриття території України мережами мобільного зв'язку, який вже на кінець 2007 року становив майже 100 відсотків. У 2008-2013 роках інвестування у розвиток зв'язку в Україні відбувалося у складних умовах, проте було поступальним та безкризовим, темпи розвитку галузі зросли за рахунок розвитку сучасних видів телекомунікацій, таких як рухомий стільниковий та комп'ютерний інтернет-зв'язок. Слід зазначити, що у 2010-2013 роках у розвиток зв'язку в середньому за рік було інвестовано близько 6-7 млрд. гривень, що вдвічі менше ніж у 2007 році, який можна вважати найкращим з точки зору річного обсягу капітальних інвестицій здійснених у сфері зв'язку за останні 10 років.

Стратегічною ціллю фінансування інвестицій у розвиток сфери зв'язку України є оновлення і прискорений розвиток операторів зв'язку на базі впровадження інноваційних рішень, для задоволення

потреб споживачів у високоякісних послугах зв'язку з відповідним забезпеченням національної безпеки держави та стратегічних інтересів України у сфері зв'язку. Вирішення проблем фінансування інвестицій у розвиток сфери та використання сильних сторін дозволить поліпшити якість послуг, збільшити вартість активів операторів зв'язку, забезпечить додаткові надходження до бюджету України та створить додаткові робочі місця. Враховуючи перспективи розвитку української сфери зв'язку та наявні переваги перед іншими галузями економіки України галузь зв'язку має продовжувати забезпечувати динамічний розвиток національної економічної системи у сприятливий період та стримувати загальне падіння обсягу доходів галузей економіки України у кризові періоди

Зважаючи на те, що використання державними органами міжміської телефонії залишається значною частиною фінансових витрат, вважається за доцільне здійснити реалізацію проекту щодо запровадження інтеграції голосу в мережу передачі даних, яка є успішною стратегією для скорочення витрат на міжміську телефонію, хоча поряд з цим спостерігається додаткове завантаження каналів зв'язку корпоративної мережі голосовим трафіком. Голосовий трафік буде направлятися із настільного пристрою до телефонної системи, яка виконуватиме функцію маршрутизації до магістралі передачі даних (глобальної мережі). Найважливішою вигодою використання стратегії передачі голосу в одній мережі спільно з даними є значне скорочення витрат на міжміський телефонний зв'язок. Інтеграція голосу в мережу передачі даних пропонує широкий спектр послуг «голос поверх IP» (VoIP): голосові повідомлення, конференц зв'язок та голосовий зв'язок.

Поліпшення якості послуг, збільшення вартості активів операторів зв'язку, забезпечення додаткових надходжень до бюджету України та створення додаткових робочих місць можливо лише за умов: забезпечення проведення конверсії радіочастот; поліпшення бюджетного фінансування зазначивши під час підготовки бюджетних пропозицій та бюджетного запиту на наступний рік джерела компенсації бюджетних витрат від збільшення видатків на фінансування таких органів державної влади; збільшення державних видатків на розвиток сфери зв'язку; удосконалення державної політики та регуляторного впливу на ринок телекомунікацій з метою наближення його до сучасних міжнародних вимог; запровадження єдиних форм звітності для операторів зв'язку; прийняття законопроектів спрямованого на скасування збору до Пенсійного

фонду у розмірі 7,5 % з користувачів послуг рухомого (мобільного) зв'язку; ефективне регулювання взаємоз'єднання операторів зв'язку; зниження «приховування коштів» при ввезенні радіоелектронних засобів (зокрема мобільних телефонів); прискорення розвитку телекомунікаційних мереж з використанням новітніх технологічних досягнень (радіотехнологій, волоконно-оптичних, пакетних технологій тощо) і шляхом збільшення конкурентоспроможності виробників вітчизняного обладнання; підвищення ефективності управління державними підприємствами сфери зв'язку; створення системи ефективної взаємодії між органам виконавчої влади відповідальним за формування державної політики у сфері зв'язку.

***Попова М.А., заст. директора Центру післядипломної освіти та магістерських програм Інституту вищої кваліфікації  
Київський національний торговельно-економічний університет***

## **ПАРТНЕРСТВО БІЗНЕСУ І ОСВІТИ**

Налагодження партнерства бізнесу і освіти є необхідною умовою підняття держави на новий рівень соціально-економічних стандартів. Прискорений розвиток науки і техніки, стрімка зміна соціальних процесів у суспільстві потребує мобільних фахівців, здатних до ефективної роботи у конкурентному середовищі, безперервного самонавчання і самовдосконалення.

Ключовим у поєднанні бізнесу і освіти – є саме партнерство. Але поки система освіти буде розглядати бізнес як джерело благодійних коштів, великого ефекту від такої співпраці не буде. Очікувати позитивних зрушень можливо тільки за умови партнерства, що засноване на взаємній економічній вигоді.

Діяльність закладу освіти відрізняється від діяльності бізнесу тим, що як правило, бізнес працює в конкурентному середовищі, ризикує самостійно, буває успішним чи неуспішним в силу відомих обставин. А більшість освітніх установ продовжують функціонувати в режимі державної бюджетної установи, за виключенням деяких закладів, які вже сьогодні намагаються вести себе так само, як поводить бізнес: активно просуватися на ринку освітніх послуг, пропонувати свій «продукт», враховувати конкурентів, вживати маркетингові та рекламні заходи тощо.

За таких умов між бізнесом і освітою мало б встановитися рівноправне економічне партнерство. Але розвитку такого партнерства заважає відсутність ефективного інвестування, що є проблемою для будь-якого бізнесу. Інвестування в майбутнього працівника має бути економічно вигідним. Якщо суспільство і держава зацікавлені, щоб капітал йшов саме в освіту і науку, потрібно для цього капіталу створювати умови переваги.

Суттєвим є те, що прагматичний бізнес не може робити безконтрольні інвестиції, він не буде просто так фінансувати освіту і науку. Потрібно обов'язково відстежувати ефективність використання цих коштів та забезпечити ефективний контроль бізнесу за своїми інвестиціями через опікунські або інші ради як публічні, суспільні інструменти, а не інститути управління.

У свою чергу, інвестиції приватного бізнесу в освіту не повинні ставати «приватизацією» процесу освіти. Треба чітко проводити межу між тим, що може і не може бути віддано в приватний сектор. Абсолютно очевидно, що національні університети, інші освітні центри існують не тільки для задоволення потреби в кадрах для великого бізнесу. Тут, звичайно, ні про яку «приватизацію» мови бути не може[2].

Крім того, актуальним залишається питання створення бізнес-інкубаторів, ресурсних освітніх центрів і т.д. Тобто, варіантів корисного використання освітніх закладів в суміжних з освітньою діяльністю галузях – багато.

Важливим також є те, що, наприклад, в Україні в загальних витратах на науку частка держави становить до 90% і більше. У Японії переважна частка інвестицій в науку – приватні інвестиції, недержавні. У США основна частина – теж приватні інвестиції. Чому наш бізнес мало інвестує в фундаментальну та прикладну науку? Крім того, у нас велика мережа наукових установ, у тому числі академічних. А хто є споживачем наукової продукції, яку виробляють ці наукові установи, держава чи бізнес? Можливо, бізнесу не вигідно вкладати гроші туди, куди їх вже вклала держава?

Отже, для забезпечення розвитку інноваційної економіки Україні необхідно посилити відповідальність ринку праці за своєчасне та системне представлення кількісних і якісних сигналів щодо техніко-технологічних змін у галузях виробництва, виникнення нових кваліфікацій. У свою чергу освіта і зокрема професійна освіта, відповідальні за те, щоб якісно перекладати ці сигнали в формат компетенцій, а в подальшому використовувати в розробці освітніх стандартів. Тому і бізнес повинен брати участь у формуванні

інноваційного змісту, рецензуванні та визначенні рейтингу освітніх програм, оновленні значної частини їх змісту матеріалом, що дозволяє формувати у молоді кар'єрні цінності, підприємницькі навички.

Зрозуміло, що під час та, особливо, після кризових явищ економіці вкрай необхідні кваліфіковані фахівці. Вже сьогодні слід думати, як переконати бізнес вкладати кошти в підвищення рівня кваліфікації своїх працівників, в необхідність фінансової підтримки розвитку освіти, здійснення відповідних освітніх реформ тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Онікієнко В.В. Ринок праці та соціальний захист населення України: ретроаналіз, проблеми, шляхи вирішення: [науково-аналітична монографія] / В.В.Онікієнко – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи НАН України, 2013.–456 с.
2. Прокопов Ф.Т. Партнерство бізнеса и образования //Газета «Промышленность Юга России». – 2014. – №8. Режим доступу до журн. <http://www.rsppvo.ru/?source=152>.

**П'ятницька Г.Т., д-р екон. наук, проф.,**

**Київський національний торговельно-економічний університет**

### **ВПЛИВ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Сучасна практика господарської діяльності суб'єктів підприємництва суттєво відрізняється від тієї, що була поширена у світі ще декілька десятиріч тому. Це, зокрема, пов'язують з розвитком кластерних утворень та формуванням значних конкурентних переваг у суб'єктів підприємництва, що входять до них, порівняно з суб'єктами господарювання, що діють на ринку самостійно та не належать до якихось структурних об'єднань.

Кластери, як свідчить міжнародний досвід, відкривають нові можливості для підвищення ефективності діяльності та технологічної модернізації суб'єктів підприємництва. При цьому наявність у кластері висококонкурентних підприємств, що використовують передові технології у поєднанні з ефективним менеджментом, завжди позитивно впливає на діяльність та розвиток інших суб'єктів господарювання, що включені до так званого кластерного «ланцюжка». Важливу роль у

вищезазначеному відіграє внутрішня інформаційна відкритість. Зауважимо, що інформаційні переваги всередині кластеру забезпечуються завдяки формуванню особливих норм управлінської культури, розвитку неформальних контактів між менеджерами різнопрофільних господарюючих суб'єктів кластеру, тощо.

До найважливіших переваг, що отримують підприємці від кластеризації, відносять:

- суттєве спрощення доступу учасників кластеру до ресурсів;
- значне зниження фінансових і кредитних ризиків;
- підвищення стабільності та прогнозованості грошових потоків;
- пільгові умови кредитування та надання консалтингових послуг;
- підвищення ефективності реалізації виробленої продукції за рахунок сформованості більш стійких логістичних зв'язків між підприємцями, що входять у кластер;
- додаткові можливості для активізації інноваційної діяльності.

Водночас кластеризація може і негативно впливати на розвиток підприємництва, оскільки з нею пов'язують ризики, що виникають у результаті:

- ускладнення координації дій через занадто велику кількість учасників кластеру;
- недовіри підприємців-учасників кластеру до фінансових установ, партнерів та інших учасників, а також відсутність ініціативи при розв'язанні спільних проблем, що фактично заважає підприємцям належним чином скористатися перевагами від кластеризації;
- зниження мотивації до модернізації внаслідок відсутності конкуренції у межах кластеру;
- неефективної роботи окремих учасників кластеру, що може негативно позначитися на ефективності роботи інших учасників цього кластеру.

В останні два десятиліття процес формування кластерів у світі відбувався досить активно (особливо в економічно високорозвинених країнах). У цілому нині кластеризацією охоплено близько 50 % економік провідних країн світу. Так, за даними інформаційного ресурсу з аналізу кластерів та кластерної політики країн Європи [1], економіка Фінляндії повністю кластеризована (у ній виділено 9 кластерів); економіка Нідерландів поділена на 20 кластерів. У Данії функціонує 29 кластерів, в яких беруть участь 40 % усіх підприємств країни, які забезпечують 60 % експорту. На промислові кластери Італії припадає 43 % чисельності зайнятих у галузі і більше 30 % обсягу національного експорту. В Австрії

діють трансграничні кластери з Німеччиною, Італією, Швейцарією, Угорщиною, активізувались зв'язки з Францією та Великобританією, а також функціонують 76 регіональних кластерів, які умовно поділяються залежно від їх спеціалізації на 6 категорій: виробничі; технологічні; експортні; освітні; кластери сфери послуг; змішані. У США в рамках кластерів працює більше половини підприємств, а частка ВВП, виробленого в них, перевищила 60%.

В Україні сформовано законодавство, в якому визначено організаційно-правові форми об'єднань підприємств, наявні передумови для формування нових виробничих систем (кластерів) в різних сферах господарської діяльності. Проте процес кластеризації з початку 90-х років ХХ ст. і до тепер у нашій країні реалізується повільно. Зазначене, у першу чергу, спричинено тим, що цьому процесу недостатньо приділяють увагу.

Використовуючи зарубіжний досвід, а також потужний потенціал України, обумовлений її географічно-територіальним розташуванням, виробничими ресурсами, в нашій країні є реальна можливість активно впроваджувати політику кластеризації. Це дасть змогу закласти основу економічного зростання на принципово новій інтелектуальній та матеріально-технічній основі як окремих регіонів, так і економіки України в цілому, а також сприятиме інноваційному розвитку підприємництва.

### **Список використаних джерел**

1. Обсерваторія кластеру: інформаційний ресурс з аналізу кластерів та кластерної політики країн Європи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.clusterobservatory.eu>.

**П'ятницька Г.Т., д-р екон. наук, проф.,**

**Пенюк В.О., асп.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **ПРОБЛЕМИ ДІАГНОСТИКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Розвиток економіки будь-якої країни світу, підвищення конкурентоспроможності її галузей і підприємств у першу чергу пов'язують з людськими ресурсами. У сучасній практиці управління цими ресурсами на підприємстві важливе значення набуло поняття

«кадровий потенціал», яке включає в себе не тільки власне кадри (як частину персоналу підприємства), а й певний рівень спільних можливостей цих кадрів для досягнення поставлених цілей.

Діагностика кадрового потенціалу підприємства та оцінка ефективності його використання набувають особливо високої значущості в умовах загострення конкуренції на ринку. Зазначене пояснюється наявністю прямого взаємозв'язку між ефективністю використання потенціалу (у т.ч. кадрового) і конкурентоспроможністю підприємства, його можливостями у процесі розвитку своїх конкурентних переваг.

У ході дослідження встановлено, що в Україні з початку ринкової перебудови проведення діагностики кадрового потенціалу обмежується досвідом аналізу у ході реструктуризації або приватизації підприємств. При цьому методологія такої діагностики та її методична база недостатньо обґрунтовані; діагностика на діючих підприємствах виконується переважно на основі експертної оцінки за участю експертів, які не мають потрібного досвіду роботи в умовах ринку, орієнтуються не стільки на потреби, пов'язані з реалізацією певної організаційної структури та дотриманням специфіки виробничої/торговельної (або торговельно-виробничої) діяльності конкретного підприємства, скільки на бажання власників. Варто також наголосити на відсутності розуміння у керівників багатьох підприємств необхідності започаткування чіткої періодичності проведення діагностики кадрового потенціалу на різних етапах життєвого циклу підприємства і необґрунтованості її зведення до оцінки персоналу тільки під час відбору та найму.

Підприємства торгівлі, яких за станом 1 січня 2014 р. в Україні було майже 12 тис. одиниць (що на 5,6 % менше, ніж на початок 2013 р.), в останні роки функціонують в умовах жорсткої конкуренції, постійного збільшення кількості та посилення негативного тиску на результати їх діяльності ринкових загроз. Це, зокрема, пов'язано з експансією на роздрібний ринок України іноземних підприємств торгівлі, скороченням обсягів товарообороту, зниженням купівельної спроможності споживачів, що є наслідками економічного спаду, кризовими явищами у фінансово-кредитній сфері, геополітичною нестабільністю.

У I півріччі 2014 р. потреби роботодавців у працівниках для сфер оптової та роздрібної торгівлі (включаючи ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів) для заміщення вільних робочих місць (вакантних посад) становив 6,0 тис. осіб (12,3 % від загального обсягу потреб роботодавців за всіма видами економічної діяльності). При цьому зміна форматів торгівлі останніх років, розвиток торговельних мереж, а також високий рівень невизначеності у зовнішньому середовищі, в якому



мають сьогодні прийматися управлінські рішення, сприяли збереженню високого попиту на кваліфіковані кадри. Зростають вимоги і до робітників (особливо у великих торговельних компаніях, що мають свою особливу корпоративну культуру, стандарти роботи і обслуговування споживачів). Все це обумовлює актуальність та необхідність проведення досліджень, спрямованих на забезпечення правильної організації комплексної діагностики кадрового потенціалу на підприємствах торгівлі.

З метою вирішення вищезазначеного завдання нами було протягом січня–березня 2015 р. проведено вибіркоче опитування менеджерів з управління людськими ресурсами діючих в Україні торговельних та торговельно-виробничих підприємств. За результатами цього опитування, а також за даними, які були отримані нами у ході критичного аналізу наявних дефініцій понять «кадри» та «кадровий потенціал» підприємства, було запропоновано: 1) розуміти під кадрами підприємства торгівлі ту частину його персоналу, до складу якої належать лише кваліфіковані штатні працівники, професійна підготовка та трудовий досвід яких дозволяють виконувати їм покладені на них у межах діяльності цього підприємства функції; 2) у процесі діагностики кадрового потенціалу підприємств торгівлі (особливо великих та середніх) поділяти сукупність їх кадрів на дві групи: управлінські кадри, на яких безпосередньо покладено обов'язки розробки та прийняття стратегічних, тактичних та операційних рішень на підприємстві, та кадри, які прямо або опосередковано задіяні у операційній діяльності підприємства, але не беруть безпосередньої участі в управлінні ним, хоча можуть залучатися до процесу розробки певних управлінських рішень.

**Рязанцева В.В., канд. фіз.-мат. наук, доц.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

## **ОЦІНКА СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ**

Головний зовнішній прояв інформаційного суспільства - це інтенсивне насичення всіх сфер його життєдіяльності інформаційними продуктами та комп'ютерно-телекомунікаційними технологіями. Впровадження та всебічне використання сучасних інформаційних технологій забезпечує інформаційно-аналітичну

підтримку прийняття стратегічних управлінських рішень на всіх рівнях, супроводжує інформаційну підтримку фінансово-економічного розвитку підприємства, створює умови для формування позитивної громадської думки щодо діяльності підприємства, а також послуг, які ним надаються.

Система економічної безпеки кожного підприємства цілком індивідуальна. Її повнота та дієвість залежать від існуючої в державі законодавчої бази, від обсягу матеріально-технічних та фінансових ресурсів, виділених керівниками підприємств, від розуміння кожним з працівників важливості забезпечення безпеки бізнесу, а також від досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств. Надійний захист економічної безпеки підприємства можливий лише при системному підході до її організації. Система економічної безпеки підприємства - це комплекс організаційно-управлінських, режимних, технічних, профілактичних та пропагандистських заходів, спрямованих на кількісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз.

Особливу увагу необхідно приділяти аналізу системи економічної безпеки. Обов'язковим є оперативна оцінка якості роботи, постійна перевірка достовірності вхідної інформації, надійності всіх елементів системи. Економічна безпека - це характеристика, що будується на взаємовідношеннях системи і середовища як зовнішнього, так і внутрішнього. Економічна безпека підприємства повинна оцінюватись з урахуванням умов, обмежень і критеріїв усіх основних учасників його виробничо-економічної діяльності, а саме: держави, підприємств-конкурентів, споживачів. Можна запропонувати наступні кроки на шляху зміцнення економічної безпеки українських підприємств:

- у рамках технологічної безпеки - закриття низькорентабельних і збиткових підприємств; зміна системи оплати праці наукових кадрів; створення нових організаційно-виробничих структур; використання лізингу; активна участь у міжнародних виставках, семінарах;

- у рамках ресурсної безпеки - удосконалювання системи розрахунків; підвищення продуктивності праці; збільшення капіталовкладень у ресурсозбереження;

- у рамках економічної безпеки - застосування принципу дотримання критичних термінів кредитування; створення інформаційного центру та накопичення баз даних для їх подальшого статистичного аналізу, моніторинг інформації про борги підприємства і перекриття каналів її витоку, створення в структурі

інформаційного центру спеціальної групи фінансових аналітиків, що перевіряла б податкові та інші обов'язкові платежі для виявлення можливої переплати і надавала зведення про основні виробничі фонди, що мало використовуються з метою їхнього можливого продажу; використання нових форм партнерських зв'язків;

- у рамках соціальної безпеки - наближення рівня оплати праці до показників розвинутих країн, притягнення робітників до управлінських функцій; підвищення кваліфікації робітників; розвиток соціальної інфраструктури підприємства; підвищення матеріальної відповідальності робітників за результати своєї праці.

В сучасному постіндустріальному світі, в якому основним товаром є інформація, що впливає на прийняття державою тактичних та стратегічних рішень, інформаційна безпека є основою національної безпеки. Для України, яка прагне до Європейського співтовариства, особливо важливим є приведення чинного законодавства до європейських стандартів, що передбачає прийняття нових законів, вдосконалення та доопрацювання чинних законів.

Інформаційна безпека в умовах інформатизації України - це суспільні відносини щодо створення та підтримання інформаційної системи; комплекс організаційних, правових та інженерно-технологічних заходів щодо підтримки, запобігання та подолання природних, техногенних і соціогенних загроз, здатних порушити життєдіяльність конкретної інформаційної системи.

Підтримка інформаційної безпеки - це комплекс організаційних, правових та інженерно-технологічних заходів щодо збереження, охорони та захисту життєво важливих інтересів суб'єктів інформаційної діяльності, у тому числі підприємств.

**Севрук Є.М., асп.,**

*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **СУЧАСНІ АКЦЕНТИ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах посилення ролі підприємницьких структур, як важливої складової економічної системи держави, проблема фінансового забезпечення безперебійного процесу виробництва постає особливо гостро [1]. Сучасна господарська практика потребує прийняття зважених і навіть нетрадиційних рішень, які

базуватимуться на глибокому синтезі досягнень сучасної фінансової теорії та досвіді фінансового управління [2]. Це актуалізує питання управління фінансуванням оборотних активів підприємства, оскільки одним із головних елементів в структурі фінансового механізму розвитку підприємства є фінансові методи, зокрема фінансове забезпечення діяльності підприємства.

Вибір політики фінансування оборотних активів підприємства є невід'ємною складовою системи управління фінансуванням оборотних активів підприємства [3, с.151]. В теорії фінансового менеджменту прийнято застосовувати різноманітні стратегії фінансування поточних активів в залежності від підходу менеджера до обрання відносної величини чистого оборотного капіталу [1]. Відповідно до розрахунків здійсненими за даними Державної служби статистики України [5], коефіцієнт чистих оборотних активів (чистого робочого капіталу) підприємств України в 2013 році має значення 0,14. Таким чином, на підприємствах України здійснюється агресивна політика фінансування оборотних активів. У підприємств занадто висока залежність від короткострокового позикового капіталу, яка загрожує втратою платоспроможності у найближчому періоді [1].

Агресивний підхід до фінансування оборотних активів припускає, що за рахунок власного й довгострокового позикового капіталу фінансуються тільки невелика частка постійної їх частини (не більше половини), в той час як за рахунок короткострокового позикового капіталу – переважна частка постійної та вся змінна частина оборотних активів. Така модель (тип політики) створює проблеми в забезпеченні поточної платоспроможності та фінансової стабільності підприємства. Поряд з цим, вона дозволяє здійснювати операційну діяльність із мінімальною потребою у власному капіталі, відповідно забезпечувати за інших рівних умов найбільш високий рівень його рентабельності [3, с. 155]. Перевагою агресивного підходу є також те, що для фінансування оборотних активів більш вигідно використовувати позикові кошти, відповідно до особливостей законодавства України, а саме використання ефекту «податкового щита». Агресивний тип фінансової політики підприємства є рекомендованим [4, с. 227] у випадку прискореного зростання підприємства та досягнення найбільш високих результатів у фінансовій діяльності незалежно від рівня фінансових ризиків, що її супроводжують.

Отже, більшість підприємств України використовують агресивний підхід до фінансування оборотних активів, він спрямований на отримання прибутку, проте, в довгостроковому періоді такий підхід не може забезпечувати стійке зростання підприємства.

## Список використаних джерел

1. Алфьорова І. Є., Кувічко А. С. Розробка політики фінансування майна за допомогою ефекту фінансового важеля [Електронний ресурс] / І.Є. Алфьорова, А.С. Кувічко // Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua](http://irbis-nbuv.gov.ua)
2. Забара Л.М. Ефективне управління оборотними активами як механізм фінансового оздоровлення підприємства [Електронний ресурс] / Л.М. Забара // Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/NPM/Economics/10\\_10\\_zabara.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NPM/Economics/10_10_zabara.doc.htm)
3. Бланк І.О. Управління активами та капіталом підприємства / І.О. Бланк – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2003. – 448 с.
4. Бланк І.О., Лігоненко Л.О., Гуляєва Н.М. Фінансове забезпечення розвитку підприємств: монографія / І.О. Бланк, Лігоненко Л.О., Гуляєва Н.М. // К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 344 с.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Сичова Н.В., канд. екон. наук, доц.,**  
**Київський національний торговельно-економічний університет**

### МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

**Актуальність дослідження.** Становлення в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки зумовлює необхідність удосконалення соціально-трудових відносин та соціальної сфери підприємства в цілому. Посилення уваги до соціального розвитку підприємства викликане тим, що спостерігається стійке збільшення значення соціальних факторів у підвищенні економічної ефективності його діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем соціального розвитку підприємства присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: Бая С.І. [1], Жуковської В.М. [2], Миколайчук І.П.[3], Пономаренка В.С. [4], Саприкіної М.А. [5] та ін.

Відзначаючи значний внесок науковців у вирішення теоретико-методологічних проблем управління соціальним розвитком підприємства, необхідно зазначити, що у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі відсутній комплексний підхід до дослідження

проблем формування та імплементації механізму управління соціальним розвитком підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз й узагальнення існуючих інтерпретацій сутності соціального розвитку підприємства дозволили трактувати поняття «соціальний розвиток підприємства» як прогресивні кількісні, якісні і структурні організаційні зміни, що спрямовані на вдосконалення соціального середовища підприємства і сфери соціальних взаємовідносин із зацікавленими в діяльності підприємства групами – власниками, персоналом, споживачами, громадськістю, бізнес-партнерами на засадах соціального партнерства і партисипативного підходу в управлінні.

Аналіз визначень поняття «механізм» і його похідних дозволяє зробити висновок, що відсутнє визначення поняття «механізм управління соціальним розвитком підприємства», хоча в наукових працях можна зустріти характеристику окремих інструментів та елементів управління соціальним розвитком як відповідні механізми: наприклад, соціальне планування, соціальний пакет, корпоративна соціальна відповідальність, соціальний аудит тощо.

Систематизація існуючих думок щодо сутності та змісту механізму управління соціальним розвитком підприємства, дозволила дійти висновку що «механізм управління соціальним розвитком підприємства» являє собою сукупність взаємопов'язаних дій та інструментів, що забезпечують можливість прийняття та реалізації управлінських рішень щодо управління соціальним розвитком підприємства. Дане визначення дає можливість виділити наступні складові елементи механізму управління соціальним розвитком: мета, завдання, принципи, напрями, методи, інструменти, органи управління та результати.

Щодо ключових факторів, які забезпечують імплементацію механізму управління соціальним розвитком підприємства торгівлі, то до них слід віднести наступні фактори: дієвий механізм мотивації праці персоналу; соціально-психологічний клімат в колективі; управління кар'єрою; покращення умов праці персоналу підприємства тобто належне матеріально-технічне забезпечення засобами виробництва та інвентарем тощо.

**Висновок.** Таким чином, завдання соціального розвитку підприємства потребують системного і цільового підходів до його управління і відповідно розробки і впровадження механізму управління соціальним розвитком.

## Список використаних джерел

1. Бай С.І. Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність: [монографія] / С.І. Бай; Київський національний торговельно-економічний ун-т. – К., Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2009. – 280с.
2. Zhukovska V. M., Mykolaichuk I. P. Evaluation of the social partners of trade // Bulletin of Kyiv National Trade and Economic University. - № 6. – 2013. – P. 96 – 106.
3. Миколайчук І.П. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку соціальної відповідальності малого бізнесу // Науковий Вісник Херсонського державного університету: Сер.: Економічні науки. – 2014. – Вип. 2, Ч.3. – С. 36–40.
4. Стратегічне управління організаційними перетвореннями на підприємствах: наукове видання / за ред. Пономаренко В.С. Харків.: Вид. ХНЕУ, 2005. — 452 с.
5. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник / Саприкіна М. А., Саєнсус М. А., Зінченко А. Г., Ляшенко О. М., Місько Г. А. (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О. С.). – К.: вид-во «Фабований лист», 2011. – 480с.

**Сіташ Т.Д., канд. екон. наук, старш. викл.,  
Маршук Л.М., магістр, асист.,  
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

## РЕАЛІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасний стан українських підприємств свідчить, що процес розвитку виробництва в Україні натрапляє на ряд істотних перешкод. Адже реформи, що проводяться, не завжди відповідають рівневі розвитку підприємництва, а недосконалість його інституційного середовища призводить до обмеження свободи підприємницької діяльності.

В умовах глобальних змін в економіці держави, появи нових господарських структур різних форм власності та розширення меж ринку в контексті економічних зв'язків важливе місце посідають питання раціонального та ефективного ведення підприємництва, виявлення факторів, що мають негативний вплив на його діяльність.

Розширення структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг, створення ефективного конкурентного середовища,

стимулювання інноваційного розвитку, відродження підприємницької ініціативи населення, створення додаткових робочих місць та підвищення гнучкості зайнятості, зміцнення регіональних економік – далеко не всі, але дуже важливі завдання, що стоять перед вітчизняним підприємництвом. При цьому невід’ємними складовими сучасного підприємництва є малий та середній бізнес, на який покладаються функції прискорення структурної перебудови економіки, підвищення організаційної ефективності використання ресурсів. За умови виваженої державної політики вітчизняний малий та середній бізнес здатний сприяти становленню України як економічно розвиненої держави.

До основних причин гальмування розвитку підприємництва в Україні відносимо:

- неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
- високі податки, що змушує деяких суб’єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;
- недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності та обмеженість інформаційного й консультативного забезпечення.

На основі вищезазначеного пропонуємо деякі напрями щодо прискорення розвитку підприємництва в Україні, а саме:

- подальше удосконалення законодавчої та нормативної бази щодо створення сприятливих умов для розвитку вітчизняного підприємництва;
- удосконалення кредитної політики, організація державних кредитних установ з метою пільгового кредитування суб’єктів підприємницької діяльності;
- посилення державної підтримки суб’єктів малого та середнього підприємництва;
- удосконалення податкової політики, стосовно функціонування спрощеної системи оподаткування;



– стимулювання розвитку підприємництва у галузях, що забезпечують найвищу ефективність суспільного виробництва та його конкурентоспроможність завдяки використанню науково-технічного прогресу, ресурсозберігаючих технологій, випуску принципово нових видів продукції;

– формування потужного внутрішнього сукупного попиту на вітчизняну продукцію;

– орієнтація на експорт, що вимагає створення наукомістких робочих місць з метою використання інтелектуального потенціалу у виготовлення високоякісної продукції.

Таким чином, можна констатувати, що розробка ефективної та якісної моделі розвитку підприємництва в Україні сприятиме економічному зростанню та поліпшенню рівня життя населення.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 10 червня 2012 року № 2157 – 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakonz.rada.gov.ua/laws/show/2157\\_14](http://zakonz.rada.gov.ua/laws/show/2157_14)
2. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. – 2013. – №1(26). – С.16-18.

**Скубак Ю.А., асп.,**  
*Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку та торгівлі України*

### **СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Для поліпшення економічної ситуації вкрай необхідним є пошук альтернативних джерел залучення інвестицій в економіку України. Враховуючи важку політичну, економічну та соціальну ситуацію в країні, стає зрозумілим неможливість держави надати посильну підтримку вітчизняному виробнику. У зв'язку з цим, важливим напрямком є створення умов до залучення іноземних інвестицій. Але при цьому слід враховувати різні джерела інвестиційного

забезпечення. У зв'язку з цим, постає питання тлумачення терміну «інвестиційне забезпечення», яке відбивало би його сутність.

Вітчизняні науковці термін «інвестиційне забезпечення» трактують по-різному. Шевцова Я.А. розуміє поняття «інвестиційне забезпечення» як систему заходів щодо концентрації та реалізації інвестицій, вибору раціональних методів управління у сфері інвестування [1]. Даний системний підхід до надання визначення є прийнятним, але він є неповним.

Параконний С.В. під терміном «інвестиційне забезпечення» розуміє всі види майнових і інтелектуальних цінностей, що вкладаються в підприємницьку та інші види діяльності, в результаті якої створюється дохід або досягається соціальний ефект [2]. Надане визначення повністю дублює визначення «інвестиції» в Законі України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-ХІІ. На наш погляд, дані два поняття не можна робити тотожними, хоча дане визначення і відображає значення інвестиційного забезпечення і його структуру.

Капітанець Ю.О. розглядає даний термін як фінансове забезпечення та пропонує трактувати зміст цього поняття більш широко – як сукупність умов, ресурсів і заходів, необхідних для здійснення інвестиційного процесу [3]. Суттєво розширив дане визначення Калашніков А.О., визначивши інвестиційне забезпечення як сукупність різноманітних умов, ресурсів, економічних механізмів, важелів і заходів, які забезпечать заданий перебіг інвестиційних процесів та у довготривалій перспективі призведуть до зміни кількісних і структурних характеристик підприємства, та його переходу у новий якісний стан [4].

Інший підхід трактування запропоновано Бутенко А.І. На його погляд, інвестиційне забезпечення підприємства потрібно розглядати як процес реалізації заходів щодо створення сукупності організаційно-економічних умов для здійснення інвестиційної діяльності, формування та використання інвестиційних ресурсів та оцінювання рівня інвестиційного забезпечення з метою обґрунтування доцільності реалізації інвестиційного рішення [5].

Узагальнюючи вищевикладене, зазначимо, що деякі науковці вбачають в інвестиційному забезпеченні «систему», інші розглядають його як фінансовий інструмент, а треті вбачають в визначенні даного поняття «процес». Все це засвідчує наявність різноманітних точок зору відносно одного й того ж поняття, між якими між тим існує щільний зв'язок. На наша думку, інвестиційне забезпечення слід

розглядати, як сукупність заходів і ресурсів, спрямованих на здійснення інвестиційного процесу з метою отримання очікуваного ефекту.

### **Список використаних джерел**

1. Шевцова Я.А. Інвестиційне забезпечення діяльності підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля. – Луганськ, 2003. – 20 с.
2. Параконний С.В. Напрями інвестиційного забезпечення розвитку економічного потенціалу підприємства / С.В. Параконний, Л.В. Войшвілло, І.В. Шпанковський // Вісн. Східноукраїн. нац. ун-ту ім. Володимира Даля: наук. журнал. – № 11 (153). – Ч. 1. – 2011.
3. Капітанець Ю.О. Інвестиційне забезпечення фермерських господарств. / Ю.О. Капітанець // Інноваційна економіка. – № 5. – 2010. – С. 141-144.
4. Калашніков А.О. Теоретичні підходи до трактування інвестиційного забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств / А.О. Калашніков // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. - № 8. - 2013. - С. 222-227.
5. Бутенко А.І. Ключові аспекти інвестиційного забезпечення підприємства / А.І. Бутенко, А.А. Дискіна // Економіка: реалії часу. – 1(6). – 2013. – С. 101-106.

**Сметанко О.В., канд. екон. наук, доц., докторант,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім.  
Вадима Гетьмана»**

### **ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ПРОЦЕСУ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА РЕАГУВАННЯ НА РИЗИКИ ШАХРАЙСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНИМ ТОВАРИСТВОМ**

Визначення ознак шахрайства внутрішніми аудиторами є перманентним процесом, який може бути ефективно реалізований лише за умов запровадження в систему раннього попередження шахрайства ключових індикативних показників діяльності товариства.

З метою нівелювання ризику шахрайства розроблено алгоритм процесу ідентифікації та реагування на ризики, що дозволяє внутрішнім аудиторам побудувати ефективну систему моніторингу шахрайства та його профілактики (рис. 1).

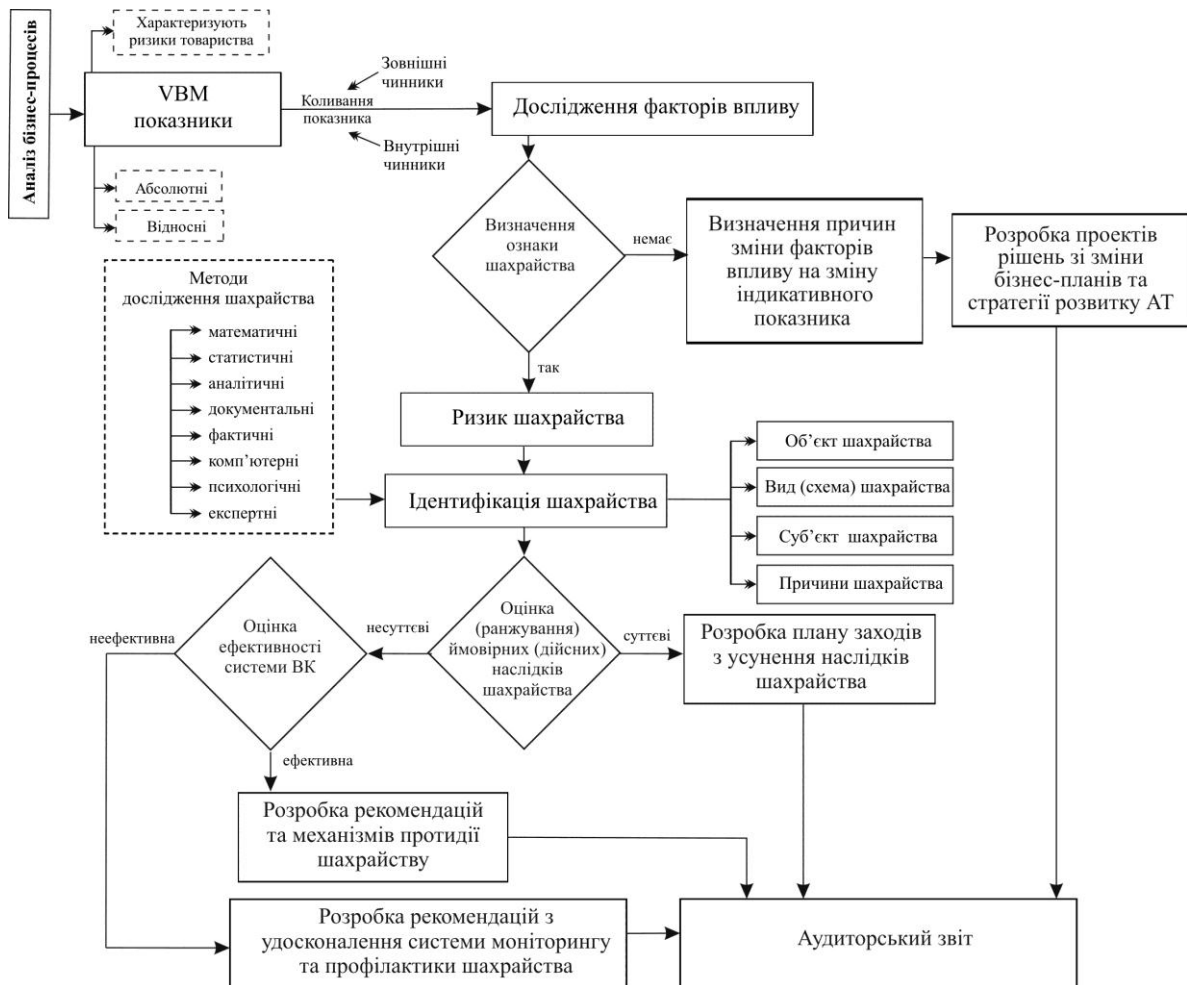


Рис. 1. Алгоритм процесу внутрішнього аудиту ідентифікації та реагування на ризики шахрайства в системі управління акціонерним товариством

В основі запропонованого алгоритму процесу ідентифікації ознак шахрайства поряд з показниками вартісно-орієнтованої системи управління акціонерним товариством ключовим елементом процесу ідентифікації виступають методи дослідження шахрайства, а саме:

- 1) математичні методи – спрямовані на кількісну оцінку ризиків;
- 2) статистичні методи – дозволяють через використання методів проєкції, порівняння, прогнозу проєктувати вірогідність здійснення шахрайських схем в акціонерному товаристві з урахуванням особливостей його діяльності;

3) аналітичні методи – використовуються у процесі аналізу (аналіз динаміки, факторний, порівняльний аналіз) відхилення VBM-показників від еталонних показників;

4) документальні методи – застосовуються у процесі отримання аудиторських доказів фактів шахрайства з акціонерним капіталом товариства;

5) методи контролю – дозволяють дослідити факти шахрайства, пов'язаного з формуванням та використанням акціонерного капіталу товариства;

6) комп'ютерні методи – спрямовані на ідентифікацію нетипових операцій у комп'ютерному середовищі;

6) психологічні методи – спрямовані на визначення причини (природу) виникнення шахрайства в системі корпоративного управління товариством;

7) експертні (неформальні) методи – застосовуються внутрішніми аудиторами у процесі отримання інформації про факти шахрайства від агентів загроз через: анонімні доноси; стимулювання працівників, які активно співпрацюють з працівниками СВА; промисловий шпіонаж з боку робітників; агентурна розвідка.

Виділені методи залежно від завдань, які вирішуються внутрішніми аудиторами, дозволяють ідентифікувати та дослідити причини виникнення шахрайства в системі корпоративного управління товариством.

### **Список використаних джерел**

1. Гусев И. Ю. Методы, с помощью которых аудиторы выявляют мошенничество внутри компании [Электронный ресурс] / И. Ю. Гусев // Российский налоговый курьер. – 2012. – № 21. – Режим доступа : <http://alt-x-narod.ru/13audit/1212mvk.htm>
2. Ковтун Н. В. Методи індикативної оцінки можливого шахрайства у фінансовій сфері / Н. В. Ковтун // Вісник Київського нац. університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – Випуск 123. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. – С. 11–15.

Совершенна І.О., канд. техн. наук, доц.,

Волошин Д.С., студ.,

Київський національний торговельно-економічний університет

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В УКРАЇНІ

Проблема розвитку малого бізнесу є ключовою проблемою розвитку економіки. Малий бізнес грає велику роль у формуванні усіх ринків, виконує ряд важливих соціально-економічних завдань, таких як створення нових робочих місць, підвищення конкуренції, призводить до зменшення рівня безробіття та цін, кращого задоволення потреб споживачів, підвищення рівня і якості життя населення.

Проблема створення і функціонування бізнес-інкубаторів для підтримки малого бізнесу є на сьогоднішній день є доволі актуальною і знайшла своє відображення у працях сучасних науковців [1–5]. Слід відмітити, що цією проблематикою у країнах Західної Європи та США науковці займаються вже протягом 50–60 років, натомість в Україні це питання все ще знаходиться у початковій стадії розвитку.

*Бізнес-інкубатор* - організаційна форма взаємодії науки і підприємництва, складний багатофункціональний комплекс, елемент інноваційної інфраструктури, який забезпечує сприятливі умови для ефективної діяльності новостворених малих інноваційних фірм [1].

Перші бізнес-інкубатори як місця для вирощування малих підприємств з'явилися наприкінці 50-х років ХХ ст. у США.

До *функціональних завдань* бізнес-інкубаторів у сфері надання послуг суб'єктам малого підприємництва відносяться: консалтингові послуги; надання офісних приміщень; допомога у складанні бізнес-планів і в пошуку джерел фінансування; підтримка проекту на початкових стадіях; аналіз ринку та конкурентів; прокат наукового і технологічного устаткування; технічно-адміністративне обслуговування (пошта, Інтернет, телефон, факс, тощо); інформаційне та рекламне забезпечення; юридичні та бухгалтерські послуги; послуги у сфері оцінки бізнесу та науково-технічні послуги [1, 2].

Ефективність діяльності бізнес-інкубаторів пов'язана з організаційними і економічними чинниками. Їх розвиток не завжди потребує бюджетних вливань і може здійснюватися за рахунок спонсорства або самофінансування. Їх здатність самоокупуватись складає 10 - 60% [5].

Сьогодні у світі налічується більше 4000 офіційно зареєстрованих бізнес-інкубаторів. Найбільше їх в США – від 850 до 1100. В західній Європі – 800. В Україні їх трохи більше 20. Однак, лише близько 10-ти з них реально працюють. Зокрема: Білоцерківський, Славутицькій, Тернопільський, Львівський, Івано-Франківський, Донецький, Харківський інкубатори [3,4].

Джерелами створення українських бізнес-інкубаторів найчастіше були кошти міжнародних фондів та грантових програм і невеликою мірою — кошти місцевих адміністрацій та спонсорів. Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено Українську асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів (УАБІЦ).

Серед тих, хто скористався підтримкою бізнес-інкубаторів, як правило, стають успішними понад 85% учасників. Діяльність близько 90% фірм, що розміщені в бізнес-інкубаторах, пов'язана з використанням високих технологій та інновацій. Досить великого розповсюдження сьогодні набули віртуальні (ІТ) бізнес-інкубатори.

В Україні перший бізнес-інкубатор повного циклу з'явився в 2012 році. Загалом в Україні активно працюють із стартапами 7 інкубаторів і один венчурний фонд. Позитивними прикладами ІТ бізнес-інкубаторів в Україні на сьогодні є: EastLabs (створений у 2012 році), iHUB (2013), Happy Farm (2012), GrowthUp (2010), WannaBiz (2012), Voomy ІТ-парк (2013), і Polyteco (2013) [2, 4].

Бізнес-інкубатори відіграють важливу роль в зміцненні економіки України, підвищенні рівня її інвестиційної привабливості. Вони є ефективною формою організаційної підтримки малих підприємств, фундаментом їх виживання та успішної діяльності в майбутньому.

Разом з тим, у функціонуванні бізнес-інкубаторів в Україні є низка *проблем*, таких як: недосконалість організаційно-правової бази; правова невизначеність статусу бізнес-інкубаторів; недостатня фінансова підтримка держави; відсутність системи підготовки кадрів.

Шляхами розвитку бізнес-інкубаторів в Україні є: розробка законодавства, яке б чітко регулювало діяльність бізнес-інкубаторів; проведення їх сертифікації, забезпечення фінансової підтримки з боку держави та приватних інвесторів. Необхідно створювати бізнес-інкубатори на базі ВНЗ для навчання студентів основам бізнесу: написанню бізнес-планів, обґрунтуванню бізнес-ідей тощо. Крім того, бізнес-інкубатори можуть допомогти вирішити проблему забезпечення зайнятості переселенців та виходу країни із економічної кризи.

## Список використаних джерел

1. Андреев В.О. та ін. Результати програми розвитку бізнес-інкубаторів в Україні / Розвиток науково-технологічних парків та інноваційних структур інших типів: Україна і світовий досвід: Матеріали I міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 3-5.11.2008). Львів. – ЛьВЦНТЕІ. – 2008 – с.41-46.
2. Васильєва Л.М. Бізнес-інкубатори як частина інфраструктури підтримки малого підприємництва/ Л.М. Васильєва. - Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - 2010. - №1. - с.50-54
3. Гаташ В. Бізнес-інкубатор для маленьких і середніх інноваційних фірм /В.Гаташ. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.zn.kiev.ua>
4. Матвійчик-Соскіна Н. Практика діяльності бізнес-інкубаторів на базі інформаційних технологій: досвід європейських країн/ Н.Матвійчик-Соскіна. - Шляхи впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в українських містах / За загальною ред. О. І. Соскіна. - К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства». - 2008.- 64с.
5. Микитюк О.П. Бізнес-інкубатори в системі фінансової підтримки малого підприємництва/ О.П. Микитюк. - Світ фінансів. - 2009. - №2 (3). - с.160-164.

**Старолатка Л.А., асп.,**

*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СТАНОВЛЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Однією з найважливіших проблем національної економіки України є підвищення конкурентоспроможності промисловості на основі інноваційної моделі розвитку. Світовий досвід показує, що найефективнішими інституціями інноваційної системи, здатними швидко реагувати на потреби економіки, є малі підприємства, оскільки саме вони переважають у створенні науково-дослідних та передових технологій та мають великі можливості глибшої спеціалізації з пошуку та розробки нових технологічних ідей [1, 2].



МП виступають «ринковим генератором» інноваційних ідей оскільки вони відрізняються серед інших підприємницьких структур високою гнучкістю і оперативністю в ухваленні рішень, сприйнятливістю до нововведень, швидкою адаптацією до зовнішніх змін, швидкою оборотністю засобів і невеликими витратами з управління. В інноваційній діяльності вони, як правило, не вимагають значних інвестицій і залучення істотних ресурсів.

Згідно зі статистичними даними розвинених країн, МП демонструє виключно високу новаторську активність і є незамінним компонентом національних інноваційних систем, що виконує функції на початкових стадіях інноваційного циклу. Воно відіграє роль середовища виникнення великих корпорацій (наприклад, «Вольво», «Майкрософт»). [1]

МП завойовує ключові позиції на ринку споживчих товарів за рахунок використання притаманної йому прикладної інноваційності, невеликих обсягів виробництва та близькості до споживача. Саме ці особливості надають можливість МП швидко реагувати на зміни нюансів попиту окремих індивідуальних споживачів, модифікуючи власну продукцію, що є неможливим для відносно інерційних великих компаній. За статистикою, обсяги виробництва індивідуалізованої продукції, що виготовляється в кількості від 50 до 300 виробів, у США, країнах Західної Європи та Японії, складають близько 80 % [3].

МП сприяє розвитку конкуренції і забезпеченню зайнятості населення, підвищує його ділову активність; сприяє розвитку людського капіталу; формує підприємницький клімат в економіці та середній клас в суспільстві; є джерелом інновацій та модернізації багатьох сфер економіки, надходжень до державного бюджету; позитивно впливає на структуру та якісну характеристику ВВП; відіграє роль «експериментатора», реалізуючи можливості щодо нових форм ведення бізнесу та його експансії на нові ринки тощо. Представникам МП більше, ніж іншим суб'єктам підприємницької діяльності, притаманна схильність до інноваційної активності [1].

Узагальнюючи вищесказане, можемо констатувати важливу роль МП у становленні інноваційної моделі економіки України. В умовах стійкої ринкової конкуренції інноваційна діяльність МП є одним з головних факторів економічного зростання, оскільки на основі використання новітніх наукових і технічних досягнень забезпечується стійкий економічний і соціальний розвиток країни. Радикальна зміна державної інноваційної політики у напрямі максимального сприяння розвитку локомотивних галузей української

економіки, зокрема МП, створить умови для розвитку власне МП та кардинально змінить підприємницький клімат в країні [1, 2].

Першочергові кроки державної політики щодо ефективного використання інноваційного потенціалу МП мають бути направлені на створення умов, які б сприяли становленню МП; формування політики, яка б переорієнтувала традиційне на інноваційне високотехнологічне виробництво; розроблення декількох сценаріїв розвитку МП на рівні країни, регіону; створення мережі місцевих центрів інформаційної підтримки МП; формування електронної біржі інновацій [4]. Отже, урядові структури України повинні провадити цілеспрямовану державну політику в сфері підтримки МП, яка враховує галузеві та регіональні особливості його розвитку.

### **Список використаних джерел**

1. Зянько В.В. Особливості інноваційної діяльності малих підприємств у перехідній економіці / В.В. Зянько, С.В. Крива // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. - №5. – с.48-52
2. Зянько В.В. Значення малого інноваційного підприємництва в сучасній економіці/ В.В. Зянько, С.В. Крива // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2010. - №6. – с.26-29
3. Варналій З. С. Державна регуляторна політика у сфері малого підприємництва / З. С. Варналій, І.С. Кузнецова // К. : Ін-т екон. прогнозів. — 2002. — 104 с.
4. Лазарева Є.В. Оцінка інноваційного потенціалу малого підприємництва регіонів українського причорномор'я / Є.В. Лазарева, А. І. Бутенко // Економіка: реалії часу. – 2012. - №3-4. – с.191-196

**Стасюк Л.Л., канд. екон. наук, доц., докторант,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

### **ПІДПРИЄМНИЦЬКІ РИЗИКИ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ**

Цінність підприємства торгівлі з позиції власників характеризується спроможністю забезпечувати приріст власного капіталу, його рентабельності та ринкової вартості тривалий період завдяки ефективній реалізації функцій діяльності в межах кожного

бізнес-процесу. В сучасних умовах господарювання акценти управління формуванням цінності з забезпечення зростання названих параметрів підприємства, як об'єкта інвестування зміщуються на збереження їх значень (чи мінімізацію (недопущення) подальшого скорочення). Чільне місце в системі формування цінності підприємства в кризових умовах господарювання, які в першу чергу продукуються факторами зовнішнього середовища, відводиться підприємницьким ризикам. Балансування переважної більшості підприємств торгівлі між зонами допустимого ризику та кризи, недопущення їх переходу до зони катастрофи, що передбачає можливі втрати, які за масштабами відповідають реальній вартості підприємства, вимагає суттєвого удосконалення управління підприємницькими ризиками в системі формування цінності таких суб'єктів господарювання.

Основними складовими підприємницького ризику в торгівлі є операційні, фінансові та інвестиційні ризики.

Операційний ризик підприємства торгівлі визначається особливостями здійснення його основної діяльності. Його рівень формується як наслідок негативного впливу:

- розірвання наявних договорів на поставку товарів (робіт, послуг), неможливості їх пролонгації, відсутності можливостей укладення нових договорів з постачальниками товарів. В сучасних умовах господарювання причинами таких ситуацій можуть бути політичні події, втрата цінності підприємства торгівлі для конкретного постачальника товарів як наслідок недобросовісного виконання зобов'язань чи низької ефективності і порівняно незначних обсягів поставок, банкрутство постачальника та ін.;

- скорочення купівельноспроможного попиту, що є наслідком зростання рівнів інфляції та безробіття при «заморожуванні» обсягів мінімальної заробітної плати. Серед основних чинників прискорення інфляційних процесів в Україні у 2015 р. виділяють [1]: девальваційні процеси, які відбувалися у 2014р. році та впливатимуть на рівень цін з часовим лагом; збільшення рівня адміністративно регульованих цін на природний газ та послуги ЖКГ;

- невчасного надходження товарів від постачальників, надходження товарів неналежної якості та кількості;

- невчасного погашення дебіторської заборгованості покупцями (в першу чергу це стосується підприємств оптової торгівлі);

- некоректного визначення цін на товари, які реалізуються підприємством торгівлі. Зниження та завищення цін може стати причиною недотримання виручки та операційного прибутку. Якщо

завищення цін відбувається в результаті змови між окремими підприємствами торгівлі, то це тягне за собою значні штрафні санкції. Так, у квітні 2015 р. на великі вітчизняні торговельні мережі Антимонопольним комітетом України накладено штраф за картельну змову [2]. Крім втрати частини чистого прибутку, це негативно позначається на іміджі таких підприємств.

Важливими складовими фінансового ризику з позицій підприємства торгівлі є кредитний та валютний ризику. В умовах фінансової кризи можливості підприємств щодо отримання кредитних ресурсів суттєво скорочуються, вартість їх залучення зростає. У 2015р. НБУ підвищено облікову ставку з 14,0% до 19,5% річних та проведено відповідне коригування ставок за активними та пасивними операціями[3]. Відповідно, це є одним з вагомих чинників потенційного скорочення боргових грошових потоків підприємств торгівлі, зростання вартості капіталу та нормативного значення мінімального рівня рентабельності інвестованого капіталу.

Валютні ризику пов'язані з можливими втратами підприємств торгівлі в наслідок зміни валютних курсів при здійсненні імпорتنих та кредитних операцій. Враховуючи значну частку в товарообороті вітчизняних підприємств торгівлі імпорتنих товарів, скорочення обсягів діяльності вітчизняних підприємств реального сектору економіки, подальша девальвація національної валюти буде негативно позначатися на їх можливостях формувати цінність для власників засобом збільшення обсягів власного капіталу та його рентабельності, чистих грошових потоків.

Прогноз Міністерства фінансів України щодо зниження у 2015р. ВВП на 5,5% при інфляції 30% не спонукає до активізації інвестування. В зв'язку з чим більшість підприємств торгівлі не реалізують суттєвих інвестиційних проєктів, забезпечуючи тим самим мінімізацію інвестиційних ризиків. З позицій характеристики підприємства торгівлі як об'єкта інвестування, зниженню інвестиційних ризиків сприятиме забезпечення ефективності здійснення його операційної та фінансової діяльності.

Названі основні групи підприємницьких ризиків та екзогенні фактори, які їх визначають негативно впливають на процес формування цінності підприємства торгівлі для всіх стейкхолдерів. При високому рівні флуктуації факторів зовнішнього середовища знижується якість менеджменту підприємства, загострюються проблеми забезпечення ефективності асортиментного портфеля та платоспроможності у довгостроковому і короткостроковому періодах.

Збереження цінності підприємства торгівлі для сейкхолдерів забезпечується тими суб'єктами господарювання, на яких найбільш ефективно діє служба ризик-менеджменту, порівняно високий фінансовий потенціал та дієва система контролю ефективності ключових бізнес-процесів.

### **Список використаних джерел**

1. Щодо тенденцій розвитку економіки України у 2014-2015рр. Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень При президентові України. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1635>.
2. АМКУ оштрафував торговельні мережі за картельну змову на 203 мільйони // Економічна правда. - Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2015/04/29/540688>.
3. Офіційний сайт Національного банку України. - Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

**Стояненко І. В., канд. екон. наук, доц.,**  
*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ РЕАЛІЇ**

В останні роки значною мірою посилюється роль знань у створенні товарів і послуг, підвищенні продуктивності виробництва, формуванні конкурентних переваг підприємства. Зростаючий вплив знань у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств зумовлює необхідність пошуку методів управлінського впливу на знання як ресурс з метою їх перетворення на нематеріальні активи. Особливо це стосується підприємств, де основним стратегічним активом є залучення і використання інтелектуальних ресурсів.

Специфічність знаньєвих ресурсів зумовлює необхідність пошуку методів і форм їх планування, обліку та аналізу, мотиваційних механізмів створення і поширення на підприємстві. Лише близько п'яти років тому цей напрямок менеджменту підприємства управлінцями передових українських компаній вперше був названий терміном, який

вже не один десяток років використовується за кордоном, - «управління знаннями» (knowledge management).

Управління знаннями охоплює широке коло напрямків діяльності, пов'язаних водночас як і з мудрістю чи розумом окремих осіб, так і з різноманітною інформацією, яку ми використовуємо у нашій діяльності.

На нашу думку, управління знаннями підприємства – одна з складових економічного управління підприємства, що представляє собою цілеспрямований та систематичний процес збирання, організації, дифузії, застосування і експлуатації знань, накопичених трудовим колективом підприємства, з метою забезпечення розвитку останнього та задоволення інтересів власників.

Сьогодні підприємства, які використовують технології з управління знаннями, все частіше стають лідерами у своїх ринкових сегментах. Згідно дослідження, проведеного компаніями Conference Board та Pricewater house Coopers, що охопило 158 корпорацій, 80% компаній вже ввели систему управління знаннями, 25% мають посаду менеджера з управління знаннями, 53% мають спеціальний апарат та структуру, 46% компаній мають навіть спеціальний бюджет, 6% використовують загально корпоративні програми, 60% збираються це зробити протягом найближчих 5 років. За даними Meta Group, більше 75% із 2000 найбільших компаній світу вже застосовують методи та технологій управління знаннями [1, с.71]. При цьому головним для підприємства є не наявність у персоналу знань, як таких, а людська здатність щось робити з цими знаннями.

Під час опитування 1000 американських підприємців, проведеного журналом «Fortune», 90% респондентів засвідчили, що на їхніх підприємствах виявлялися ініціативи, пов'язані з управлінням знаннями. З метою реалізації таких ініціатив були створені групи, основне завдання яких полягало в управлінні знаннями на підприємстві. Створюються також міжнародні товариства, що мають на меті просування найкращого досвіду у сфері управління знаннями, наприклад, американське «Knowledge Management» або голландське «Kenniscentrum CIBIT» [2].

За результатами дослідження К.М. Уорлда, керівники фірм, серед яких 32% вже мають діючі системи управління знаннями, а 23% працюють над їх створенням, визнали, що впровадження даної системи вимагає істотних модифікацій, існує серйозна проблема з дистрибуцією знань всередині організації, а управління знаннями само по собі є проблемою [3].

Таким чином, сьогодні, як і раніше, знання залишаються основою всіх соціально-економічних процесів. Проте якщо спочатку процес передачі знань був частиною освітніх установ, то в сучасному світі знання набули ознак товару. Відтак, виникає гостра необхідність розробки систем управління знаннями на підприємствах. Фірми, що застосовують управління знаннями, все частіше виграють на ринку в порівнянні з компаніями, що використовують звичайний збір і нагромадження інформації. Наявність та реалізація на підприємстві, такої складової менеджменту, як управління знаннями, допомагає вивести підприємство на новий, якісний рівень ведення бізнесу та забезпечити набуття стійких конкурентних переваг як в поточному періоді, так і на майбутнє.

### **Список використаних джерел**

1. Мильнер Б.З. Концепция управления знаниями в современных организациях // Российский журнал менеджмента. - 2011. - № 1. - С.57-76.
2. Рейтинг «Лучшие обучающие компании Украины» // [Електронний ресурс] // Деловой журнал «Обучение персонала». – 2012. – №10. - Режим доступу: [http://hrmagazine.com.ua/Luchshie\\_obuchayuschie\\_kompanii](http://hrmagazine.com.ua/Luchshie_obuchayuschie_kompanii)
3. Белік Л.В. Інноваційні технології управління людськими ресурсами // [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum./VSUNU/2012\\_14\\_1/Belik.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum./VSUNU/2012_14_1/Belik.pdf)

**Тимцуник В.І., д-р наук з державного управління, проф.,**

**Драчук А.І., студ.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **ДЕРЖАВНА ДОПОМОГА ПІДПРИЄМНИЦТВУ: ДОСВІД ЛИТВИ**

Одним із зобов'язань України, взятих при підписанні Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, є введення системи контролю за наданням державної допомоги. Введення системи контролю за наданням державної допомоги унеможливує застосування вибіркового заходів державної підтримки для окремих підприємств, підвищує конкуренцію і усуває обмеження для розвитку економіки.

Першим кроком на цьому шляху стало прийняття 1 липня 2014р. закону «*Про державну допомогу суб'єктам господарювання*», яким встановлюється механізм і правові рамки контролю за державною допомогою [1].

Подібний шлях в минулому десятилітті пройшли всі нові держави-члени ЄС, а тому їхній досвід є показовим для України.

Литва стала першою Радянською Республікою, яка проголосила 11 березня 1990 р. про відновлення незалежності. З того моменту Литовська Республіка почала формувати заново незалежні гілки влади, соціальну і політичну систему країни. 1 травня 2004 р. Литва стала повноцінним членом ЄС [2].

Сьогодні Литва входить у першу трійку країн ЄС за легкістю ведення бізнесу. Результати досліджень громадської думки за 2014 рік бюро статистики Європейської комісії Eurobarometer показали, що жителі Литви позитивно оцінюють членство своєї країни в ЄС і громадянами ЄС відчувають себе 64% населення. Цей показник збігається з загальноєвропейським [3].

У 2014 р. столиця Литви увійшла в ТОП-5 європейських столиць з найнижчою вартістю життя, а в 2015 р. Литва стала 19-м членом зони євро [3].

Оподаткування компаній в Литві не є жорстким, залежить від діяльності компанії і дозволяє підприємцям отримувати чималий прибуток. Підприємці платять тільки ті податки, які залежать від виду бізнесу. Податкові звіти не є важкими, а ціни на бухгалтерське обслуговування компанії варіюються від 100 € до 500 € [4].

За законами Литви, новостворена компанія може перебувати в «сплячому» періоді підготовки до роботи до 12 місяців, потім дохід компанії на місяць повинен бути не менше ніж 100 € [4]. У вільних економічних зонах Литви підприємства звільняються від сплати корпоративного податку протягом перших 6 років ведення бізнесу і отримують пільгу в розмірі 50% цього податку протягом наступних 10 років [4].

Вимоги до Литви з контролю за державною допомогою були закріплені ще в 1990-х роках в Білій книзі з внутрішнього ринку та в статтях 33 - 37 Угоди про вільну торгівлю [5].

У 1995 році Литва і ЄС уклали Європейську Угоду, яка набрала чинності 1 лютого 1998 р. Дана Європейська Угода розширила зміст попередньої Угоди про вільну торгівлю між Литвою та ЄС, а саме, статтею 64. Ця стаття передбачала необхідність оцінки державної допомоги на основі правил, що діють в ЄС. Настанови щодо врегулювання питань надання державної допомоги були закріплені в



Правилах застосування положень про державну допомогу, передбачених статтею 64 [6].

У 1996 р. в Литві вперше була створена і почала діяти *система моніторингу за державною допомогою* разом з *Офісом з конкуренції та захисту прав споживачів* (пізніше *Рада з конкуренції*). Офіс розробив процедуру імплементації моніторингу державної допомоги та посилив контроль за її наданням [5,6]. У 1999 р. Рада з конкуренції розробила проект Закону про державну допомогу, який було прийнято у 2000 р. Завдяки цьому, *Рада з конкуренції* набула статусу органу, відповідального за моніторинг державної допомоги [5]. Після вступу Литви до ЄС зазначений закон втратив чинність. У Євросоюзі державна допомога контролюється Європейською комісією.

Досвід Литви показує, що держава може діяти, розширюючи свої зобов'язання, передбачені Угодою про асоціацію. Литва застосувала максималістський підхід до створення системи моніторингу та контролю за державною допомогою, ввела не перехідну, а по суті відразу європейську модель контролю, показуючи наміри якнайшвидше стати частиною ЄС.

На даний момент Україна має всі можливості застосувати саме такий підхід. Допомогти їй у цьому можуть проект технічної допомоги ЄС «Гармонізація системи державних закупівель в Україні зі стандартами ЄС», (одним з компонентів якого є саме «Державна допомога») і проекти, які розпочнуть свою роботу в майбутньому.

### **Список використаних джерел**

1. Про державну допомогу суб'єктам господарювання: Закон України № 1555-VII від 01.07.2014 р.// Відомості Верховної Ради. – 2014. - № 34. - ст.1173.
2. Уряд Литви [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.lrv.lt](http://www.lrv.lt)
3. Євростат [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/eurostat>
4. Агентство економічного розвитку Литви [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.lda.lt](http://www.lda.lt)
5. Рада з конкуренції Литви [Електронний ресурс].– Режим доступу: [www.konkuren.lt](http://www.konkuren.lt)
6. Законодавство Литви (Бібліотека Конгресу) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.loc.gov/law/help/guide/nations/lithuania.php](http://www.loc.gov/law/help/guide/nations/lithuania.php)
7. Діловий інформаційний портал Литви [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.verslovartai.lt/en/>

## ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Провідною тенденцією економічного розвитку є інтелектуалізація господарської діяльності. У сучасних умовах інтелектуальна діяльність набуває щоразу більшого значення, оскільки інтелектуальний потенціал суспільства і рівень його культурного розвитку визначають конкурентоспроможність підприємства, тому що конкуренція вимагає постійних інновацій.

Розвиток провідних компаній світу ґрунтується на використанні інтелектуального капіталу, який формується на основі наукових досягнень та вміння трансформувати результати творчої діяльності у виробництво конкурентоспроможних товарів та послуг. Поступове заміщення праці знаннями дає підстави ставити питання про можливу трансформацію трудової діяльності у новий тип активності, що відрізняється значними елементами творчості.

Конкурентоспроможність національної господарської системи значною мірою обумовлюється сприятливими чинниками для максимально повного використання творчого потенціалу особистості. Якраз ця обставина створює для країни можливість масштабно використовувати у національних інтересах інтелектуальний потенціал. Завдяки цьому розвинені країни отримують переваги, які менш розвиненим державам неможливо компенсувати іншими засобами, окрім розвитку свого інтелектуального потенціалу [1, с. 6-9].

Особливих якісних змін набувають теоретичні дослідження економічного життя суспільства на етапі трансформаційних перетворень. Подальше поглиблення наукових досліджень має бути пов'язаним з удосконаленням методичних підходів до формування вартісно-орієнтованого управління бізнесом, які б забезпечували можливість створення системи інтегрованого менеджменту на підприємстві та визначали оптимальну систему цілей, що дозволяло б ефективно сконцентрувати та розподіляти ресурси.

На сьогодні розвиток інтелектуального виробництва є одним із головних показників, який визначає рівень «постіндустріальності» економічної системи, оскільки знання та інновації визначають вектор формування нової парадигми суспільного розвитку. У розвинених країнах підґрунтям для розробки та комерціалізації нових технологій

є достатній рівень концентрації матеріальних, технічних, фінансових та інтелектуальних ресурсів.

Ефективний механізм державного стимулювання інтелектуалізації господарської діяльності має базуватися на підтримці структурних пріоритетів, створенні рівних умов конкуренції, захисті прав власності, розвиткові людського потенціалу, приведенні системи стандартизації у відповідність до міжнародних вимог. При цьому такий механізм ґрунтується на гнучкості, суб'єктній репрезентативності чинників розвитку та реалізації інноваційного потенціалу, інституціоналізації партнерства та конкуренції. Повнота цього механізму полягає у тому, що ним охоплюються усі функції регулювання, а саме аналіз об'єктів розвитку та поведінки суб'єктів інновацій, прогнозування, планування, мотивування, організація, координація, моніторинг, оприлюднення основних процесів та результатів.

Підходи до інтелектуалізації виробничих процесів, ускладнення систем управління підприємствами вимагають адекватного аналізу інтелектуальних ресурсів та інтелектуального капіталу, які в цей час набувають статусу основних ресурсів виробництва. Специфіка економічного змісту цих процесів особливо актуалізує проблеми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, що є особливим виробничим активом підприємств [2, с. 4-5].

Необхідно також звернути увагу й на те, що у цьому контексті вагомого значення набуває оцінка вартості підприємства при визначенні його реального потенціалу, тобто виробничих, фінансових, інтелектуальних, інформаційних можливостей, що дозволяють забезпечити конкурентоспроможність і перспективи сталого розвитку. Очевидно, що необхідно зосереджувати увагу на комплексній оцінці вартості підприємства, яка відображає не лише поточний стан, а й перспективи його розвитку на основі врахування впливу на вартість різноманітних чинників.

### **Список використаних джерел**

1. Геєць В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України / В. М. Геєць // Економіка України. – 2014. – №12. – С. 4-19.
2. Голов С. Роль економічних теорій у подальшому розвитку бухгалтерського обліку / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – №4. – С. 3-9.

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

У розвитку підприємницького сектора економіки розвинутих країн виокремлюється напрям інноваційного підприємництва, пріоритетність якого обумовлена державою політикою і загальносвітовими тенденціями. Загалом, інноваційні підприємства малого бізнесу виникають головним чином на базі провідних університетів, галузевих і академічних інститутів. Такі підприємства створюються харизматичними лідерами, які вміють працювати на ринку та доводять пропонувані інновації до впровадження. Малий бізнес розглядається як один із факторів економічного зростання, як джерело інновацій для великого і середнього бізнесу.

Порівнюючи досвід країн ЄС та деяких інших країн з досвідом України в зазначеному контексті поставленого питання, слід зазначити, що загалом, майже не один інструмент інноваційної політики в нашій країні не втілено в практику діяльності підприємств. Статті стимулюючого характеру, прописані в Законі України «Про інноваційну діяльність», так і не набули чинності. Деякі пільги стимулюючого характеру були прописані для підприємств, що входять до технологічних парків. Проте й вони були майже повністю скасовані.

В Україні відсутнє законодавство про державно-приватне партнерство (ДПП) в науково-технологічній сфері, а система державних закупівель, що законодавчо багато разів вдосконалювалася, суттєво не змінила стан справ щодо інноваційної продукції. Венчурне підприємництво в країні розвинуто в основному в інфраструктурній сфері та в сфері ІКТ. Однак помітного впливу на інноваційну діяльність країни воно не здійснює.

Для України з огляду на перспективи інтеграції у ЄС та участі у європейському дослідницькому просторі доцільним є вивчення та адаптація досвіду європейських країн, зокрема тих, де розвиток інноваційного підприємництва відбувається в умовах обмежених фінансових ресурсів та за наявності науково-технологічного потенціалу. Зокрема, у Польщі інфраструктура підтримки інноваційного підприємництва є розгалуженою і різноманітною, що

дозволяє вирішувати актуальні проблеми науково-технологічної діяльності та узгоджувати інтереси сторін у розвитку МСП.

Стратегічна мета для економіки України - формування організаційно-економічної моделі розвитку інноваційного малого та середнього підприємництва як головної складової національної інноваційної системи та рушійної сили комерціалізації і створення ринку інновацій.

Необхідно сконцентрувати зусилля на розширенні комерціалізації наукового потенціалу наукових установ і вузів за допомогою державної (регіональної) підтримки створення й розвитку малих інноваційних підприємств при цих організаціях в наступних напрямках: розвиток трансферу технологій у наукових установах і вузах регіону шляхом створення малих підприємств із передачею їм прав використання об'єктів інтелектуальної власності, що належить науковим установам і вузам; консультаційна й інформаційна підтримка створення й розвитку малих інноваційних підприємств при передачі прав на об'єкти інтелектуальної власності й залученні інвестицій у малі підприємства; організація системи розвитку кадрового інноваційного потенціалу наукових установ і вузів шляхом навчання й перепідготовки фахівців у сфері трансферу інноваційних технологій; державна підтримка малих інноваційних підприємств, діяльність яких полягає у практичному застосуванні (впровадженні) результатів інтелектуальної діяльності вузів регіону; формування механізмів залучення інвестицій, у т.ч. державних, у малі інноваційні підприємства, організація рекламних заходів та супровід продажів, емітованих з метою залучення інвестицій, акцій та участі інституціональних й приватних інвесторів.

Серед основних напрямів реалізації положень Стратегії-2020 України повинно бути створення виробництв, що реалізують новітні технологічні уклади, і вихід на внутрішній і зовнішній ринки з наукомісткою продукцією світового рівня. Результатом реалізації цього етапу соціально-економічного розвитку повинно стати забезпечення конкурентних переваг у перспективних секторах ринку, де вітчизняна продукція не була раніше представлена, а в окремих випадках – формування нових напрямів попиту, у задоволенні якого вітчизняна наукомістка продукція відіграватиме домінуючу роль. Формування такого виробничо-технологічного базису дозволить створити умови для широкомасштабного розвитку малих інноваційних підприємств та посилення їх активізації.

## **ПОНЯТТЯ ТА ВЛАСТИВОСТІ ЖИТТЄЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ**

Кризовий розвиток макроекономічної системи України, який характеризується зростанням темпів інфляції, підвищенням вартості та складності залучення зовнішніх фінансових ресурсів, нестабільністю валютних курсів, погіршенням характеристик платоспроможного попиту, загостренням конкуренції на основних ринках товарів та послуг, збільшення рівня асиметричності інформації обумовлює виникнення значної кількості кризових явищ в діяльності вітчизняних підприємств торгівлі, що підвищує рівень затребуваності вирішення завдання забезпечення їх життєздатності.

В загальному розумінні, життєздатність є категорією, що відображає реальний стан підприємства, здатність підприємства до виживання в умовах дії дестабілізаційних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Життєздатність підприємства, як і будь-якої іншої складної відкритої системи, забезпечується завдяки вдалому комбінуванню найбільш важливих властивостей систем, зокрема:

1) впорядкованої цілісності, яка є результатом динамічної взаємодії окремих елементів підприємства як системи технічних, технологічних, економічних, організаційних, соціальних, екологічних, зовнішніх, внутрішніх, функціональних та інших факторів [2]. Порушення цілісності підприємств торгівлі спричиняє економічні втрати внаслідок підвищення ресурсомісткості операційної діяльності, зниження якості обслуговування покупців, перебої з поставками товарів, зниження пропускнуєї спроможності торговельного залу, неповна забезпеченість фінансовими ресурсами діяльності підприємства, неузгодженість дій ключових підрозділів підприємства та ін.;

2) самоадаптації (стабілізації) як здатності системи до швидкого та успішного пристосування в умовах дії негативних збурень зовнішнього та внутрішнього середовища, збереження стійкості динамічного балансу, як у межах самої системи, так і у взаємодії із зовнішнім середовищем. Для підприємств торгівлі характерними заходами адаптації до негативного впливу макроекономічного розвитку у сучасних умовах є: скорочення операційних витрат, зокрема на оплату праці шляхом скорочення чисельності торгово-оперативного персоналу; скорочення обсягів споживання матеріальних ресур-

сів, які забезпечують процес підготовки до продажу та продаж товарів; максимальне затягування розрахунків за зобов'язаннями перед постачальниками з метою їх знецінювання під впливом інфляції; постійне оновлення товарного асортименту з орієнтацією на більш дешеві товари; підвищення доходності використання торговельних площ за рахунок здачі їх в оренду тощо;

3) самоорганізації, як здатності системи перетворювати внутрішні обмеження для досягнення нових, більш сталих станів, які залишаються стійкими до впливів зовнішнього середовища. На відміну від самоадаптації, самоорганізація передбачає спроможність підприємства реорганізувати власну організаційну структуру управління у відповідь на негативні впливи зовнішнього середовища [3], переборювати внутрішні обмеження на якісно новій основі, реалізувати можливості еволюції у більш стійкі стани. Основними чинниками, які забезпечують спроможність до саморганізації підприємств торгівлі є: комплексна автоматизація основних бізнес-процесів (закупівля, транспортування, зберігання, передпродажна підготовка, дистрибуція, категорійний менеджмент, трейд-маркетинг); удосконалення форм та методів управління, зокрема розвитку техніко-технологічної бази; розвиток кадрового потенціалу при одночасному підвищенні кваліфікації та активності окремого працівника;

4) здатності до протидії зростанню ентропії в розвитку системи, проявом якої є збільшення ролі випадковості, зменшення можливості впорядкованості, самостабілізації, самоорганізації, які виникають у процесі життєдіяльності системи, особливо при розширенні меж її діяльності [2];

5) здатності до інновацій (змін); у процесі розвитку будь-якої системи діє основний закон зниження віддачі, ефективності будь-якого економічного явища, його проявом є зниження ефективності використання капіталу, торговельних обладнання та площ, зниження прибутків тощо. Життєздатність системи обумовлюється її здатністю отримувати додаткову «енергію» із зовнішнього середовища, яка відтягує наступ ентропії, змінює систему. Вітчизняні підприємства торгівлі активно впроваджують інновації в торговельний процес, зокрема: системи Self-Checkout, більш широке використання вендингових апаратів, технологій RFID, технологій електронного інформаційного середовища в торговельному залі, використання електронного документообороту (EDI), впровадження ERP-систем для мобільних телефонів споживачів, що підвищують комплексність та зацікавленість покупки (реалізовано в торговельній мережі АТБ).

## Список використаних джерел

1. Бичковський А.Ю. Властивості адаптивності та стійкості в концепції забезпечення життєздатності підприємств // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції : [«Розвиток менеджменту виробничої сфери в умовах глобалізації»], (Миколаїв, 29-30 вересня 2011 р.). – Миколаїв: НУК, 2011. – С.75-79.
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / Л.О. Лігоненко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 580 с.
3. Валуев С.А. Системный анализ в экономике и организации производства / С.А. Валуев, В.Н. Волкова. – Л.: Политехника, 1991. – 398 с.

**Хлопяк С.В., асист.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

### **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ**

Актуальність проблеми встановлення ефективного механізму взаємодії між господарюючими суб'єктами і державою в туристичній галузі, обумовлюється важливістю ролі, яку відіграє туризм у розв'язанні ряду важливих соціально-економічних завдань: компенсуванні дефіциту платіжного балансу, підвищенні зайнятості населення, залученні іноземних інвестицій, відновленні та збереженні історико-культурної спадщини, практичної реалізації ідеї здорового способу життя тощо.

Складність досягнення цілей державної туристичної політики на підприємницькому рівні, а саме: збільшення доходів і прибутку від надання туристичних послуг, оптимізації витрат на туристичну діяльність, інтенсивного використання завойованих і освоєння нових ринків, підвищення якості туристичного обслуговування та ін., полягає, насамперед, у поєднанні в межах більшості підприємств сфери туризму функцій виробництва, реалізації та організації споживання туристичних послуг, їх широкому асортименті і сезонності попиту на них з боку національних та іноземних туристів.



У теперішній час найпоширенішою формою організації туристичної діяльності у світі є мале підприємництво, розширення галузі за рахунок якого має цілу низку відчутних переваг. Вони полягають у його порівняно невисокій капіталомісткості, низькій вартості організації додаткових робочих місць, можливості швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку, що відбуваються під впливом таких факторів, як мода, уподобання, сезонність, кліматичні умови, динаміка рівня платоспроможності населення. У тих випадках, коли малі та середні підприємства самостійно формують свій продукт, їх діяльність стає ефективнішою і з витратної точки зору, забезпечуючи більш адресне та персоніфіковане обслуговування, адже їм краще за інших відомі потреби і преференції своїх клієнтів. Саме вони спроможні створити неповторний колорит національної гостинності, підтримати атмосферу здорової конкуренції, стати об'єктами активного впровадження інновацій та реалізації творчих ініціатив.

Розуміючи важливість малих підприємств для туристичної галузі, а також складнощі, які виникають у процесі їх створення і функціонування, національні уряди розробляють комплекси заходів з їх організаційної та фінансової підтримки. Основними уразливими місцями приватного підприємництва є відсутність достатніх стартових коштів, значна залежність від зовнішнього економічного середовища, високий ризик банкрутства, яскраво виражена персоналізація управління, обмежені можливості інформаційного забезпечення тощо. В Україні розвиток малого підприємництва лише набуває ознак системності, а отже, вимагає більш цілеспрямованого державного втручання до цієї діяльності. Зокрема, попри те, що правова база функціонування ринку туристичних послуг в нашій країні вже закладена, якісно нові соціально-економічні та суспільно-політичні явища у вітчизняній економіці вимагають всебічного поглиблення і розширення нормативного забезпечення туристичної діяльності, адже сьогодні головні її проблеми охоплені ним лише у загальних рисах.

За нашими підрахунками, з величезної кількості прийнятих у роки незалежності нормативних актів лише близько 0,1% мають безпосереднє відношення до регулювання туристичної галузі. Розмір умовного коефіцієнту їх скасування при цьому в середньому перевищує 0,16 і свідчить про стихійність реалізації в Україні державної туристичної політики. Характерно, що подібний стан справ має місце не тільки в галузі туризму, але й загалом у сфері послуг.

В цілому це призводить до парадоксальної ситуації. З одного боку, діяльність туристичних підприємств виявляється надмірно

зарегульованою внаслідок необхідності дотримання ними численних правових положень, що стосуються усього народного господарства країни, з іншого – багато специфічних питань функціонування сфери туризму досі не знайшли нормативного підкріплення. Тож, у подальшому механізм виконання програмних рішень державних органів влади потребуватиме видання на їх підставі відповідних підзаконних актів та інструкцій, які б реально сприяли зростанню соціально-економічної ефективності туризму в Україні та поповненню державного і місцевого бюджетів. Серед завдань, які мають бути законодавчо вирішеними у першочерговому порядку – визначення меж і обсягів державного втручання у діяльність господарюючих суб'єктів, стимулювання внутрішніх і зовнішніх інвесторів, встановлення особливих правил використання природних ресурсів та відповідальності за їх порушення.

Головним пріоритетом державної туристичної політики в Україні повинна стати підтримка довгострокової стабільності та забезпечення відповідності змісту і масштабності застосування важелів державного регулювання економічному положенню галузі.

**Хомчук М.В., асп.,**

***Київський національний торговельно-економічний університет***

## **ВПЛИВ РИЗИКІВ НА ВИБІР ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВОМ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ**

На сучасному етапі господарювання ефективність діяльності та якість здійснюваних послуг підприємствами оптової торгівлі в значній мірі залежить від формування логістичної стратегії. Логістична стратегія включає всі довготермінові рішення, поєднані з логістичною діяльністю, складається з усіх стратегічних рішень і планів щодо управління ланцюгом постачань, формує зв'язок між більш абстрактними стратегіями вищого рівня та детально проробленими операціями, що виконуються в ланцюзі постачань [1, с 96].

Логістичні ризики - це ризики пов'язані з виконанням логістичних операцій транспортування, складування, вантажопереробки та управління запасами і ризики логістичного менеджменту всіх рівнів, у тому числі ризики управлінського характеру, що виникають при виконанні логістичних функцій і

операцій. Серед відомих класифікацій логістичних ризиків для підприємств оптової торгівлі може бути застосована наступна:

1) матеріальний логістичний ризик – це можливість втрати наявних та ненабуття нових (необхідних для споживача) властивостей матеріального потоку у процесі його руху через компоненти логістичної системи;

2) сервісний логістичний ризик – це нездатність підприємства забезпечити належну сервісну підтримку споживачам його товарів та послуг;

3) інформаційний логістичний ризик – це можливість неповного або часткового забезпечення компонентів логістичної системи інформацією в потрібний час, потрібного обсягу й у потрібному місці;

4) фінансовий логістичний ризик виникає в результаті можливих труднощів обігу фінансових коштів, які необхідні для забезпечення безперебійного руху відповідного матеріального потоку;

5) інтелектуально-трудова логістичний ризик виникає під час управління інтелектуально-трудовами ресурсами підприємства [2].

Розглядаючи сучасні класифікації логістичних ризиків, насамперед варто виділити три причини їх існування: невизначеність, випадковість і протидія [3]. Як свідчить практика, на даний час більшістю підприємств оптової торгівлі не застосовуються методи управління логістичними ризиками. Перш за все, це зумовлено відсутністю єдиного погляду на визначення логістичних ризиків, недостатністю використання в економічній й управлінській практиці, а також складністю їх ідентифікації та оцінювання.

Дослідження літературних джерел в сфері управління ризиками дозволяють виділити основні сучасні методи оцінювання логістичних ризиків:

1) економіко-статистичні, тобто вивчається статистика втрат і прибутків, встановлюється величина й частота отримання того чи іншого економічного результату й складається найбільш імовірний прогноз на майбутнє. Основною вимогою цього методу є наявність значного масиву даних;

2) експертні методи, базуються на опитуванні кваліфікованих фахівців з подальшою математичною обробкою результатів опитування. Основний недолік - відсутність гарантій достовірності отриманих оцінок, а також труднощі в проведенні опитування експертів й обробці отриманих даних;

3) розрахунково-аналітичні методи, засновані на використанні прикладних математичних методів. Найбільш поширеним методом вимірювання ризику є визначення очікуваного рішення шляхом

використання середньозважених величин, при цьому ймовірність кожного результату визначається як частота або питома вага відповідного значення;

4) аналогові методи, які дозволяють визначити рівень ризиків за окремими наймасовішими операціями з використанням для порівняння власного досвіду й досвіду інших підприємств відносно таких операцій (метод побудови дерев подій; метод «події – наслідки»; метод індексів небезпеки) [4-5].

Таким чином, при виборі логістичної стратегії підприємство оптової торгівлі має опиратися на головні цілі та місію і здійснювати ідентифікацію, повний аналіз та оцінювання всіх можливих видів ризику в базових і нестандартних бізнес - ситуаціях. Варто відмітити, що своєчасний і повноцінний облік логістичних ризиків дозволяє не тільки заощадити фінансові ресурси, а й значно підвищити ефективність всієї економічної діяльності підприємства, що в сучасних умовах розвитку ринкової системи є одним з показників фінансової стійкості та стабільного розвитку господарюючого суб'єкта. Ризики і пов'язані з ними матеріальні збитки в значній мірі можуть бути зведені до мінімуму завдяки правильно обраній логістичній стратегії. Також важливим аспектом є те, що підприємство не повинно обирати один з відомих типів стратегії, а може розробити власну, з урахуванням вищезазначених факторів.

### **Список використаних джерел**

1. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с
2. Вітлінський В. В. Концептуальні засади моделювання та управління логістичним ризиком підприємства / Вітлінський В. В., Скіцько В. І. // Проблеми економіки – 2013. - №4. – С. 246-253.
3. Бродецкий Г.Л. Управление рисками в логистике: Учеб. пособие / Г.Л. Бродецкий, Д.А. Гусев, Е.А. Елин – М.: «Академия», 2010. – 192 с.
4. Волинець Л. М. Обґрунтування необхідності управління ризиками в логістичній системі підприємства/ Л. М. Волинець, І. П. Гамеляк // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 10. - С. 382-386.
5. Arvis J.-F. Connecting to Compete 2012 – Trade Logistics in the Global Economy / J.-F. Arvis, M. A. Mustra, L. Ojala et al. – Washington : The World Bank, 2013. – P. 15 – 21.

## **КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Системний підхід до формування концепції стимулювання праці - це напрям методології соціально-наукового пізнання та економічної практики, в основу якого покладене дослідження об'єктів як системи.

Системний підхід сприяє адекватній постановці проблеми та вибору ефективної стратегії її вирішення. Система представляє собою сукупність елементів, що знаходяться у взаємозв'язку один до одного, які створюють відповідну цілісність.

Під методологічним підходом до формування концепції розуміють єдиний, цілісний напрям формування принципів, цілей, функцій, використання логіки( технології), інструментарію та методів планування у ході розробки системи стимулювання праці усіх рівнів та часових горизонтів.

Принципи формування системи стимулювання праці – це загальні, науково обґрунтовані положення, які відображають дію економічних законів, направлених на консолідацію інтересів та реалізацію цілей стейкхолдерів - власників, керівництва підприємства та працівників.

Систематизуючи різні підходи на визначення принципів формування системи стимулювання праці можна визначити наступні принципи її побудови.

Об'єктивність – відповідність міри праці мірі її винагороди за усіма параметрами.

Ринкова орієнтація - оплата праці робітників підприємства є ціною їх робочої сили.

Справедливість – рівна оплата за однакові витрати праці, відсутність дискримінації.

Результативність – забезпечення випереджаючих темпів зростання продуктивності праці по відношенню до зростання заробітної плати, тісний взаємозв'язок між обсягами операційної діяльності та витратами на оплату праці.

Диференціація оплата праці найманих робітників здійснюється за результатами затраченої ними праці, її кількості та якості; диференціація матеріального стимулювання в залежності від

трудового вкладу робітника у результат діяльності підприємства, складності та умов праці, галузевої приналежності.

Цілеспрямованість системи стимулювання який передбачає інтегрованість системи стимулювання з загальними цілями діяльності підприємства, відповідність цілей оплати праці та мотивації цілям підприємства та його корпоративній культурі.

Ліберальність - договірне регулювання питань оплати праці.

Державне регулювання розміру мінімальної заробітної плати.

Збалансованість - узгодження інтересів власника у розвитку підприємства, трудового колективу у матеріальному стимулюванні праці.

Конкурентоспроможність – забезпечення рівних чи кращих умов матеріального стимулювання праці робітників по відношенню до прямих конкурентів.

Самостійність – самостійне визначення підприємством розмірів, форм та систем оплати праці.

Зрозумілість та прозорість системи винагороди для усіх учасників процесу.

Комплексність системи мотивації, яка повинна включати матеріальну і нематеріальну винагороду, можливості для професійного зростання, навчання.

Головною метою системи стимулювання праці є відповідність її стратегічним цілям підприємства, враховуючи оптимальне співвідношення базових компонентів: міри праці і міри винагороди, а також збалансованість її складових.

Недостатньо визначеною складовою концепції стимулювання праці персоналу залишається оцінка ефективності її застосування.

Сучасний підхід до оцінки успішності діяльності підприємства передбачає оцінювання, крім ефективності, результативність та економічність його діяльності та окремих складових системи. Вони є базовими у концепції успішності та визначаються як 3 «Е»: результативність (efficiency); ефективність (effectiveness); економічність (economy). Якщо згадати вислів класика менеджменту П. Друкер: «Результативність – це вміння робити правильні речі, а ефективність – вміння робити речі правильно, економічність - є характеристикою вартості ресурсів, витрачених на діяльність, з огляду на відповідну якість.

Трансформуючи ці підходи до оцінки ефективності системи стимулювання праці ми можемо визначити, що базовими показниками її результативності є досягнення цілей діяльності

підприємства з оптимальними витратами праці, ефективність – це продуктивність та витрато місткість праці, економічність – витрати підприємства на оплату праці та інші витрати пов'язані з трудовими ресурсами, їх раціональне використання.

**Шалімова Н.С., д-р екон. наук, проф., зав. кафедри,  
Кузьменко Г.І., канд. екон. наук, доц.,  
Кіровоградський національний технічний університет**

## **ПОДІЇ ПІСЛЯ ДАТИ БАЛАНСУ ПОВ'ЯЗАНІ ЗІ СТАТУСОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЛАТНИКА ПОДАТКУ**

Механізм забезпечення дотримання такого принципу підготовки фінансової звітності як «принцип повного висвітлення» повинен будуватися на основі врахування необхідності виділення в складі категорії «події після дати балансу» подій та обставин, які пов'язані з податковими відносинами підприємства. Проблема врахування подій після дати балансу присвячено один з розділів П(С)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах», в міжнародній практиці дані питання регулює МСБО 10 «Події після звітного періоду. Відповідно до П(С)БО 6 події після дати балансу - це подія, яка відбувається між датою балансу і датою затвердження керівництвом фінансової звітності, підготовленої для оприлюднення, яка вплинула або може вплинути на фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства (п. 3).

При визначенні обсягу та складу інформації про податкові відносини підприємства, яка повинна бути віднесена до категорії подій після дати балансу, слід використати якісні характеристики та принципи підготовки фінансової звітності, вимоги Податкового Кодексу України, а також інші нормативні документи державної податкової служби, які деталізують його вимоги. Орієнтовний перелік узагальнених груп подій може бути таким: податкові консультації; перевірки контролюючих органів; податкові повідомлення – рішення; незакінчені процедури адміністративного оскарження та судових процесів з приводу податкових питань; податкові вимоги; податкова застава; адміністративний арешт майна; розстрочення та відстрочення грошових зобов'язань або податкового боргу; безнадійний податковий борг. Ці події слід класифікувати на дві групи: такі, що

виникли після дати балансу, та ті, що забезпечують додаткові докази умов та обставин, які існували на дату балансу. Такі події згідно з вимогами національного законодавства та положень (стандартів) з бухгалтерського обліку повинні враховуватися при складанні фінансової звітності та висвітлюватися в примітках до фінансової звітності.

В додатку до П(С)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах» наведені приклади подій, які вказують на обставини, що виникли після дати балансу, але в них практично відсутні обставини, які пов'язані з податковими взаємовідносинами підприємств. До таких подій, на наш погляд, можна віднести: прийняття рішення про проведення перевірок контролюючими органами; прийняття законодавчих актів з податкових питань, які впливають на діяльність підприємства; процедури адміністративного оскарження та судові процеси з податкових питань за обставинами, що склалися виключно після дати балансу; зміни в оподаткуванні, наприклад, зміни ставок податків або податкового законодавства, прийнятих або оголошених після дати балансу, які впливають на поточні та відстрочені податкові активи та зобов'язання; отримані висновки контролюючих органів про повернення відповідних сум коштів з відповідного бюджету; отримання податкових вимог; визнання податкового боргу, стосовно якого минув строк позовної давності після дати балансу, безнадійним. Такі події не потребують коригування інформації фінансової звітності. Їх необхідно розкривати у примітках, щоб фінансова звітність не вводила в оману свого користувача, висвітлюючи таку інформацію: характер події, оцінку фінансового результату або твердження, що таку оцінку зробити неможливо.

Події, які забезпечують додаткові докази умов та обставин, які існували на дату балансу, впливають на оцінки, використані під час складання звітів. Такі події, як правило, містять інформацію, яку було б відображено в обліку, за умови, що про неї було б відомо до звітної дати. Їх називають коригуючими, оскільки зазначені події вимагають коригування фінансової звітності (п.16 П(С)БО 6). Знову ж таки слід відмітити, що П(С)БО 6 не містить чіткого переліку обставин, які були б пов'язані з податковими взаємовідносинами підприємств. Тому до них, на наш погляд, можна віднести: отримання від контролюючих органів податкових повідомлень – рішень за результатами перевірок, проведених в попередньому році; виявлення помилок або порушень податкового законодавства, що призвели до перекручення даних фінансової звітності; отримані податкові



консультації, які впливають на визначення податкових зобов'язань в минулому році; скасування або відкликання рішень контролюючих органів попередніх років; визнання безнадійним податкового боргу, який виник внаслідок обставин непереборної сили.

Врахування цих вимог дозволить покращити якісні характеристики облікової інформації стосовно місця підприємства в системі податкових відносин та її розуміння користувачами.

**Швидка О.П., канд. екон. наук, доц.,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені  
Вадима Гетьмана»**

## **БІЗНЕС-МОДЕЛІ ТА ПРИЧИНИ УСПІХІВ СТАРТАПІВ**

У світовій економіці значення успішних стартапів досить важливе. Так, на ринках країн Європи, США, Японії, РФ, Білорусі активно створюються венчурні інвестиційні фонди та «бізнес-інкубатори», які направлені саме на фінансування й підтримку сміливих проєктів з метою капіталізації доходів. Саме тому дана тема є актуальною і для нашої країни.

Для успішного ведення бізнесу необхідно обрати ефективну бізнес-модель на початку його створення. Саме бізнес-модель - традиційно найслабше місце більшості стартапів.

Слід зазначити, що не існує єдиного тлумачення поняття «стартап». За визначенням С.Бланка та Б.Дорфа, стартап - це не велика компанія в мініатюрі, стартап - це тимчасова структура, яка займається пошуками масштабної, такої, що відтворюється, рентабельної бізнес-моделі. Спочатку шаблон бізнес-моделі стартапу складається з ідей і здогадів, а сама компанія не має споживачів і не знає про них майже нічого [2].

Одним із видів стартапів є хайтек-стартапи (від англ. high technology, high tech, hi-tech) - ті стартапи, в яких для отримання прибутку використовуються або розробляються нові та прогресивні технології сучасності.

Таким чином, відмінною рисою стартапу є новизна бізнес-моделі. Головною ж його особливістю вважається наявність здібності такої бізнес-моделі стати масштабованою, а саме - бути повтореною і розширеною [2].

Окремі аспекти бізнес-моделей стартапів розглядали Стів Бланк, Боб Дорф, Бред Фелд тощо. Дане питання є недостатньо розкритим, адже стартап — це дуже змінна одиниця, він має бути гнучким в умовах мінливого ринкового середовище.

Існує декілька класифікацій бізнес-моделей для стартапів. Так, наприклад, Кнабе Г. виділяє наступні їх види: модель № 1 Рекламна, модель №2 Продажі, модель №3 Підписка, модель № 4 Транзакційна, модель № 5 Ліцензування, модель №6 Продаж доступу до аналітики та модель №7 Внутрішня купівля або inAPP [3].

Актуальним при виборі нової або аналізі існуючої бізнес-моделі на практиці використовуються сегменти бізнес-моделі за А. Остервальдером [5]. Для поглиблення аналізу діяльності сучасних стартапів варто класифікувати їх бізнес-моделі за розробленою автором канвою, що дає можливість визначити особливості кожної з них (12 класифікаційних ознак) [4].

Варто зазначити, що досліджених видів бізнес-моделей в «чистому вигляді» на практиці, майже не існує, адже відбувається поєднання їх окремих елементів.

Дослідивши думки вчених [6, 7] з приводу причин ефективності стартапів, було згруповано основні з них. Отже, секретами успіху стартапів можуть бути:

1. Цілісність.
2. Чесність та прозорість бізнесу.
3. Знання ринку та тестування «сирого» продукту.
4. Надійні партнери.
5. Ефективний персонал з внутрішньою мотивацією.
6. Високі амбіції проекту.
7. Постійний розвиток.

Для вигідного вкладення капіталу інвестор постійно шукає нові напрямки бізнесу, тому саме стартапи, як вид компаній з високою оборотністю капіталу, зможуть стати новими об'єктами для інвестування в Україні. Відповідно для цього потрібно обирати ефективну бізнес-модель яка б відповідала вимогам ринку та основній бізнес-ідеї.

### **Список використаних джерел**

1. [http://n-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive/155?view=material](http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/155?view=material)
2. Стивен Бланк, Боб Дорф «Стартап: Настольная книга основателя»

3. Кнабе Г. Якими бувають бізнес-моделі стартапів: стаття. – [Електронний ресурс] // Спільнота «ibusiness». – 2012 рік. Режим доступу: [http://ibusiness.ru/blog/startapy\\_v\\_it/22775](http://ibusiness.ru/blog/startapy_v_it/22775)
4. Спільнота «Freshle» 12 критерієв класифікації бізнес-моделей стартапов, от которых зависит стратегия вывода на рынок. – 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://freshle.com/blog/12startupcriteria/>
5. Остервальдер А. Построение бизнес – моделей. Настольная книга стратега и новатора. 2011.
6. Тимошин І. 5 основних складових успішного старатапа // Спільнота «Контур». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kontur.ru/articles/1683>.
7. Секрет успешного стартапа в XXI веке– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/woman/1387736-sekret-uspeshnogo-startapa-v-xxi-veke>

**Шкода В.М., студ.,**

**Романовська А.В., студ.,**

**Науковий керівник Новікова Н.М., канд. екон. наук, старш. викл.,  
Київський національний торговельно-економічний університет**

## **УКРАЇНА ЯК РЕЦИПІЄНТ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ**

Іноземні інвестиції в Україні є не лише вагомим фактором розвитку вітчизняної економіки, а й водночас важливим індикатором умов підприємницької діяльності у нашій державі. В Україні в певній мірі створене правове поле для інвестування, законодавством передбачаються необхідні гарантії діяльності для інвесторів. На території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації [1]. У випадку припинення інвестиційної діяльності іноземному інвестору гарантується повернення його інвестиції в натуральній формі або у валюті інвестування без сплати мита, а також доходів від інвестицій у грошовій або товарній формі. Держава також гарантує безперешкодний і негайний переказ за

кордон прибутків і інших коштів в іноземній валюті, одержаних на законних підставах унаслідок здійснення іноземних інвестицій.

Для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України від 16.03.2000 № 1547 ратифікована Вашингтонська Конвенція 1965 року про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами.

Мовний та географічний бар'єр все частіше втрачають свою актуальність, перед потенційними економічними та соціальними вигодами. Але, враховуючи невизначену політичну ситуацію, що склалася в Україні більшість бізнесменів утримуються від капіталовкладень в українську економіку. Далі в списку факторів, що негативно впливають на інвестиційний клімат – це корупція та тиск, перегляд прав власності на підприємства та інші активи у зв'язку зі зміною влади в Україні, ведення бойових дій на території України, девальвація національної валюти, зростання інфляції, зниження купівельної спроможності підприємств і населення з відповідним зменшенням попиту на товари та послуги тощо.

Прямі іноземні інвестиції в економіку України з початку 2014 скоротилися на \$ 6,7 мільярда і склали близько \$ 50 мільярдів. Вперше за всю історію спостережень експерти практично не називають позитивних змін у інвестиційному кліматі [2].

Інвестиційний клімат в Україні станом на I квартал 2015 року оцінено в 2,51 бала (за 5-бальною шкалою). Такі підсумки щоквартального опитування, проведеного Європейською бізнес асоціацією (ЕВА). Згідно з опитуваннями ЕВА, ключовою проблемою європейського бізнесу, що працює в Україні, є «слабке валютне регулювання, девальвація гривні, а також непослідовна політика НБУ». Ще 19% бізнесу скаржить на незрозумілу стратегію уряду і відсутність професіоналів у середніх ланках державної ієрархії [3].

Протягом 2014 року більшість реформаторських зусиль було спрямовано на дерегуляцію. Кількість центральних органів виконавчої влади, що здійснюють нагляд (контроль) у сфері господарської діяльності, було скорочено до 28, а кількість дозвільних документів скорочено з 143 до 84. Також були зроблені кроки у напрямку адаптації українських стандартів до європейських. Прийнято Закон «Про стандартизацію», українську систему метрології було гармонізовано з вимогами Європейського Союзу, зокрема розмежовано регуляторні, контрольні та господарські функції. Разом з тим, більшість цих заходів лише незначно поліпшили існуючу систему.

**Висновки та пропозиції.** Економіка України для іноземців – це об’єкт світового господарства, в який можна і варто вкладати капітал. Іноземці проявляють значну зацікавленість до інвестування народного господарства України. Наступним логічним кроком в залученні інвестиційних ресурсів повинні бути рішучі кроки із сторони реципієнта – це нейтралізація негативного впливу вищезазначених факторів. Також для України, як реципієнта іноземних інвестицій, варто наполегливо попрацювати над нормативно-правовою базою. Вирішальна роль належить державній політиці щодо іноземних інвестицій, яка полягає в співпраці з іноземними інвесторами, сприянні залученню капіталу, контролі за станом ринку, регулюванні економічної, політичної та соціальної діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Карпович М. Інвестиційний клімат в Україні та проблеми реалізації інвестиційного потенціалу [Електронний ресурс] / М. Карпович. - Режим доступу: [naub.oa.edu.ua](http://naub.oa.edu.ua).
2. Сайт Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс] / Режим доступу: [mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/.../invest-climat](http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/.../invest-climat).
3. Панченко Ю. Інвестори знову готові вірити уряду [Електронний ресурс] / [www.eurointegration.com.ua/.../2015/.../70329](http://www.eurointegration.com.ua/.../2015/.../70329).

**Шостак І.В., асист.,**

**Київський національний торговельно-економічний університет**

### **АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ВІТЧИЗНЯНИХ СИСТЕМ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ**

Загальна тенденція вітчизняних форм стимулювання праці на підприємствах торгівлі - розширення систем погодинної оплати праці з нормованим завданням і премією до базової зарплати до 50% за внесок у збільшення доходів підприємства або за досягнення інших показників, що відображають найбільш актуальні для підприємства проблеми і стимулюють зусилля щодо їх вирішення. Найбільш актуальною у сучасних умовах є використання компенсаційної системи, яка передбачає необхідність компенсувати певні вкладення з

боку співробітника в діяльність і розвиток компанії. Це може бути прибуток, принесений підприємству, витрачений час, сили, знання, використання особистої машини в службових цілях і багато іншого. Необхідно точно визначити ті чинники, які компанія припускає компенсувати своїм співробітникам, виплати за кожен з яких є складовими частинами компенсаційного пакета. Компенсаційна система в цілому складається з грошової винагороди і соціальних трансфертів, кожна частина сформована постійною і змінною складовими. Постійна частина орієнтована на утримання співробітників і підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку в питаннях оплати праці та зовнішнього іміджу з точки зору її прибутковості, стабільності. На даний момент у більшості торгових компанії в якості постійних трансфертів використовуються значні транспортні пільги, харчування, медичне страхування залежно від рівня співробітника. Таким чином, постійна частина грошової винагороди є сумою базового окладу і надбавок, іншими словами, це сума ціни посади і ціни поведінки співробітника.

Традиційна схема структури доходів працівника на підприємствах торгівлі може бути представлена наступним чином: оплата за тарифними ставками і окладами, що встановлюється на основі тарифних договорів з урахуванням тяжкості праці, змісту, відповідальності, умов праці, кваліфікації, досвіду, ринкової ситуації, рівня цін на предмети споживання тощо; ринковий компонент, у якому відбиваються результати переговорів працівника і роботодавця щодо оплати за працю з урахуванням рівня попиту на працю; доплати і компенсації за умови та важкість праці, за вплив незалежних від фірми факторів, таких, як інфляція і зростання цін, за роботу у вечірню та нічну зміну, з підвищеною інтенсивністю і т. п.; надбавки: за продуктивність праці вище норми, за роботу меншою чисельністю, за особистий внесок у зростання ефективності, прибутку, за стабільно високу якість робіт, виконання термінових і відповідальних завдань; премії: за якісне та своєчасне виконання договорів та окремих етапів, за високі досягнення за підсумками року, за освоєння нововведень; соціальні виплати; дивіденди - дохід по акціях підприємства, що належить його співробітникам. Соціальні трансферти покликані підвищити лояльність співробітників по відношенню до компанії, виділяючи їх між людьми, що працюють в інших організаціях.

Таким чином, зміна характеру залежності заробітків від виробітку впливає на основну тарифну ставку, на складові частини встановленої норми часу, на застосування додаткових елементів у

вигляді межі виконання норм часу. Застосування інноваційних систем стимулювання праці сприятиме більш ефективному використанню трудових ресурсів підприємств торгівлі.

### **Список використаних джерел**

1. Височин І.В. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі: монографія / І.В. Височин. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 544 с.
2. Дэвид Сичелли Компенсации сбытовому персоналу: практическое руководство по разработке эффективных компенсационных программ. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. – 232 с.
3. Канаян К. Мотивация сотрудников в розничной торговле. Интересы магазина и «свой интерес» [Электронный ресурс] / К. Канаян, Р. Канаян. – Режим доступа: <http://www.statomedia.com/retail-russian/retail-articles>.

**Яремко С.А., канд. техн. наук, доц.,**

**Гудима Н.В., студ.,**

***Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ***

### **ДОСЛІДЖЕННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ПИТАНЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Актуальність проблеми захисту інформації сьогодні не викликає сумнівів. Адже інформація, це не тільки нові відомості, які прийняті, зрозумілі і оцінені її користувачем як корисні, але й у свою чергу певний скарб кожного, хто володіє нею. Але іноді, цей скарб стає небезпечним, для того хто ним володіє, так як володіння ним може викликати задрощі. Успіх сучасної компанії і її розвиток в умовах гострої конкуренції в значній мірі залежать від застосування інформаційних технологій, а отже, від ступеня забезпечення інформаційної безпеки. Питаннями інформаційної безпеки підприємств займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені як Б.Ю Аніна, В.А. Голубева, М.В. Гуцалюк, В.В. Дорошева, В.П. Захаров, В.В. Макаренко, К.В. Проніна та інші. Проте, достатньо багато питань з цієї теми залишаються невирішеними, і це не дивлячись на те, що ззовні вони виглядають досить простими.

Метою публікації є дослідження основних чинників безпеки інформації на підприємстві; розгляд особливостей захисту інформації; вивчення впливу різних факторів, які пов'язані із витоком інформації на економічну безпеку підприємства.

Взагалі, за термінологією, інформаційна безпека – це стан захищеності систем обробки і зберігання даних, при якому забезпечено конфіденційність, доступність і цілісність інформації, або комплекс заходів, спрямованих на забезпечення захищеності інформації від несанкціонованого доступу, використання, оприлюднення, руйнування, внесення змін, ознайомлення, перевірки, запису чи знищення [1]. З цього видно, що інформаційна безпека – досить об'ємне та багатогранне питання. Це все тому, що воно охоплює не тільки визначення необхідності захисту інформації, але і те, як її захищати, від чого захищати, коли захищати, і яким має бути цей захист.

Щодо інформаційної безпеки саме на підприємстві, то це є досить важливою складовою усієї безпеки загалом. Так як у наш час конкуренти зроблять усе від них залежне, щоб дізнатися секрети успіху свого потенційного ворога. Безпека інформаційної системи має розглядатися як важлива складова загальної безпеки підприємства. Саме тому необхідна розробка концепції інформаційної безпеки, в якій слід передбачити не тільки заходи, пов'язані з інформаційними технологіями, але і відповідні заходи адміністративного та технічного характеру [2].

Оперативна реалізація заходів з розроблення та охорони інформаційної складової економічної безпеки здійснюється послідовним виконанням певного комплексу робіт, а саме:

1) збирання різних видів необхідної інформації, що здійснюється через офіційні контакти з різноманітними джерелами відкритої інформації, неофіційні контакти з носіями закритої інформації, а також за допомогою спеціальних технічних засобів;

2) опрацювання та систематизація одержаної інформації, що проводиться відповідною службою підприємства (організації) з метою упорядкування для більш глибокого аналізу;

3) аналіз одержаної інформації, який включає всебічну обробку одержаних даних з використанням різних технічних засобів і методів аналізу;

4) захист інформаційного середовища підприємства;

5) зовнішня інформаційна діяльність, яку спрямовують на створення в очах громадськості сприятливого іміджу підприємства та



протидію спробам завдати шкоди репутації даної фірми через поширення про неї хибної інформації [2. 71 с.].

В умовах інформаційної забезпеченості підприємства чи будь-якого бізнесу починає змінюватися не тільки рівень автоматизації виробництва, а й саме виробництво – продукт його стає більш ємким, що означає збільшення частки інновацій, дизайну і маркетингу в його вартості.

**Висновки і перспективи дослідження.** Таким чином, на основі наведеного вище можна підсумувати, що інформаційна безпека є однією з найважливіших складових операційної діяльності компаній. Охоплюючи безліч аспектів, даний напрямок не завжди ефективно реалізовано, що приводить в кращому разі до неповного усвідомлення і необхідності інформаційної безпеки з боку бізнесу, а в гіршому – до значних фінансових втрат у разі інцидентів інформаційної безпеки.

### **Список використаних джерел**

1. Замкова Т.В. Проблемы защиты информации в современных информационных системах / Т.В. Замкова// науковий вісник 2012. № 3. 58–58 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн. : [http://www.rae.ru/snt/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=3893](http://www.rae.ru/snt/?section=content&op=show_article&article_id=3893)
2. Живко М.О. Основні чинники інформаційної безпеки підприємства / М.О. Живко, Х.З. Босак // Економіка та управління підприємством. – Київ, 2010. – 71–75 с.
3. Литвинюк А.А. Основи інформаційної безпеки. Комплексна система захисту інформації: структура, встановлення та підтримка функціонування // А.А. Литвинюк. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2008\\_4/visnik\\_st\\_08.pdf](http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2008_4/visnik_st_08.pdf)

**Карзун І.Г., асп.,**

*Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини*

### **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

В епоху глобалізації та формування економіки знань посилення інтеграції ринків освітніх послуг і праці є найважливішим чинником успішного соціально-економічного розвитку. Бізнес та освіта перестають бути самодостатніми і все більше залежать один від

одного. Знання є безперечним фактором успіху функціонування будь-якої господарчої системи як на мікро-, макро-, так і на глобальному рівні.

В Україні розвиток практичного і наукового інтересу до маркетингу у вищій освіті пояснюється не тільки світовою тенденцією до посилення євроінтеграційних процесів, але й рядом специфічних чинників, притаманних для постсоціалістичного етапу еволюції нашого суспільства. До них належать: невідповідність структури вищої освіти реальним потребам ринку; зменшення державного фінансування вищих навчальних закладів (далі ВНЗ); зростаюча конкуренція між ВНЗ. У даному контексті очевидна нагальна потреба формування як теоретичних основ маркетингу ВНЗ, так і розробки теоретико-методичних засад маркетингової стратегії розвитку ВНЗ.

Маркетинговий аналіз є важливим інструментом для освітніх послуг в умовах ринкового середовища. Сутністю маркетингу освітніх послуг є максимальне задоволення потреб в освіті та підвищення особистої цінності людини, в результаті чого відбувається відтворення загального інтелектуального потенціалу суспільства. Тому в основі маркетингу освіти лежить дослідження споживачів – безпосередніх одержувачів продуктів чи послуг.

На ринку освітніх послуг клієнтами виступають батьки і їх абітурієнти. Також ВНЗ прямо контактують і з іншими суб'єктам – підприємствами і організаціями, які приймають на роботу випускників ВНЗ, фінансовими фондами, кадровими агенціями та державою.

Розробити якісні послуги і програми, зробити доступними для цільових споживачів – цього недостатньо для забезпечення успішної діяльності навчального закладу. Необхідними є інформування про цілі, напрями діяльності, пропозиції і проблеми, що спонукають до виникнення інтересу саме до цього навчального закладу. Тому пропонуємо таку організаційну структуру служби маркетингу.

Основним показником, який забезпечить конкурентоспроможність вищого навчального закладу на ринку є, перш за все, орієнтованість освітніх програм на ринок праці, яка повинна реалізовуватись через систематичні опитування роботодавців стосовно вимог до випускників з точки зору їхньої подальшої практичної придатності. Ці вимоги повинні враховуватись в процесі підготовки кадрів.

Інноваційні зміни повинні бути і в технологіях навчально-виховного процесу вищих навчальних закладах. Активно повинні впроваджуватися модульно-рейтингові, «кейсові» системи навчання. Стандарти освіти, згідно яких здійснюється навчання у вищих навчальних закладах повинні бути у стані безперервного трансформування і модернізації.

Вищі освітні заклади повинні тісно співпрацювати із Департаментом пропозиції та попиту при Національному агентстві із забезпечення якості вищої освіти для здійснення збалансування кон'юнктури ринку освітніх послуг в умовах євроінтеграції та глобалізації ринку освітніх послуг. Виходячи з цього, основними завданнями Департаменту пропозиції та попиту на фахівців з вищою освітою будуть:

- моніторинг кон'юнктури регіонального ринку освітніх послуг;
- моніторинг кон'юнктури ринку праці в регіоні: виявлення та прогнозування потреб ринку праці в спеціалістах певного напрямку, а також відповідно до цього, надання пропозицій вищим навчальним закладам стосовно переорієнтації і перепрофілювання напрямків і їх коректування;
- вдосконалення системи працевлаштування, професійної та соціальної адаптації випускників;
- вдосконалення системи співробітництва з керівниками і кадровими службами підприємств з метою створення умов для формування довгострокових проектів державного замовлення на підготовку спеціалістів і створення комп'ютерної бази даних на випускників освітніх закладів, які навчалися за держзамовленням;
- розробка регіональних прогнозів та науково-технічних програм відповідно до вимог Міністерства освіти і науки, Міністерства праці та соціальної політики.

Економічний розвиток країни значною мірою залежить від наявності освіченої і кваліфікованої робочої сили та технологічних удосконалень, що підвищують продуктивність праці. Аналіз особливостей функціонування ринків праці та освітніх послуг свідчить про недосконалість існуючого механізму їх взаємодії, неможливість самоналаштування відносин, гармонізації відносин між учасниками, що ґрунтується на узгодженні та балансі стратегій, а отже, актуалізує необхідність розроблення ефективного економічного механізму їх регулювання.

*Електронне видання*

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**МАТЕРІАЛИ VIII МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

*(Київ, 14–15 травня 2015 року)*

Видавець і виготовлювач  
Київський національний торговельно-економічний університет  
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156  
E-mail: [knteu@knteu.kiev.ua](mailto:knteu@knteu.kiev.ua)