



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНА ФІСКАЛЬНА СЛУЖБА УКРАЇНИ  
УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**

**Навчально-науковий інститут економіки, оподаткування та  
митної справи**

**Кафедра господарського права та процесу**

**Кафедра економіки підприємства**

# **ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА: КЛЮЧОВІ МЕХАНІЗМИ ОРГАНІЗАЦІЇ, ОСНОВНІ ДРАЙВЕРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

*Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції  
«ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ»*

The Third International Scientific and Practical Conference

**«THE ECONOMIC PERSPECTIVES OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE»**

*Присвячена 100-річчю  
Університету  
державної фіскальної  
служби України*



10-11 жовтня 2019 рік

---

---

## **СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»**

*Серію «Митна справа в Україні» засновано в 2001 р.  
Її продовженням є серія «Податкова та митна справа в Україні»,  
яку започатковано в 2015 р.*

***Редакційна колегія:***

*Пашко П. В., д.е.н. (голова)*

*Бережнюк І. Г., д.е.н.*

*Деркач Л. В., к.ю.н.*

*Крисоватий А. І., д.е.н.*

*Мазаракі А. А., д.е.н.*

*Ченцов В. В., д.н.держ.упр., д.іст.н.*

---

---

- 
- У СЕРІЇ «МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:
- 2002  
«Основи митної справи»  
«Митний контроль та митне оформлення»
- 2003  
«Таможенное оформление морских грузов»  
«Основы таможенного дела в Украине»  
«Митний контроль на автомобільному транспорті»
- 2004  
«Митний контроль на залізничному транспорті»  
«Митне оформлення автотранспортних засобів»  
«Основи митної справи в Україні»  
«Митний кодекс України та нормативно-правові акти, що регулюють його застосування»  
«Митний контроль на повітряному транспорті»  
«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»  
«Коментар до Митного кодексу України»
- 2005  
«Порядок заповнення вантажної митної декларації»
- 2006  
«Основи мистецтвознавчої експертизи та вартісної оцінки культурних цінностей»  
«Історія митної справи в Україні»  
«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»
- 2008  
«Основи митної справи в Україні»
- 2009  
«Таможенный контроль: на пути к международным стандартам»  
«Таможенный контроль в морских пунктах пропуска»  
«Митне оформлення енергоносіїв»  
«Митна безпека»  
«Міжнародні перевезення товарів автомобільним транспортом: теорія і практика»  
«Підготовка та підвищення кваліфікації митних брокерів і декларантів: збірник нормативних документів і відомчих роз'яснень»
- 2010  
«Святой Матфей. Митар. Апостол. Евангелист»  
«Історія митної діяльності: Україна в європейському контексті»
- 2011  
«Митні інформаційні технології»  
«Особливості митної класифікації товарів»  
«Інфраструктура відкритих ключів: технології, архітектура, побудова та впровадження» «Розподілені бази даних»
- 2012  
«Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності митних органів»  
«Митний кодекс України» / Коментар до ст. 6»  
«Митна політика та митна безпека: концептуальне визначення та шляхи забезпечення»  
«Архітектура комп'ютера»  
«Комп'ютерна схематехніка»
- 2013  
«Актуальні питання теорії та практики митної справи»  
«Історія митної діяльності»  
«Механізми державного управління митною справою»  
«Формування системи митного аудиту»
- 2014  
«Митна енциклопедія, т. 1»  
«Митна енциклопедія, т. 2»  
«Митна енциклопедія, т. 3»
-

---

У СЕРІЇ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2015

- «Митне регулювання України: національні та міжнародні аспекти»
  - «Українська митниця: вчора, сьогодні, завтра»
- «Митна політика держави та її реалізація митними органами»
  - «Механізми державного управління митною справою»
  - «Історія митної діяльності»
  - «Митне право України»
- «Реформування податкової системи України: сучасні виклики та орієнтири»
  - «Митна справа»
  - «Міжнародні економічні відносини: у 2-х частинах»
- «Адміністративно-правове сприяння соціально-економічному розвитку в Україні: теоретико-методологічні засади»
  - «Бухгалтерський облік в умовах застосування інформаційних технологій: історія та практика»
- «Розслідування злочинів, пов'язаних із неналежним виконанням професійних обов'язків медичними працівниками: сучасний стан, проблеми та напрями удосконалення»
- «Формування управлінської компетентності майбутніх економістів у процесі професійної підготовки: теорія і практика»
  - «Let Develor English skills»
  - «Кримінальний процес України»
  - «Європейська інтеграція»
- «Протидія розслідуванню кримінальних правопорушень у сфері оподаткування: теорія та практика»
  - «Інформатика та обчислювальна техніка: практикум»

2016

- «Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів»
  - «Правовий статус фіскальних органів України та держав-членів Європейського Союзу»
  - «Психологічні основи у професійній підготовці фахівців ПМ»
- «Математика для економістів. Вища математика. Частина I. Лінійна алгебра. Аналітична геометрія»
  - «Сучасні інформаційні системи і технології: управління знаннями»
  - «Економічна кібернетика: введення в спеціальність»
  - «Інформаційні системи та технології у фінансових установах»
  - «Фінансове забезпечення інноваційного розвитку»
  - «Практикум з інформаційних систем в економіці»
  - «Практикум з WEB-програмування»
- «Малий та середній бізнес у взаємовідносинах із податковими органами: соціологічна інтерпретація»
  - «Моделювання систем захисту інформації»
- «Формування бюджетної стратегії України: теорія, методологія, практика»
  - «Актуальні питання розвитку банківської системи України»
- «Система державного фінансового контролю: формування та розвиток в Україні»
  - «Соціалізація студентської молоді у процесі професійної підготовки»
  - «Розвиток бухгалтерського обліку в умовах інтеграційних процесів»
  - «Правове забезпечення фінансової безпеки України»
  - «Grammar for Students of Economics (для економістів)»
  - «English Grammar for law Students (для юристів)»
  - «Алгоритмізація та програмування»
- «Основи психології та конфліктології для фахової підготовки економістів»
- «Проблеми соціологічного, психологічного та педагогічного забезпечення податкових відносин в Україні»
  - «Математика для економістів. Функція багатьох змінних. Ряди»
  - «Інформаційні системи і технології»
  - «Інформаційні системи і технології на підприємстві»
  - «Теорія ймовірностей та математична статистика: практикум»
  - «Економічні перспективи підприємництва України»
  - «Актуальні проблеми теорії держави і права»

---

2017

---

- «Теорія держави і права»
- «Реформування податкової та митної систем України»
- «Історія митної діяльності»
- «Механізм державного управління митною справою»
- «Митна політика держави та її реалізація»
- «Митне право України»
- «Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні»
- «Державні цільові фонди»
- «Аналітично-контрольні аспекти регулювання фінансово-господарської діяльності суб'єктів економіки»
- «Міжнародне фінансове право»
- «Концептуалізація інституту уповноважених економічних операторів: проблеми забезпечення безпеки та спрощення міжнародної торгівлі»
- «Тактика розслідування фінзлочинів, вчинених із використанням зареєстрованих у зоні пільгового оподаткування компаній»
- «Інститут митної вартості імпортованих товарів в Україні: актуальні питання та вектори розвитку»
- «Державна фіскальна служба України: управління кадровим потенціалом в умовах інституційних змін»
- «Фінансовий ринок України: розбудова інфраструктурної компоненти»
- «Податкова політика України: теоретико-правовий аспект»
- «Митна статистика України»
- «Запобігання митним правопорушенням: охорона і захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні України»
- «Інформаційні системи і технології в податковій справі»
- «Митна справа України»
- «Україна – територія можливостей для розвитку підприємництва»
- «Актуальні проблеми приватного права»
- «Антикризове управління фінансовими корпораціями»
- «Оподаткування електронної комерції в Україні»
- «Протидія агресивному податковому плануванню: світовий досвід та виклики для України»

#### 2018

- «Податкова діяльність держави в умовах становлення інформаційної постіндустріальної економіки»
- «Зовнішня торгівля України. Митна статистика (1991–2016 роки)»
- «Митна логістика»
- «Інноватика на фінансових ринках»
- «Особливості документування махінацій у сфері державних фінансів, при вчиненні яких використовуються зареєстровані на територіях з пільговим оподаткуванням компанії»
- «Міжнародне співробітництво держав у сфері захисту національних меншин»
- «Адміністрування податків і платежів»
- «Регулювання фінансових ринків в умовах глобалізації»
- «Управління митними ризиками: теорія та практика»
- «Митна вартість транспортних засобів: теоретико-методологічні засади контролю в Україні та міжнародна практика»
- «Фінансовий ринок»
- «Підприємництво в умовах формування нової економічної і технологічної нормальності суспільства»
- «Актуальні проблеми удосконалення системи протидії митним правопорушенням»
- «Оподаткування зовнішньоекономічної діяльності»
- «Фіскальна політика: теоретичні та практичні аспекти юридичної практики»

#### 2019

- «Електронний аудит – сучасна форма електронного контролю»
- «Розвиток постмитного аудиту в Україні»
- «Податок на доходи фізичних осіб та єдиний соціальний внесок: новачі реформ та їх наслідки»
- «Підприємницька діяльність»
- «Основи оподаткування»
- «Інформаційно-аналітичні технології в оподаткуванні»
- «Основи зовнішньоекономічної діяльності»
- «Модернізація податкової і митної політики в інституціональному забезпеченні розвитку економіки України»
- «Актуальні питання запобігання і протидії незаконному обігу тютюнових виробів»
- «Дослідження підприємництва: ключові механізми організації, основні драйвери та перспективи»



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНА ФІСКАЛЬНА СЛУЖБА УКРАЇНИ**  
**УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**  
**СПІЛКА ПІДПРИЄМЦІВ МАЛИХ, СЕРЕДНІХ І**  
**ПРИВАТИЗОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**  
**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ**  
**МОЛДАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Навчально-науковий інститут економіки, оподаткування та митної справи  
Кафедра господарського права та процесу  
Кафедра економіки підприємства

**СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»**

Серію «Митна справа в Україні» засновано в 2001 р. Її продовженням є серія  
«Податкова та митна справа в Україні», яку започатковано в 2015 р.

*Присвячена 100-річчю  
Університету державної фіскальної служби України*

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА:  
КЛЮЧОВІ МЕХАНІЗМИ ОРГАНІЗАЦІЇ,  
ОСНОВНІ ДРАЙВЕРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

*Збірник матеріалів III міжнародної  
науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»*

**У двох частинах**  
**Частина 2**

**10–11 жовтня**

**Ірпінь**  
**2019**



Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»

УДК 334.7(477)(06)

ББК 65.9(4Укр)290я431

Д 70

*Рекомендовано до друку Вченою радою Університету державної фіскальної служби України  
(протокол № 8 від 26 вересня 2019 року)*

*Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції,  
присвяченої 100-річчю Університету державної фіскальної служби України  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні», 10–11 жовтня 2019 року*

**Рецензенти:**

**Варналій З. С.**, д.е.н., професор, професор кафедри фінансів Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**Бучинська О. В.**, к.е.н., доцент кафедри маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

**Організаційний комітет:**

**Голова – Пашко П. В.**, д.е.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, ректор УДФСУ;

**Заступник голови – Швабій К. І.**, д.е.н., професор, директор навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ;

**Топчій В.В.** – д.ю.н., професор, директор навчально-наукового інституту права УДФСУ;

**Бодров В.Г.** – д.е.н., професор кафедри економіки підприємства УДФСУ;

**Биковець В. М.** – генеральний директор Співки підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України;

**Войнаренко М.П.** – д.е.н., професор, член-кореспондент НАН України, перший проректор Хмельницького національного університету;

**Жмайлов В. М.** – к.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Сумського національного аграрного університету;

**Русак О.С.** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки підприємства Академії управління при Президенті Республіки Білорусь (м. Мінськ, Республіка Білорусь);

**Хэмурау М.** – д.е.н., доцент, директор департаменту економіки, маркетингу і туризму факультету економічних наук Молдавського державного університету (м.Кишинів, Республіка Молдова);

**Никитченко Н.В.** – д.ю.н., професор, завідувач кафедри господарського права та процесу УДФСУ;

**Гурочкіна В. В.** – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ;

**Слюсарева Л. В.** – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ;

**Цимбалюк С. Я.** - к.е.н., доцент, директор наукової бібліотеки УДФСУ.

**Д 70** Дослідження підприємництва: ключові механізми організації, основні драйвери та перспективи: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Економічні перспективи підприємництва в Україні», (10–11 жовтня 2019 р., м. Ірпінь) : у 2 ч. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. – Ч. 2. – 268 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 132).

**ISBN 978-966-337-548-9**

У збірнику опубліковано матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, присвячені питанням осмислення економічних проблем та перспектив розвитку підприємництва. Основними напрямками досліджень є: сучасні теоретичні погляди на підприємництво, його детермінанти, обмеження та можливості; моделі, тенденції, заходи та ініціативи державної політики розвитку підприємництва; правове регулювання підприємництва в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку; економічна безпека підприємницької діяльності; передові маркетингові та логістичні технології забезпечення розвитку та стійкості бізнесу; деструктивне підприємництво як суспільний виклик; національне надбання, гостинність і сталий розвиток туризму; Україна – територія можливостей для розвитку бізнесу: погляд молоді. Видання призначене для науковців, молодих вчених, аспірантів, студентів.

УДК 334.7(477)(06)

ББК 65.9(4Укр)290я431

**Матеріали розміщено у авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів, їх відповідність вимогам чинного правопису і достовірність фактів та статистичних даних несуть автори.**

© Науковий гурток «Економіст», 2019

© Університет ДФС України, 2019

**ISBN 978-966-337-548-9**



Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE**  
**STATE FISCAL SERVICE OF UKRAINE**  
**UNIVERSITY OF THE STATE FISCAL SERVICE OF UKRAINE**  
**UNIONN OF ENTERPRISES OF SMALL, MIDDLE AND PRIVATIZED ENTERPRISES**  
**OF UKRAINE**  
**KHMELNYTSKIY NATIONAL UNIVERSITY**  
**SUMY NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY**  
**ACADEMY OF MANAGEMENT OF PRESIDENCY OF REPUBLIC OF BELARUS**  
**MOLDOVIAN STATE UNIVERSITY**  
**Educational and Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs Affairs**  
**The Business Law and Process Department**  
**Department of Enterprise Economics**

The series «Customs in Ukraine» was founded in 2001. The continues this series –  
«Taxation and Customs in Ukraine» started in 2015

*The event dedicated to the 100th anniversary of the University of the State Fiscal Service of Ukraine*

## **ENTREPRENEURSHIP RESEARCH: KEY MECHANISMS OF THE ORGANIZATION, THE MAIN DRIVERS AND PERSPECTIVES**

Proceedings of the Third International Scientific and Practical Conference

### **«THE ECONOMIC PERSPECTIVES OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE»**

**The materials included in two parts**

**Part 2**

**Irpin**  
**October 10-11, 2019**





Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»

UDC 334.7 (477) (063)  
BBK 65.9 (4Ukr) 290y431  
D 70

*It was recommended for publication by the Academic Council University of State Fiscal Service of Ukraine  
(protocol № 8, October 10-11, 2019)*

*Collection of materials of the Second International Scientific and Practical Conference  
The conference is dedicated to the 100th anniversary of University of State Fiscal Service of Ukraine,  
“The economic perspectives of entrepreneurship in Ukraine”, October 10-11th 2019*

**Reviewers:**

**Varnalii Z. S.**, Doctor of Economics, professor, professor of the Department of Finance in Taras Shevchenko National University of Kiev;

**Buchinskaya O. V.**, Ph.D., Associate Professor of the Department of marketing in Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman.

**Organization Comitee:**

**Head – Pasko P. V.**, Doctor of Economics, professor, Honored Science and Technology Worker of Ukraine, USFSU rector;

**Deputy Director – Shvabiy K. I.**, Doctor of Economics, professor, Director of Educational-Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs business of UDFSU;

**Topchiy V. V.** – Doctor of Laws, Professor, Director of Educational-Scientific Institute of Law of USFSU;

**Bodrov V.G.** – Doctor of Economics, Professor of the Department of enterprise economics in USFSU;

**Bikovets V. M.** – The general director of the Union of Entrepreneurs of Small, Medium and Privatized Enterprises of Ukraine;

**Voynarenko M. P.** – Doctor of Economics, professor, member correspondent in National Academy of Science of Ukraine, first pro-rector in Khmelnytskyi National University;

**Zhmaylov V. M.** – Ph.D., Professor, pro-rector of the scientific, pedagogic and educational system in Sumy National Agrarian University;

**Rusak E. S.** – Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of enterprise economics in Academy by Belarus Republic President (Minsk, Republic Belarus);

**Gamurari Maria** – Doctor of Economics, Associate Professor, Director of the Department of Economics, Marketing and Tourism, Faculty of Economic Sciences, Moldavian State University (Chisinau, Republic of Moldova);

**Nikitchenko N. V.** – Doctor of Laws, Professor, Head of the Business Law and Process Department of USFSU;

**Hurochkina V. V.** – Ph.D., Associate Professor of the Department of enterprise economics in USFSU;

**Slusareva L. V.** – Ph.D., Associate Professor of the Department of enterprise economics in USFSU;

**Tsimbalyuk S. Y.** – Ph.D., Associate Professor, Director of scientific library in USFSU.

**D 70** Entrepreneurship research: key mechanisms of the organization, the main drivers and perspectives: Collection of materials of the Third International Scientific and Practical Conference «Economic perspectives of business in Ukraine», (october 10-11 2019, Irpin) : in 2 p. P. 2. – Irpin : University of SFS of Ukraine, 2019. – 268 p. – (The series «Taxation and Customs in Ukraine», t. 132).

**ISBN 978-966-337-548-9**

Materials of the Third International Scientific and Practical Conference, dedicated to comprehension of economic problems and perspectives of business development, are in the collection. Main directions of research are the modern theoretical views on entrepreneurship, its determinants, limitations, and opportunities; models, trends, actions and initiatives of the state business development policy; the legal regulation for entrepreneurship development in Ukraine and in the world: problems and prospects; economic security of business activity; advanced marketing and logistics technologies for business development and sustainability; destructive entrepreneurship as a social challenge; national heritage, hospitality and sustainable development of tourism; Ukraine – territory of opportunities for development of enterprise: view of youth. Edition is designed for scientific society, young scientists, postgraduates and students.

UDC 334.7(477)(063)  
BBK 65.9(4Ukr)290y431

**Materials are published accordingly to author's editing. Conformity and contents of materials, their compliance to the current spelling requirements and facts and statistics reliability are held by authors.**

**ISBN 978-966-337-548-9**

© Scientific club «Economist», 2019  
© University of SFS of Ukraine, 2019



## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 6. УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ: ПОГЛЯД МОЛОДІ

1. Авраменко Анастасія Володимирівна, студентка УДФСУ  
**ПРИХОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО  
ВИКОРИСТАННЯ.....16**
2. Андросович Вікторія Сергіївна, студентка УДФСУ  
**ЗАХИСТ ПРАВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В  
УКРАЇНІ.....18**
3. Білоцерківська Катерина Олександрівна, студентка УДФСУ  
**ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ  
ПІДПРИЄМНИЦТВА .....21**
4. Безпала Катерина Анатоліївна, студентка УДФСУ  
**ПЕРЕДОВІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ  
БІЗНЕСУ .....23**
5. Бевз Вадим Олександрович, студент УДФСУ  
**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....27**
6. Білорус Артем Ігорович, студент УДФСУ  
**ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ  
У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....28**
7. Берлізев Ілля, студент УДФСУ  
**МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА – ОСНОВА  
ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ПРИБУТКОВОСТІ .....31**
8. Білоконь Олександр Миколайович, студент УДФСУ  
**СИСТЕМА ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.34**
9. Борецький Ростислав Орестович, студент УДФСУ  
**ОСОБЛИВОСТІ ТРАКТУВАННЯ РЕІНЖІНІРИНГУ ВИРОБНИЧИХ  
ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА .....37**
10. Воляник Віталій Миколайович, студент УДФСУ  
**МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТО-  
СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....40**
11. Гришко Єлизавета Володимирівна, студентка УДФСУ  
**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....41**
12. Грилюк Володимир, студент УДФСУ  
**ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИМ  
РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА .....44**
13. Гатченко Катерина Олександрівна, студентка УДФСУ  
**ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО  
ПІДПРИЄМНИЦТВА.....46**
14. Глушко Віктор Сергійович, студент УДФСУ  
**ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....48**
15. Дзядик Христина Вікторівна, студентка УДФСУ  
**ОСОБЛИВОСТІ ЗЕЛЕНОЇ ЛОГІСТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ  
РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ .....51**
16. Давиденко Оксана Віталіївна, Дементьєва Анастасія Олександрівна,  
студентки УДФСУ  
**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В  
УКРАЇНІ .....54**
17. Демченко Борис Ігорович, студент УДФСУ  
**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**



	<b>ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....</b>	<b>56</b>
18.	Діхтярук Олександр Миколайович, студент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ <b>СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....</b>	<b>59</b>
19.	Дубчак Михайло Андрійович, студент УДФСУ <b>ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ .....</b>	<b>61</b>
20.	Духно Олександра Олександрівна, студентка УДФСУ <b>ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....</b>	<b>64</b>
21.	Єфимов Єгор Володимирович, студент УДФСУ <b>ПЕРЕШКОДИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>66</b>
22.	Жовновська Галина Володимирівна, студентка УДФСУ <b>РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....</b>	<b>68</b>
23.	Журибеда Марія Олександрівна, студентка УДФСУ <b>СУТНІСТЬ, КОНЦЕПЦІЇ ТА РОЗВИТОК ТЕОРІЙ ПОДАТКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ДЕРЖАВ .....</b>	<b>71</b>
24.	Загоровська Анастасія Олександрівна, студентка УДФСУ <b>СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ.....</b>	<b>74</b>
25.	Івашко Софія Василівна, студентка УДФСУ <b>ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА СПЛАТИ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ.....</b>	<b>76</b>
26.	Івашко Анастасія Олександрівна, Лещенко Марина Анатоліївна, студентки УДФСУ <b>МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>79</b>
27.	Істоміна Анастасія Ігорівна, студентка УДФСУ <b>ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>82</b>
28.	Іщенко Аліна Олегівна, студентка УДФСУ <b>СТРАТЕГІЯ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ...84</b>	
29.	Кацімон Марія Миколаївна, студентка УДФСУ <b>ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА...87</b>	
30.	Качанова Анастасія Ігорівна, студентка УДФСУ <b>СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ.....89</b>	
31.	Клименко Катерина Василівна, студентка УДФСУ <b>ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>92</b>
32.	Книшик Валентин Ігорович, студент УДФСУ <b>ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....94</b>	
33.	Кудацький Валерій Валерійович, студент УДФСУ <b>РЕІНЖИНІРИНГ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ .....</b>	<b>96</b>
34.	Костіна Олександра Євгеніївна, студентка УДФСУ <b>ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПрАТ « РОШЕН» .....</b>	<b>99</b>
35.	Кукурудза Наталія Володимирівна, студентка УДФСУ <b>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>102</b>
36.	Кравчук Наталія Романівна, студентка УДФСУ <b>РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ.....</b>	<b>104</b>



37.	Кабанова Поліна Олегівна, студентка УДФСУ СМАРТ-ПРОМИСЛОВІСТЬ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	107
38.	Кобець Інна Олександрівна, студентка УДФСУ ПРАВОВИЙ СТАТУС НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ .....	109
39.	Кулик Ірина Ігорівна, студентка УДФСУ СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ.....	111
40.	Левківська Марія Степанівна, студентка УДФСУ СПОТ ОПЕРАЦІЇ ЯК МЕТОД РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ.....	115
41.	Литвак Сніжана Богданівна, студентка УДФСУ НЕФОРМАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК СУСПІЛЬНИЙ ВИКЛИК.....	118
42.	Ліпатова Тетяна Володимирівна, студентка УДФСУ ЗАСТОСУВАННЯ ТАРГЕТИНГУ В МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM.....	120
43.	Лось Олексій Михайлович, студент УДФСУ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	122
44.	Матвійко Наталія Григорівна, студентка УДФСУ КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	123
45.	Микита Василь Васильович, студент УДФСУ МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ВІДНОСНОГО РІВНЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ .....	126
46.	Волинець Віталій Володимирович, студент Вінницького торговельно- економічного інституту КНТЕУ КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР, ЩО ВПЛИВАЄ НА ІМІДЖ БРЕНДУ.....	129
47.	Микитчик Дмитро Вікторович, студент УДФСУ ПЕРЕДОВІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТА СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ .....	132
48.	Маркевич Альвіна Вікторівна, студентка УДФСУ МЕТОДИКА ОЦІНКИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ВЗАЄМОДІЄЮ ТЕМПІВ ЗРОСТАННЯ.....	133
49.	Мамалига Вікторія Олегівна, студентка УДФСУ ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ.....	135
50.	Мігунова Жанна Павлівна, студентка УДФСУ ЕКОЛОГІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ШЛЯХ ДО УСПІХУ.....	138
51.	Моргуненко Артем Сергійович, студент УДФСУ BEPB ЯК НОВИЙ ЛАНДШАФТ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	140
52.	Морозова Ірина Володимирівна, студентка УДФСУ ЗБАЛАНСУВАННЯ ФІНАНСІВ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ .....	142
53.	Овсяннікова Вікторія Іванівна, студентка УДФСУ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ШЛЯХУ ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ.....	146
54.	Онищук Наталія Володимирівна, студентка УДФСУ ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ АКТИВІЗАЦІЇ КУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧА.....	148
55.	Паламар Сергій Миколайович, студент УДФСУ ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	151
56.	Панченко Руслана Сергіївна, студентка УДФСУ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СКЛОТАРИ.....	154
57.	Петрина Андрій Олександрович, студент УДФСУ СУЧАСНИЙ СТАН ТІНЬОВОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В	



	<b>УКРАЇНІ.....</b>	<b>156</b>
58.	Писарева Олександра Михайлівна, студентка УДФСУ <b>ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....</b>	<b>159</b>
59.	Почекутова Ганна Андріївна, студентка УДФСУ <b>МЕХАНІЗМ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....</b>	<b>161</b>
60.	Подерня Дарія Ігорівна, студентка УДФСУ <b>ОПТИМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВО .....</b>	<b>163</b>
61.	Попова Анастасія Костянтинівна, студентка УДФСУ <b>РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ .....</b>	<b>166</b>
62.	Райчева Аліна Олександрівна, студентка УДФСУ <b>КОНЦЕПЦІЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>168</b>
63.	Ржавська Анастасія, студентка УДФСУ <b>ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>171</b>
64.	Ружицька Ірина Вячеславівна, студентка УДФСУ <b>АНАЛІЗ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....</b>	<b>173</b>
65.	Росторгуєва Оксана Олександрівна, студентка УДФСУ <b>РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИКОРИСТАННІ МОДЕЛІ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ.....</b>	<b>176</b>
66.	Сайчишина Віта Леонідівна, студентка УДФСУ <b>ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА .....</b>	<b>179</b>
67.	Саннікова Катерина Віталіївна, студентка УДФСУ <b>БІОРЕІНЖІНІРИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНФРАСТРУКТУРНИМИ ПРОЕКТАМИ .....</b>	<b>181</b>
68.	Салманова Ксенія Вікторівна, студентка УДФСУ <b>ІНСТИТУТ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ. АНАЛІЗ РЕФОРМУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ БАНКРУТСТВА .....</b>	<b>184</b>
69.	Серветник В'ячеслав Ігорович, студент УДФСУ <b>КОНТРОЛІНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ .....</b>	<b>188</b>
70.	Слободяник Дмитро Григорович, студент УДФСУ <b>РЕІНЖІНІРИНГ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН .....</b>	<b>189</b>
71.	Сокур Марина Борисівна, студент УДФСУ <b>СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ.....</b>	<b>192</b>
72.	Синяк Максим Русланович, студент УДФСУ <b>СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>194</b>
73.	Синяк Максим Русланович, студент УДФСУ <b>РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ .....</b>	<b>197</b>
74.	Сліпородський Едуард Володимирович, студентка УДФСУ <b>ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....</b>	<b>199</b>
75.	Солоний Дмитро Олегович, студент УДФСУ <b>ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>202</b>
76.	Стефановський Олександр Олександрович, студент УДФСУ <b>МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ</b>	



	<b>ПІДПРИЄМСТВОМ .....</b>	<b>204</b>
77.	Стасюк Роман Васильович, студент УДФСУ <b>РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА .....</b>	<b>206</b>
78.	Тимчук Олег Зеновійович, студент УДФСУ <b>ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК КАТЕГОРІЙНЕ ПОНЯТТЯ .....</b>	<b>208</b>
79.	Тришина Анна Володимирівна, студентка УДФСУ <b>ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ СКЛАДОВІ БЕЗПЕКИ.....</b>	<b>210</b>
80.	Остроухова Ярослава, студентка УДФСУ <b>ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>212</b>
81.	Паплінський Віталій Володимирович, студент УДФСУ <b>ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІД: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ МОЖЛИВОСТІ .....</b>	<b>214</b>
82.	Позднякова Ольга Олегівна, студентка УДФСУ <b>РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ..</b>	<b>216</b>
83.	Пельц Сніжанна Миколаївна, студентка УДФСУ <b>ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕРГОВАНА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....</b>	<b>218</b>
84.	Стативко Олег, студент УДФСУ <b>ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....</b>	<b>220</b>
85.	Синяк Максим Русланович, студент УДФСУ <b>ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО РОЗВИТКУ.....</b>	<b>224</b>
86.	Тігорчук Тетяна Ігорівна, студентка УДФСУ <b>СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД БІЗНЕСУ.....</b>	<b>226</b>
87.	Раціборський Назар Віталійович, студент УДФСУ <b>ПЕРЕДОВІ МАРКЕТИНГОВІ ТА ЛОГІСТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТА СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ .....</b>	<b>228</b>
88.	Рожко Юрій Вікторович, студент УДФСУ <b>ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ МОТИВАЦІЯ .....</b>	<b>231</b>
89.	Стефанюк Вікторія Миколаївна, студентка УДФСУ <b>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ВЕДЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>233</b>
90.	Соловей Кристина Романівна, студентка УДФСУ <b>ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПП ВТК «ЛУКАС».....</b>	<b>237</b>
91.	Срібний Костянтин Володимирович, студент УДФСУ <b>ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ.....</b>	<b>239</b>
92.	Сушло Ігор Олександрович, студент УДФСУ <b>РОЛЬ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ У ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ... </b>	<b>241</b>
93.	Шелігацька Анна Олександрівна, студентка УДФСУ <b>ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....</b>	<b>244</b>
94.	Черненко Олександр Сергійович, студент УДФСУ <b>ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>246</b>
95.	Chernenko Olexander, студент УДФСУ <b>DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN UKRAINE.....</b>	<b>248</b>



96. **Ходаківська Марія Юріївна, студент УДФСУ**  
**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....250**
97. **Челюк Анастасія Ігорівна, студентка УДФСУ**  
**ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....253**
98. **Шаповалюк Іванна Олександрівна, студентка УДФСУ**  
**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....255**
99. **Шайко Дар'я Русланівна, студентка УДФСУ**  
**АНАЛІЗ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ.....257**
100. **Ялинчук Анастасія Володимирівна, студентка УДФСУ**  
**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ, ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ.....259**
101. **Яременко Валентина Сергіївна, студентка УДФСУ**  
**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ЧЕРЕЗ ФОРВАРДНІ ЗАКУПІВЛІ ЗЕРНА .....261**
102. **Ясентюк Анастасія Сергіївна, студентка УДФСУ**  
**ДЕРЕГУЛЯЦІЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОДИН ІЗ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ .....265**



---

**СЕКЦІЯ 6**  
**УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ**  
**ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ:**  
**ПОГЛЯД МОЛОДІ**

---





**Авраменко Анастасія Володимирівна,**  
студентка групи ЕПБі-15-2  
ННІ економіки, оподаткування  
та митної справи  
Науковий керівник:  
**Слюсарева Людмила Валеріївна,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **ПРИХОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ**

Сучасний світ досить динамічний і настільки перевантажений інформацією, що фахівцям з маркетингу не просто довго утримувати позитивний імідж товару чи послуги. Тому маркетологи вдаються до застосування різних видів маркетингу, які включають комплекс рекламних заходів, спрямованих на створення позитивного іміджу бренду, товару, послуги або компанії. Одним з таких видів маркетингу є прихований маркетинг.

На сьогодні, дослідженнями особливостей прихованого маркетингу та можливостей його застосування, займаються як зарубіжні так і вітчизняні вчені, серед яких можна виділити праці таких авторів: Х. Анн, Г.Л. Багієв, В. Д. Байков, В. С. Голик, Е. П. Голубков, В.В. Дик, В.В. Дергачова та інші.

Прихований маркетинг – це вид реклами, який включає в себе використання коментарів, відгуків, чуток і порад на різних великих ресурсах, що дозволяє ненав'язливо впливати на імідж бренду в очах цільової аудиторії. Метою прихованого маркетингу є створення чуток, найпотужнішого інструменту маркетингу, який здатний досягати навіть ізольованих від основної спільноти людей, до того ж, чуткам вірять більше ніж офіційним повідомленнями або рекламі [1]. Крім того, є ще і не рекламні джерела, до яких відносяться звичайні люди, вчені, знаменитості, які передають інформацію через бесіди та інтерв'ю. Саме головне - той, хто здійснює функції прихованого маркетингу, повинен виглядати так як і його цільова аудиторія, та має створювати враження, що у нього немає ніяких причин просувати продукт, крім щирої позитивної оцінки. Наприклад, у 1864 році бізнесмен Шустов для того, щоб рекламувати свій новий товар, з метою продажу, винаймав групу студентів, у завдання яких входило відвідувати питні заклади і просити коньяк «Шустов». Якщо ж його не було, студенти відразу влаштовували дебош і бійку. За кілька місяців такої реклами продажі коньяку Шустова зросли в кілька разів. Адже не тільки всі господарі питних закладів знали про новий коньяк. Реклама про нього поширювалася і через газети, де писали про бійки через коньяк [2].



Прихований маркетинг, це один з найперших видів реклами, який бере свій початок з давніх часів, коли люди обмінювались чутками і порадами, робили покупки або користувалися послугами, виходячи з відгуків. Цим видом реклами з успіхом користується і сучасний бізнес.

Часто, переглядаючи новинки кіноіндустрії, можна помітити, що герої фільму використовують одну і ту ж марку автомобіля або користуються духами певного бренду, які раз у раз потрапляють у великий кадр. Саме це і є різновидом прихованого маркетингу. Так само рекламують алкогольну, сигаретну продукцію, харчові продукти і багато іншого.

Такі ж методи використовуються і в ток-шоу (реаліті-шоу), фільмах, різних телевізійних передачах. Причому продукція може бути або просто показана на екрані неодноразово або невеликий текст про неї вставляється в нібито «живу» мову учасників.

В різних нарисах, статтях і навіть художній літературі можна також зіткнутися з прихованим маркетингом. Там, між рядків у невимушеній формі розповідається, як хтось користується продукцією певного бренду.

В Інтернеті прихований маркетинг найчастіше використовується на різних ресурсах: блогах, форумах, особистих щоденниках і навіть в соціальних мережах, де все засновано на довірчій атмосфері спілкування або особистому авторитеті блогера (власника щоденника). Людина, розповідаючи про щось в доступному стилі, ділиться зі світом своїми враженнями і ненароком згадує, що: «сильно зголоднівши, він вирішив перекусити. Заходить в Макдональдс, а там новий фреш рол. Вирішив спробувати, і виявилось, що все не так погано, як здавалося спочатку. Дуже навіть нічого». І все, реклама запущена: всі читачі цього блогера, які відчувають до нього психологічну довіру, вже відзначили собі черговий пунктик в своєму віртуальному списку: «Макдональдс, фреш рол» [3].

Передбачити ефективність прихованого маркетингу досить складно, але існує ряд фірм, які надають замовникам прозорі критерії для оцінки ефективності прихованого маркетингу. Якщо він спрацює, то люди зможуть не тільки використовувати продукцію самі, але і радити його іншим споживачам, що, з часом, може перерости у вірусний маркетинг. А це вже зовсім інший рівень, як по сприйняттю покупцями, так і по своїй надійності [4].

Наразі, прихована реклама переживає бурхливий розвиток, її можна зустріти у фільмах, книгах і навіть в театрі. Безліч людей її навіть не помічають, і також досить багато людей після того, як побачили, хочуть спробувати розрекламований продукт. А це означає, що прихований маркетинг тихо і ненав'язливо працює і часто виявляється навіть більш ефективним, ніж звичайна реклама, впливаючи на збільшення прибутку компаній.



### Список використаної літератури

1. Липчук В. В. Маркетинг: Основи теорії та практики: навчальний посібник [Текст] / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. – 3-тє вид., випр. і доп. – Львів: «Магнолія 2006», 2010. – 288 с
2. Що таке прихований маркетинг? [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://consumer-goods-marketing-idea.blogspot.com/2015/04/blog-post\\_90.html](http://consumer-goods-marketing-idea.blogspot.com/2015/04/blog-post_90.html).
3. Смолянчук О. Маркетингові комунікації в Інтернеті : канд. екон. наук / О. Смолянчук ; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – К., 2016-19 с.
4. Мельников С. Маркетингові стратегії в умовах інформаційної та цінової асиметрії : [монографія] / С. Мельников ; Одес. нац. мор. ун-т. – О. : ОНМУ, 2015. – 107 с.

**Андросович Вікторія Сергіївна,**

студентка групи ПМГ-19-1

ННІ права

Науковий керівник:

**Мілімко Лариса Василівна,**

к.ю.н., доцент,

доцент кафедри господарського права та

процесу УДФСУ

### ЗАХИСТ ПРАВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Підприємницька діяльність відіграє важливу роль у формуванні ефективної ринкової системи господарювання в Україні. Зокрема, вона сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів; утворює конкуренцію серед осіб, підвищуючи таким чином рівень праці, та є механізмом економічного розвитку. Значення даної діяльності є неоціненним для процвітання країни.

Розробкою питання захисту прав суб'єктів підприємницької діяльності в Україні займалися такі вчені-юристи: Н. Саніахметова, М. Карлін, В. Щербина, А. Пелих, О. Яворська, Р. Сивий, В. Кравчук, О. Вінник, Д. Задихайло та інші. Однак, як свідчить практика, при виникненні спірних ситуацій виявляється достатньо аспектів, які потрібно ще дослідити, що сприятиме розвитку підприємництва на території держави.

Конституція України, як основний закон держави, передбачає право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. В свою чергу, Основним законом передбачено зобов'язання держави щодо захисту конкуренції в підприємницькій діяльності і неприпустимість підприємницької діяльності, спрямованої на монополізацію і недобросовісну конкуренцію [1].



Підприємництво, як і будь-яка діяльність, передбачає свій специфічний механізм захисту прав суб'єктів підприємницької діяльності. Він закріплений на законодавчому рівні, а саме до таких нормативно – правових актів відносять: Конституцію України, Господарський Кодекс, Господарський процесуальний Кодекс, Цивільний Кодекс та інші законодавчі, підзаконні нормативно – правові акти.

Взагалі поняття «захист прав суб'єктів підприємництва» можна розглядати у двох значеннях: як захист права суб'єктивного потенційно здійснюваного і такого, що реалізовується або ж як права, порушеного із застосуванням засобів для відновлення порушеного права [2].

На сьогодні важливим нормативно-правовим актом в зазначеній сфері є Господарський Кодекс. Статтею 20 цього Кодексу передбачено гарантії і способи захисту прав і законних інтересів суб'єктів господарювання. До таких способів належать: визнання наявності або відсутності прав; відновлення становища, яке існувало до порушення прав та законних інтересів суб'єктів господарювання; припинення дій, що порушують право або створюють загрозу його порушення; присудження до виконання обов'язку в натурі; відшкодування збитків; застосування штрафних санкцій; застосування оперативно-господарських санкцій; застосування адміністративно-господарських санкцій; встановлення, зміни і припинення господарських правовідносин; іншими способами, передбаченими законом [3]. На основі аналізу даної норми слід вказати, що такий захист може відбуватися у судовому і позасудовому порядку, що дає можливість врегулювати спір досягнувши консенсусу.

Господарський процесуальний Кодекс України передбачає лише один із видів форм захисту, а саме судовий. У статті 4 вказано, що підприємства, установи, організації, інші юридичні особи, громадяни, що здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, і які в установленому порядку придбали статус суб'єкта підприємницької діяльності, мають право звернутися до господарського суду відповідно до встановленої підвідомчості господарських справ за захистом своїх порушених або оспорюваних прав і інтересів, що охороняються законом, а також для застосування передбачених даним кодексом заходів, спрямованих на запобігання правопорушення [4]. Тобто під час судової форми захисту суб'єктивних прав не лише розглядається конкретний господарський спор, але і здійснюється вплив на господарську діяльність підприємців, що є сторонами спору, у цілому.

Конвенція про захист прав і основних свобод людини для України передбачає, що кожен, хто перебуває під юрисдикцією України, після вичерпання всіх національних засобів правового захисту має не лише право, а й реальну можливість звернутися за захистом своїх прав до Європейського суду з прав людини [5].



Необхідною формою захисту прав підприємців є також діяльність установ та організацій, що охороняють їх права, що представляє собою позасудову форму захисту. До таких установ належать: Спілка українських підприємців, ціллю якої є консолідувати, представляти та захищати інтереси українського бізнесу; забезпечити формування позитивного іміджу «підприємця» і «підприємництва» в суспільстві; різноманітні молодіжні підприємницькі рухи, що здійснюють захист законних прав та інтересів суб'єктів господарювання, та профспілки працівників малого та середнього бізнесу, які захищають права та інтереси підприємців та найманих працівників [6].

Отже, в Україні є декілька форм захисту прав суб'єктів підприємницької діяльності: досудова, позасудова та судова. Загальнодоступною та найпоширенішою серед них є право звернення до суду. Вона передбачає не тільки захист національною судовою системою, але й можливість звернення до міжнародного суду та міжнародних організацій. Існування такої форми як позасудової дозволяє зменшити кількість звернень до суду, врегулювавши конфлікт на взаємних домовленостях. В свою чергу, досудова форма захисту прав являється елементом, що надає момент для вирішення спору за допомогою матеріальних та нематеріальних засобів, що прискорюють ситуацію щодо налагодження відносин між сторонами.

#### Список використаної літератури

1. Конституція України: Закон України від 21.02.2019 р. № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 15.09.2019 р.)
2. Миннихметова І.Д. Правові проблеми захисту прав підприємців. URL: <http://law.edu.ru/doc/document.asp?docID=1251846>.
3. Господарський Кодекс України: Закон України 07.02.2019. №2473-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15> (дата звернення: 15.09.2019 р.)
4. Господарський процесуальний Кодекс України: Закон України від 28.08.2018 р. № 2475-VIII. Відомості Верховної Ради України. 1992 р. № 6. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1798-12> (дата звернення: 15.09.2019 р.)
5. Конвенція про захист прав і основних свобод людини для України: Міжнародний документ від 02.10.2013 р. № 994\_002-13. Офіційний Вісник України. 1998 р. № 18. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_004](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004) (дата звернення: 15.09.2019 р.)
6. Спілка українських підприємців. URL: <https://sup.org.ua/uk>



**Білоцерківська Катерина Олександрівна,**

студентка групи МСБ-16-2

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Сторожук Олександр Володимирович,**

к.е.н., доцент кафедри митної справи

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Діяльність вітчизняних підприємств здійснюється в умовах нестабільного зовнішнього середовища, що пов'язано із виникненням факторів ризику та суттєво знижує рівень їх життєздатності. В таких умовах невизначеності і значних економічних суперечностей, зумовлених особливістю ринкової трансформації, важливим є вміння визначити основні сфери ризиків і загроз економічної безпеки та у зв'язку з цим приймати оптимальні рішення для нормального функціонування. Вагомим напрямом ефективного функціонування підприємництва є його безпека, що представляє сукупність відповідних методів щодо нейтралізації потенційних небезпек і створення таких умов для господарюючих суб'єктів, щоб забезпечити економічний розвиток і ефективну діяльність згідно поставлених цілей та висунутих завдань. Економічна безпека підприємництва є особливістю стабільного розвитку вітчизняної економіки. Для подолання дестабілізаційних чинників, які негативно впливають на функціонування та результативність підприємств, комплексним механізмом протидії є організаційні, матеріально-технічні, фінансово-економічні, інноваційні та інші заходи.

У сучасних умовах процес успішної діяльності та економічного розвитку українських підприємств багато в чому залежить від вдосконалення їх діяльності у сфері забезпечення економічної безпеки. Слід зазначити, що сьогодні не всі керівники підприємств готові повною мірою оцінити необхідність створення надійної системи економічної безпеки [1].

Рівень економічної безпеки підприємства суттєво залежить від спроможності керівництва щодо формування її системи. Основними функціональними складовими економічної безпеки підприємства є: фінансово-економічна, інтелектуально-кадрова, техніко-технологічна, інституційно-правова, силова та інформаційна.

Організація безпечної життєдіяльності суб'єктів господарювання залежить від самостійного формування своєї економічної політики, стабільності вітчизняної економіки, створення правових гарантій для підприємницької діяльності, здатності до вибору оптимальної моделі саморозвитку, можливості здійснювати інноваційну та інвестиційну діяльність тощо.



У сучасних умовах господарювання з метою швидкої та результативної адаптації підприємств до змін саме у зовнішньому середовищі, на нашу думку, слід використовувати ситуаційний підхід. Це насамперед буде давати можливість залежно від обставин, які виникли в оточенні підприємства, приймати оперативні ефективні управлінські рішення, запроваджувати відповідні заходи по підвищенню обсягів виробництва, використання новітніх технологій для виходу на новий сегмент ринку, а також скорочення можливих втрат від непередбачуваних подій в економіці.

Успіх підприємства в умовах перехідної економіки в Україні залежить від багатьох чинників, у т.ч. від формування системи внутрішнього контролю і системи захисту інформації та рівня облікової політики щодо забезпечення надійної фінансової звітності. [2, с.3].

Важливими умовами забезпечення економічної безпеки в умовах підприємства є: ефективність управлінських рішень; відповідний рівень фінансової стійкості; забезпечення захисту інформації і дотримання комерційної таємниці; використання прогресивних технологій; впровадження сучасних методів організації виробництва; високий рівень кваліфікації працівників та корпоративна культура; юридична підтримка інтересів підприємства; безпека персоналу, капіталу та майна та ін.

Отже, головною умовою функціонування та розвитку суб'єктів господарювання в сучасних умовах є їх економічна безпека, коли забезпечується збалансованість та стійкість до негативних впливів різного роду загроз і здатність забезпечувати на основі власних економічних інтересів ефективний розвиток.

### **Список використаної літератури**

1. Топалов С.А. Вплив внутрішніх та зовнішніх загроз на економічну безпеку підприємства / Топалов С.А., Шевченко В.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_8\\_157.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_157.pdf).
2. Міщук Є.В. Управління процесами адаптації підприємств до зовнішнього середовища: новітні тенденції/ Є.В. Міщук //Агросвіт. – 2015. - № 6. – С. 3.



**Безпала Катерина Анатоліївна**

студентка групи ЕПБі-15-2

ННІ економіки, оподаткування

та митної справи

Науковий керівник:

**Ружинська Наталія Олексіївна,**

к.е.н., ст. викладач кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ПЕРЕДОВІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

Динамічні перетворення на глобальних і національних ринках вказують на зниження ефективності традиційних підходів до реалізації класичних програм маркетингу. Сучасні умови господарювання, які характеризуються жорсткою конкуренцією на внутрішніх і зовнішніх ринках, стрімким розвитком науково-технічного прогресу та інформаційних технологій, зміною смаків і поведінки споживачів, вимагають пошуку нових ефективних механізмів з використанням дієвих інструментів формування маркетингових конкурентних переваг і завоювання лідерських позицій на сучасному ринку. Стрімкі перетворення в економічному геопросторі вимагають відповідної реакції і в підходах до маркетингової діяльності як для підприємств, що знаходяться на етапі становлення та розгортання своєї діяльності, так і для відомого та успішного бізнесу.

Фундаментальні засади розвитку системи маркетингу, його складових та інструментів стали предметом досліджень багатьох зарубіжних науковців: Ю. Лаврова, М. Портера, К. Романенко, К. Філіпса та ін. Продовжили та поглибили відповідні дослідження, зокрема таких питань, як маркетингові технології, підходи до їх аналізу, методи оцінки ефективності їх впровадження такі вітчизняні науковці: Н. Туницький, О.І. Шалева, М.В. Селюков, Н.В. Ребрикова та ін.

За сучасних умов господарювання маркетинг є єдиним засобом встановлення зв'язків між підприємцем і споживачем, дієвим інструментом отримання інформації про бажання, уявлення та мотиви споживачів, ефективним засобом досягнення поставлених цілей. Основним завданням маркетингу є вивчення потреб ринку в цілях максимального задоволення потреб споживачів і забезпечення умов отримання найбільшого прибутку підприємства від збуту виробленої ним продукції або надання послуг (виконання робіт).

У сфері управління підприємством і, зокрема, маркетингом технології використовуються вже досить давно. Технологія – це комплекс наукових та інженерних знань, реалізованих у прийомах праці, наборах матеріальних, технічних, енергетичних, трудових факторів виробництва, способах їх з'єднання





для створення продукту або послуги, що відповідають певним вимогам. Сучасні технології засновані на досягненнях науково-технічного прогресу й орієнтовані на виробництво продукту: матеріальна технологія створює матеріальний продукт, інформаційна технологія (ІТ) – інформаційний продукт [8].

Розвиток маркетингових технологій останніми роками відбувається досить швидкими темпами, що сприяло створенню великої кількості правил і технологій. Правильне застосування маркетингових технологій надає неоціненну допомогу в просуванні й реалізації товарів, що, у свою чергу, сприяє ефективному товарообігу, зміцненню ринку та стабілізації економіки загалом. Ці технології різноманітні, але мета їх використання одна – підвищення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта в умовах ринкової економіки [7; 9].

Нині технологій маркетингу багато. Зазвичай серед основних виділяють п'ять: сегментування, націлювання, позиціонування, аналіз і прогнозування [1].

Сегментування як технологія маркетингу передбачає поділ ринку на окремі сегменти задля досліджень споживчого попиту, відносин споживачів до певних продуктів.

Таргетинг (націлювання) як технологія маркетингу забезпечує фокусування маркетингових заходів на цільові сегменти ринку (тобто дає змогу із загальної кількості споживачів виділити за певними параметрами цільову аудиторію, якій призначається конкретний продукт компанії, на яку розрахована та чи інша реклама цього продукту).

Позиціонування – це технологія маркетингу, що дає змогу товару компанії за допомогою певних інструментів зайняти на ринку більш вигідну позицію, ніж позиції товарів компаній-конкурентів.

Аналіз – технологія маркетингу, що включає в себе діяльність з дослідження і вивчення ринку товарів і послуг, наявності та рівнів попиту на ті чи інші товари, вивчення в динаміці цінової політики на ринку, отримання даних і визначення ставлення споживачів до певних видів товарів з метою підвищення попиту на товари компанії.

Прогнозування є однією з найважливіших технологій маркетингу, що має прийоми і способи проведення маркетингових досліджень з метою оцінки перспективності ринку, можливостей його розвитку, відстеження динаміки цін і тенденцій їх зміни на період прогнозування [8].

Як свідчить зарубіжний досвід, використання маркетингових технологій дає змогу реалізовувати найбільш оптимальну стратегію управління, досягаючи не лише економічного, але й соціального ефекту. Проте вітчизняним підприємствам не завжди вдається досягати запланованих результатів на ринку (як на внутрішньому, так і на міжнародному) [6].

Складні умови, в яких знаходяться вітчизняні підприємства (у тому числі й ті, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність), змушують їх активніше



використовувати маркетингові технології. Розглянемо зміст та специфіку маркетингових технологій, які рекомендуємо використовувати вітчизняним підприємствам з різними інформаційними, виробничо-збутовими, фінансовими та іншими можливостями, а саме:

- вірусний маркетинг – це процес створення й розміщення медіа вірусу – цікавого та привабливого контенту (подібно вірусам, такі технології використовують будь-яку сприятливу можливість для збільшення кількості переданих повідомлень;
- маркетингові Інтернет-технології – це комплекс соціальних та управлінських процесів, які спрямовані на якнайповніше задоволення потреб споживачів у мережі Інтернет при формуванні пропозиції та системи обміну товарів і послуг за допомогою інформаційних комунікаційних технологій [10, с. 82];
- CRM (Customer relationship management) – управління взаємовідносинами з клієнтами. CRM-технології змінюють процес маркетингового планування, знижуючи його трудомісткість. CRM визначають передусім можливості збирання, оброблення й ефективного використання інформації, у першу чергу, про споживачів;
- трейд-маркетинг (торговий маркетинг, trade маркетинг) – це діяльність усіх учасників торгівлі, спрямована на організацію просування товару від виробника до кінцевих споживачів найбільш вигідним для всіх учасників чином:
- інтегровані маркетингові комунікації – це взаємодія всіх форм комплексу комунікацій, при якому кожна із форм повинна бути інтегрована з іншими інструментами маркетингу і підкріплена ними для досягнення максимальної економічної ефективності;
- брендинг і ребрендинг. Брендинг – це діяльність з формування і розвитку бренду. Як маркетингова технологія брендинг передбачає використання сукупності знань про способи і засоби управління процесами формування та розвитку бренду, а також досягнення конкурентоспроможної переваги для підприємства через диференціювання товару, причому ознаки, що диференціюють бренд, є якраз ті, які забезпечують споживача вигодами, за які він згоден платити. Ребрендинг – знаходження нової позиції для бренду і модифікація ідентичності бренду. Як маркетингова технологія ребрендинг передбачає здійснення рестайлінгу – візуальної зміни елементів бренду (логотипу, фірмового стилю або інших атрибутів бренду) і репозиціювання бренду, тобто зміну позиціонування на ринку, зміну назви, логотипу та візуального оформлення [4].

Отримані результати аналізу розглянутих підходів до тлумачення сутності маркетингових технологій та визначення їх ролі в забезпеченні ефективного



розвитку вітчизняних підприємств засвідчили необхідність поглиблення теоретико-методичних і прикладних засад маркетингових технологій як одного з пріоритетних та перспективних напрямків розвитку вітчизняних підприємств у сучасних умовах. Їх практичне використання дасть змогу підприємствам цілеспрямовано обирати найбільш ефективні у конкретній ринковій ситуації маркетингові заходи, оптимізувати маркетингові процеси, раціоналізувати і координувати вибір ефективних маркетингових інструментів. Застосування маркетингових технологій забезпечить підвищення ефективності управління як маркетинговою діяльністю, так і діяльністю підприємства загалом на основі спеціалізації праці маркетологів, розробки і застосування сучасних наукових методів та засобів планування, організації, обліку, аналізу й контролю діяльності. А тому подальшого дослідження потребують питання, пов'язані з визначенням особливостей використання маркетингових технологій, відповідного інструментарію оцінювання ефективності їх застосування підприємствами, які працюють у різних сферах діяльності на внутрішньому і/чи на міжнародному ринках.

#### Список використаної літератури

1. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Д. Кеннеди, К. Филлипс. М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2017. 344 с.
2. Лаврова Ю. В. Економіка підприємства та маркетинг : конспект лекцій [Електронний ресурс] / Ю. В. Лаврова. Харків, 2015. Режим доступу : <http://buklib.net/books/37178/>.
3. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. / М. Портер. М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. 806 с.
4. Ребрикова Н. В. Технология кросс-маркетинг: теория и практика [Электронный ресурс] / Н. В. Ребрикова // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы II междунар. науч. конф., июнь 2016 г., г. Санкт-Петербург. СПб. : Реноме, 2016. С. 84–86.
5. Романенко К. М. Маркетингові технології як механізм реформування державного управління в Україні / К. М. Романенко // Економіка та держава [Текст]. 2017. № 3.
6. Савенкова С. Європейський досвід використання маркетингових технологій у діяльності органів місцевого самоврядування / С. Савенкова // Ефективність державного управління : збірник наукових праць. 2016. Вип. 32. С. 365–374.
7. Селюков М. В. О роли и значении маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс] / М. В. Селюков, Н. П. Шалыгина, А. М. Кулик // Современные проблемы науки и образования. 2017. № 5.
8. Технологія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Технологія>.
9. Туницький Н. О. Впровадження системи маркетингових технологій при здійсненні імпорتنих операцій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)" / Н. О. Туницький. Київ, 2016. 21 с.
10. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. / О. І. Шалева. К. : Центр учбової літератури, 2017. 216 с.



**Бевз Вадим,**

студент групи ЕМУ-18-1

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Ружинська Наталія Олексіївна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Стрімке зростання конкуренції на ринку виробництва молочних продуктів супроводжується постійним пошуком шляхів впливу на їх якість. Глобальні структурні й технологічні зміни у виробництві, вплив інноваційних процесів відзначається високими вимогами до якості молочних продуктів. Стратегічні підходи до управління персоналом є основним фактором в управлінні діяльністю молокопереробного підприємства.

Значний внесок у дослідження стратегій управління персоналом внесли Рудьєв В. А. Тихомирова Н.В., Кочерга С.А. Петрова, І. Л. та інші науковці. Однак внаслідок складності й багатоаспектності цієї проблеми існують питання які висвітлені ще недостатньо.

Стабільна діяльність та розвиток молокопереробних підприємств є стратегічно важливим напрямом економіки України. Діяльність цих підприємств насамперед закономірно пов'язана із забезпеченням їх конкурентоспроможності, а це неможливо без персоналу підприємства, що є основним стратегічним ресурсом для забезпечення конкурентних переваг та якості продукції. Саме це зумовлює необхідність впровадження стратегічного управління персоналом.

Стратегічне управління персоналом є невід'ємною складовою частиною управління підприємством в цілому. І. Л. Петрова стратегію управління персоналом визначає як «сутність основних цілей і засобів управління людськими ресурсами»[1]. На її думку, стратегія управління персоналом є генеральним курсом розвитку підприємства.

Раціональне використання трудових ресурсів для підвищення прибутковості на молокопереробних підприємствах слід доповнити основні принципи розробивши власні стратегії управління персоналом та застосувати наступні принципи, враховуючи новітні інноваційні рекомендації в управлінні персоналом [2]:

Для розвитку молокопереробних підприємств, забезпечення конкурентоспроможності їх продукції слід застосовувати стратегії підприємства розвитку, фокусування і скорочення. Дані стратегії включають в себе і характерні їм стратегії управління персоналом.



Узагальнюючи результати дослідження слід зазначити, що застосувавши стратегію розвитку слід звернути увагу на помірне зростання бо швидке зростання є досить небезпечним на молокопереробних підприємствах. В цьому випадку стратегія управління персоналом цілеспрямована на закріплення та залучення кадрового потенціалу, його стабілізацію на підприємстві за рахунок переміщення та перепідготовки в середні підприємства. Використовуючи стратегію фокусування, яка спрямована на забезпечення переваг над конкурентами у відокремленому часто єдиному сегменті ринку, стратегія управління персоналом передбачає використання вузької спеціалізації та кваліфікації кадрів. Віддаючи перевагу стратегії скорочення, коли підприємство знаходиться в скрутному фінансовому стані, стратегія управління персоналом зводиться до збереження висококваліфікованих кадрів, перекваліфікації персоналу та звільнення низькокваліфікованих з подальшою допомогою їм в працевлаштуванні не здійснюючи набір нових працівників.

Отже, стратегії управління персоналом молокопереробних підприємств є основним напрямом їх розвитку. Реалізуючи в межах стратегічного управління персоналом основної ідеї щодо інвестування в персонал підприємства та його інноваційний розвиток формулює найбільшу значимість та необхідність впровадження стратегій управління персоналом в системі управління сучасним молокопереробним підприємством.

#### **Список використаної літератури**

1. Петрова, І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами : навч. посіб. / І. Л. Петрова. – К. : КНЕУ, 2013. – 466, [6] с.
2. Рульєв В. А. Управління персоналом : навч. Посібник / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич, Т. Л. Мостенська . – К. : Кондор, 2012. – 310 с.
3. Тихомирова Н.В., Кочерга С.А. Роль и место бизнес-образования в контексте развития информационного общества. Информационное общество, 2012. Вып. 2. С. 26-36

**Білорус Артем Ігорович,**

студент групи ФМР-18-1

ННІ фінансів, банківської справи

Науковий керівник:

**Минюк Олена Юрївна,**

к.ю.н., доцент, доцент кафедри

господарського права та процесу УДФСУ

## **ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

На сьогодні актуальність даної теми обумовлена необхідністю посилення правових гарантій учасників ринку цінних паперів, як необхідної умови



успішного функціонування та розвитку бізнесу і залученню іноземних інвестицій. Тому, як саме ринок цінних паперів є одним із провідних фінансових інструментів, який дозволяє оновлювати економіку держави, залучати та концентрувати інвестиції у виробничу та соціальну сфери, сприяє розвитку та прискоренню процесів приватизації тощо.

Проблемні питання правового регулювання ринку цінних паперів в Україні були предметом поодиноких досліджень вітчизняних авторів, зокрема: Загорський В. С., Кравченко Ю., Міщенко В., Назарчук І., Прилуцький Р.Б., Рекуненко І.І., Слівінська А.В. та ін. Такий стан наукової розробленості теми підтверджує необхідність більш глибокого дослідження зазначеної тематики, через потребу наукової обґрунтованості необхідності вдосконалення сучасного правового регулювання ринку цінних паперів для забезпечення ефективного функціонування та розвитку бізнесу.

Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану правового регулювання ринку цінних паперів, для визначення його основних недоліків, прогалин, що створюють перешкоди на шляху до ефективного функціонування та розвитку економіки та бізнесу.

Ринок цінних паперів є перспективним об'єктом фінансово-правового регулювання будь якої країни, бо цінні папери — це один з найбільш ефективних інструментів мобілізації вільних грошових ресурсів [2].

Також, можна зазначити, що ринок цінних паперів, як і будь-який інший ринок, є складним системним утворенням фінансово-економічної складової суспільного життя, особливо в сучасних умовах світової глобалізації економіки. З часу здобуття незалежності нашої держави так і не вдалося досягти того рівня розвитку ринку цінних паперів, на якому б він міг існувати у економічно розвиненій державі. Не зважаючи на те, що саме цінні папери є вагомим економічним інструментом, в Україні вони так і не стали значимим джерелом економічної діяльності держави, суб'єктів господарювання та суспільства в цілому.

В Україні існує ціла низка проблемних факторів, які негативно впливають на розвиток вітчизняного ринку цінних паперів. До таких факторів можна віднести наступні:

- «низький рівень захисту прав і покупців цінних паперів», що спричинено недовірою українського суспільства загалом до інституту цінних паперів;

- недосконалість чинного законодавства України з питань захисту власності що призводить до виникнення численних конфліктних ситуацій між учасниками ринків цінних паперів, які дуже складно і довго розглядаються в судових органах що призводить до зниження активності фінансових операцій на ринках цінних паперів;



- низький рівень нормативного та інформативного забезпечення учасників ринків цінних паперів, що за відсутності відповідних законів з питань захисту інтересів власників цінних паперів призводить до нецивілізованих механізмів обігу цінних паперів – можливості існування тіньових фінансових операцій з цінними паперами;

- відсутність рівних умов для операцій, пов'язаних із купівлею і продажем цінних паперів для всіх реальних і потенційних учасників ринку цінних паперів [4].

У сфері правового регулювання ринку цінних паперів, в Україні, можна виділити такі проблеми: більшість чинних законодавчих актів з регулювання фондового ринку є далекими від реальності, оскільки вони недостатньо добре деталізовані і в них не прописаний механізм його функціонування; у державі поки що дуже мало офіційних видань, в яких висвітлювалася б робота фондового ринку; законодавство України регулює не змістовну сторону діяльності суб'єктів фондового ринку, а формальну; наявним є недостатній контроль державних органів за дотриманням чинного законодавства на фондовому ринку; при розробці законодавчих актів відсутній принцип системності і науковості у сфері законодавства щодо фондового ринку; прийнята в Україні або та, що розробляється, термінологія часто не збігається з прийнятою міжнародною, що може призвести до певних невідповідностей [3].

Отже, на нашу думку, задля проведення ефективного правового регулювання ринку цінних паперів, відповідним державним органам потрібно виконати такі завдання:

1. Сформувати та забезпечити реалізацію єдиної державної політики щодо розвитку і функціонування ринку цінних паперів та похідних (деривативів) в Україні, сприяти адаптації національного ринку цінних паперів до міжнародних стандартів;

2. Координувати діяльність державних органів з питань функціонування в Україні ринку цінних паперів та похідних (деривативів);

3. Здійснювати державне регулювання та контроль за емісією і обігом цінних паперів та похідних (деривативів) на території України;

4. Захищати права інвесторів шляхом здійснення заходів щодо запобігання і припинення порушень законодавства на ринку цінних паперів.

Висновки. Так як, ринок цінних паперів є одним з найбільш ефективних інструментів мобілізації вільних грошових ресурсів його якісне правове регулювання відіграє важливу роль для розвитку бізнесу та залученню іноземних інвестицій. Таким чином, на основі проведеного дослідження можна дійти висновків, що актуальними проблемами правового регулювання ринку цінних паперів є перш за все його інфраструктура, обіг цінних паперів, угоди щодо них, механізм практичної реалізації правовідносин щодо цінних паперів.



### Список використаної літератури

1. Бровкова А. Л. Еволюція фінансово-правового регулювання ринку цінних паперів в Україні. URL: [http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/PDF/Nzizvru\\_2014\\_1\\_8.pdf](http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/PDF/Nzizvru_2014_1_8.pdf)
2. Бусарева Т. Г. Історія розвитку та становлення ринку цінних паперів України. Агросвіт. № 3. 2016. С. 20-23.
3. Муравйов К. В. Нормативно-правове регулювання фондового ринку в Україні. Порівняльно-аналітичне право. № 6. 2015. С. 203-206.
4. Слівінська А. В. Розвиток ринку цінних паперів в Україні. URL: [http://www.rusnauka.com/15\\_NPN\\_2009/Economics/46480.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Economics/46480.doc.htm).

**Берлізєв Ілля**

студент групи ЕПБі-15-2

Науковий керівник:

**Минчинська Ірина Василівна,**

старший викладач кафедри

економіки підприємства УДФСУ

### **МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА – ОСНОВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ПРИБУТКОВОСТІ**

Прибуток є різницею між сукупними доходами і сукупними витратами підприємства та характеризує кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства.

Несприятливі умови господарювання в економіці України вимагають нового підходу до всієї системи управління підприємством загалом, а також до управління процесом формування та використання прибутку зокрема. Особливої актуальності набуває питання формування такого механізму управління прибутком підприємства, який забезпечив би не лише безбитковість виробництва, а й отримання величини прибутку, достатньої для задоволення інтересів власників та досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.

Прибуток підприємства, незалежно від його організаційно-правової форми та виду діяльності, є об'єктом управління. В цілому, управління прибутком підприємства спрямоване на забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періоді. Разом з тим, ця головна мета покликана забезпечувати одночасно гармонізацію інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства.

Управління прибутком підприємства реалізує свою основну мету і головні завдання шляхом здійснення певних функцій шляхом впливу на об'єкти управління. Побудова системи управління прибутком підприємства вимагає





формування систематизованого переліку об'єктів управління, які поділяються на два основні види:

- управління формуванням прибутку;
- управління розподілом і використанням прибутку.

Кожен з цих макрооб'єктів управління прибутком, в свою чергу, підрозділяється на об'єкти нижчого порядку, утворюючи певну ієрархічну систему.

Механізм управління прибутком підприємства базується на певних, притаманних йому принципах та особливостях. Всю сукупність принципів ефективного управління прибутком підприємства науковці розподіляють на загальні і специфічні (рис. 1).

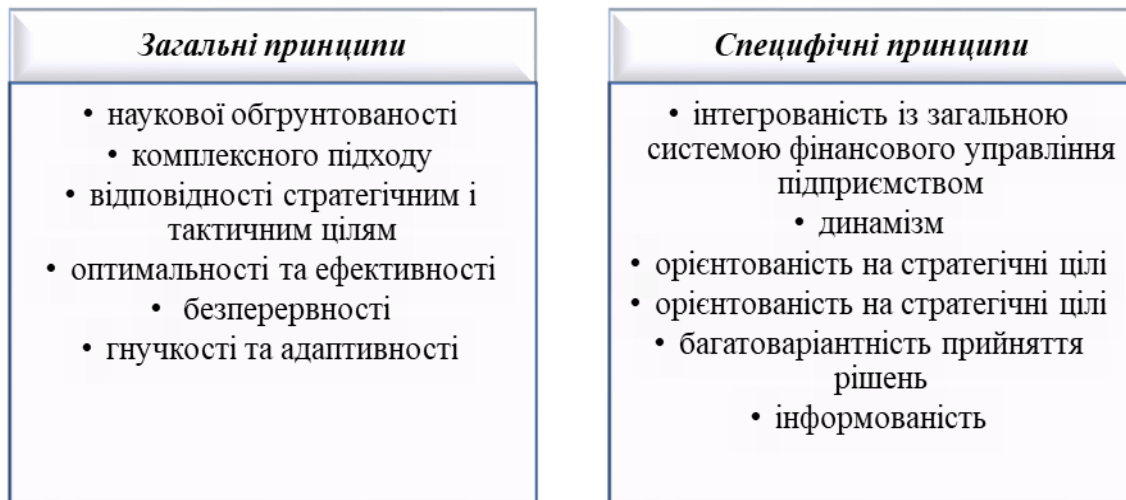


Рис. 1. Принципи управління прибутком підприємства [1, с. 124].

Тобто, до загальних принципів управління прибутком підприємства належать: принцип наукової обґрунтованості; комплексного підходу; відповідності стратегічним і тактичним цілям і завданням підприємства; оптимальності та ефективності та ін. Серед специфічних принципів управління слід відмітити такі як: інтегрованість із загальною системою фінансового управління підприємством; динамізм; орієнтованість на стратегічні цілі та ін.

Для процесу управління прибутком підприємства в умовах ринкових відносин характерні певні особливості, зокрема наступні:

- удосконалення планування розподілу фінансових ресурсів підприємств;
- підвищення вимог до організації управління матеріальними ресурсами підприємств;
- посилення ролі функції регулювання у формуванні кредитної політики підприємств;
- проведення ефективного контролю фінансових результатів підприємств тощо [1, с. 69].

В сучасних умовах механізм управління прибутком більшості вітчизняних підприємств не є досконалим, свідченням чого є значна частка збиткових підприємств, падіння величини чистого прибутку, одержуваного підприємствами. А тому даний механізм потребує удосконалення. Головною



метою удосконалення механізму управління прибутком підприємства виступає забезпечення динамічного розвитку підприємства необхідними і достатніми фінансовими ресурсами за умов їх більш ефективного використання, максимізація чистого прибутку за припустимого рівня фінансових ризиків у поточному і перспективному періодах.

Реалізацію зазначеної поставленої мети забезпечує вирішення ключових завдань механізму управління прибутком підприємства, а саме:

- планування прибутковості від звичайної діяльності підприємства;
- виявлення резервів максимізації прибутку за рахунок видів діяльності;
- виявлення резервів нарощування прибутку за рахунок оптимізації витрат;
- посилення конкурентоспроможності за рахунок визначення припустимого рівня фінансових ризиків [2, с. 34].

Тобто, процес управління прибутком підприємства базується на певному механізмі, до складу якого входять наступні елементи:

1. Державне нормативно-правове регулювання питань формування та розподілу прибутку підприємства. Передбачає прийняття законів та інших нормативних актів, що регулюють формування прибутку підприємства в різних формах, основними з яких є такі: податкове регулювання, регулювання механізму амортизації основних засобів і нематеріальних активів, регулювання мінімальних розмірів заробітної плати та ін.

2. Ринковий механізм регулювання формування і використання прибутку підприємства. Попит і пропозиція на товарному і фінансовому ринках формують рівень цін на продукцію, вартість залучення кредитів, прибутковість окремих цінних паперів, середню норму прибутковості капіталу.

3. Внутрішній механізм регулювання окремих аспектів формування, розподілу і використання прибутку підприємства. Даний механізм формується в рамках самого підприємства, відповідно регламентуючи ті чи інші оперативні управлінські рішення з питань, пов'язаних з формуванням, розподілом і використанням прибутку з урахуванням специфіки діяльності конкретного підприємства.

4. Система конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком, а саме методів аналізу, планування і контролю формування і використання прибутку, за допомогою яких досягаються необхідні результати. До числа основних з них відносять наступні методи: техніко-економічних розрахунків, балансовий, економіко-статистичні, економіко-математичні, порівняння та ін. [3, 4].

Тобто, можна стверджувати, що управління прибутком підприємства передбачає формування певного механізму, який дозволяє втілити в дію розроблені і прийняті управлінські рішення по всіх аспектах формування, розподілу, використання і планування прибутку на підприємстві.



Таким чином, головною метою управління прибутком підприємства є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Серед пріоритетних напрямків розвитку механізму управління прибутком підприємства в Україні може бути: оптимізація зовнішніх і внутрішніх, вхідних і вихідних грошових потоків; вдосконалення методів оцінки і планування обсягу прибутку на поточний і перспективний періоди.

### Список використаної літератури

1. Андріяш А. С. Особливості управління прибутком підприємства / А. С. Андріяш, А. Ю. Могилова // Молодий вчений. – 2014. – № 6 (1). – с. 68-70.
2. Чорна О.М. Механізм управління прибутком підприємств в Україні / О.М. Чорна, О.О. Мацнева // Фінанси, банки, інвестиції. – 2012. – №1. – с. 30-35.
3. Мірошниченко О. Ю. Механізм управління прибутком вітчизняних підприємств / О. Ю. Мірошниченко, Ю. В. Корконос // Бізнес Інформ. – 2014. – №5. – С. 280–285.
4. Зінченга Т.В. Управління прибутком і рентабельністю підприємства в умовах ринкової економіки / Т.В. Зінченга // Вісті ДВ. – 2009. – № 7. – с. 57-62.

**Білоконь Олександр Миколайович,**  
студент ЕПБ – 15-1, ННІ ЕОМС

Науковий керівник:

**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## СИСТЕМА ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Негативні тенденції в розвитку української економіки поступово поширюються. Під впливом нестабільного ринкового середовища, промислові підприємства відчувають спад виробництва та погіршення стану зношеності виробничих потужностей. Причинами даного явища є неефективна політика управління та депресивний стан економічного розвитку. Така ситуація не дає можливості підприємствам накопичувати кошти для поширення виробничих потужностей та проведення модернізації. Саме це є основними факторами для розвитку та забезпечення реалізації виробничого потенціалу підприємства. Виробничий потенціал є комплексною системою ресурсів підприємства, що дозволяють ефективно здійснювати та реалізувати виробничі процеси. Удосконалення механізмів забезпечення реалізації та застосування заходів щодо управління виробничого потенціалу промислових підприємств, надасть можливість підвищити ефективність використання виробництва і збуту



вітчизняної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Тому проблема забезпечення реалізації виробничого потенціалу промислового підприємства є актуальною.

Дослідження теоретичних та прикладних аспектів забезпечення реалізації виробничого потенціалу підприємства здійснили такі вчені, як Андрощук Д. В., Анчишкин А. И., Березін О. В., Богатирьов А. М., Гаєвська Л.М., Гурочкіна В.В., Жук О.Є., Запащук Л.В., Левченко Ю. Г., Лазебник Л.Л., Марченко О.І., Міценко Н.Г., Рзаєва Т.Г., Сарай Н.І., Чернова О.В., Семененко О. Г., Федонін О.С., Хринюк О. С., Яковлев А.І., Яковлев В.І. та інших.

Науково-технічний та виробничий потенціал підприємства формується із наступних складових: кадрового; освітнього; інтелектуально-наукового; методичного; проектно-конструкторського; матеріально-технічного; технологічного; патентно-ліцензійного; інформаційного; комунікаційного; адаптаційного; організаційного; структурного; управлінського; фінансового [3, с. 90].

Кожне підприємство будь-якої форми власності та приналежності, повинне ґрунтуватися на об'єктивній інформації про стан об'єкта управління. Оцінка елементів, що утворюють виробничий потенціал, повинна зводитися до оцінки конкретних характеристик об'єктів. Для методик оцінки виробничого потенціалу, характерна оцінка, що виходить із завантаження окремих одиниць, видів обладнання, технічного рівня окремих його видів, оцінки окремих елементів технології з метою досягнення максимально високого рівня використання виробничого потенціалу.

Для визначення продуктивності та конкурентоспроможності існує комплексна система оцінки, в основу якої становлять критерії та показники, які характеризують виробничий потенціал підприємства, дані наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Система критеріїв і показників оцінки потенціалу підприємств<sup>1</sup>

Критерії	Показники
Техніко-технологічний	Рівень прогресивності обладнання, %
	Рівень модернізації обладнання, %
	Рівень освоєння нової техніки, %
	Коефіцієнт використання матеріалів
	Коефіцієнт використання обладнання
Кадровий	Коефіцієнт плинності кадрів
	Питомі витрати на підвищення кваліфікації та навчання, %
	Рівень мотивації персоналу, %
	Рівень кваліфікації, %
	Забезпеченість кадрами вищої кваліфікації, %
Організаційно-управлінський	Видатки на інформаційну діяльність, %
	Частка нової продукції в загальному обсязі продажів, %
	Рівень механізації управлінських робіт, %
	Коефіцієнт оперативності роботи апарата управління

<sup>1</sup> Сформовано на основі [1], [4].



За результатами групування системи критеріїв і показників оцінки потенціалу підприємств, визначено, що при аналізі та оцінці ефективності виробничого потенціалу підприємства існує велика кількість підходів та методів, все залежить від особливостей об'єкта.

Ефективність виробничого потенціалу підприємства залежить від структури, надійності і достовірності інформації. Суттєво впливає на виробничий потенціал підприємства інформаційна складова. Це обумовлюється тим, що інформаційні і інтелектуальні ресурси прискорюють процес створення, накопичення і використання матеріальних і фінансових ресурсів, забезпечуючи їх перерозподіл, концентрацію і інтенсивне відтворення. Тенденції сучасного розвитку ринкового середовища вимагають від підприємства активного і ефективного використання інформаційних і інтелектуальних ресурсів.

Таким чином, система оцінки виробничого потенціалу підприємства є важливим питанням, так як включає широкий спектр оцінювання всіх видів економічних ресурсів: фінансових, матеріальних, людських, інформаційних (включаючи іміджеві), з розподілом їхнього впливу на внутрішнє і зовнішнє середовища, що вимагає виділення таких видів ефективності, як внутрішня і зовнішня. Виробничий потенціал підприємства надає реальну можливість створювати й виробляти конкурентоспроможну продукцію при наявності й раціональному використанні всіх взаємозалежних факторів виробництва, при цьому створювати умови для сталого розвитку та реалізації стратегічних цілей в умовах змінного зовнішнього та внутрішнього середовища.

#### **Список використаної літератури**

1. Богатирьов А. М. Планування діяльності підприємств харчової промисловості в умовах ринку / А.М.Богатирьов, А.І.Бутенко, І.О.Кузнецова; Під ред. Бутенка А.І.; Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України, Одес. нац. акад. харч. технологій.– О., 2003-273 с.
2. Гаєвська Л.М., Чернова О.В. Виробничий потенціал – основа розвитку підприємства. Вісник ЖДТУ. 2011. № 1(55). 184 с.
3. Гурочкіна В. В. Формування та оцінювання науково-виробничого потенціалу підприємства / В. В. Гурочкіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 6(1). – С. 90-93.
4. Дейнеко Л.В. Харчова промисловість України: ефективність використання виробничих ресурсів і кадрового потенціалу / Л. В. Дейнеко, Е.І. Шелудько / НАН України; Ін-т екон. та прогноз. НАН України. – К., 2013. – 120 с.



**Борецький Ростислав Орестович,**  
студент групи ПТМ-18-1  
ННІ економіки, оподаткування  
та митної справи  
Науковий керівник:  
**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ТРАКТУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Сьогодні в Україні виробничі підприємства стикаються із проблемою доведення у відповідність своєї діяльності до умов прискореного економічного розвитку. Це зумовлюється швидкими темпами розвитку сучасних інформаційних технологій та підвищеним рівнем конкуренції. Ці умови викликають складність функціонування вітчизняних підприємств, тому для того щоб вижити та бути конкурентоспроможним на ринку вже недостатньо бути лише гнучким у виробництві. Оскільки, більшість підприємств в Україні переживають кризовий період, реінжиніринг може стати рятівним інструментом управління. Тому, актуальним питанням для виробничих підприємств сьогодні є питання реінжинірингу виробничих процесів підприємств та їх реорганізація.

Перше визначення поняття реінжинірингу, яке і стало основою для більшості методологій, було сформульоване М. Хаммером та Дж. Чампі, що реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів компанії для досягнення докорінних покращень основних актуальних показників її діяльності – вартість, послуги, якість, темпи [4, с. 47].

Реінжиніринг виробничих процесів підприємств вирішує такі завдання: визначає раціональну послідовність робіт, яка забезпечує скорочення тривалості виробничого циклу виготовлення продукції; забезпечує ефективне використання ресурсів в виробничих процесах з метою мінімізації витрат; будує гнучкі виробничі процеси, які націлені на швидку адаптацію до потреб ринку; синхронізує і координує паралельно виконувані процеси підприємства [2, с.237].

Як зазначає Гурочкіна В.В., реінжиніринг є креативним та інноваційним методом комплексної трансформації підприємства. Він не прагне зробити бізнес краще завдяки поступовим поліпшенням, він дозволяє зробити неочікуваний стрибок інноваційного розвитку. Процеси реінжинірингу (зміни в техніко-технологічній, інтелектуально-кадровій та матеріально-виробничій сферах)



змінюють управління та здійснюють розвиток підприємства, при цьому під час реалізації самовдосконалюються. Досягнення синергії завдяки ефективному управлінню активами і ресурсами, здійснюючи інноваційний розвиток є найвищим ступенем сталого розвитку підприємства [1, с.210].

Найбільш реінжинірингу виробничих процесів потребують великі промислові підприємства, в яких є великі площі та застаріле обладнання, що піднімає ціну на продукцію та зменшує саму якість виробленої продукції. Цим підприємствам актуальним буде не лише використовувати інструменти самого реінжинірингу, але й інші, що спрямовані на оптимізацію виробничих процесів. Підприємства, що потрапляють під такі критерії, можна використовувати не лише інструменти реінжинірингу, але й інші, спрямовані на оптимізацію виробничих процесів. Виробничі процеси підприємства, відносяться до основних процесів підприємства, як і збут та постачання. До основних процесів відносяться всі процеси, що додають цінність.

Такими методами є метод реформування – відмову від невикористовуваних площ підприємства, та орієнтацію на виготовлення конкретного продукту з скороченням виробничих процесів. Другий метод – це концентрація виробництва, що має на меті оптимізацію шляхом згрупування однакового виробництва на підприємстві та відмову від інших непрофільних виробництв (використовуючи зовнішній або внутрішній аутсорсинг).

Усова Г. В. зазначає, що існує декілька форм концентрації: збільшення виробництва однорідної або різнорідної продукції; розвиток концентрації на основі комбінування виробництва; розвиток концентрації на основі диверсифікації виробництва [3].

Шляхи реалізації концентрації виробництва виділяють: збільшення кількості машин, технологічних ліній на колишньому технічному рівні; застосування машин, обладнання і агрегатів з більшою одиничною потужністю; одночасне збільшення кількості машин і устаткування як колишнього технічного рівня, так і більш прогресивного; розвиток комбінування взаємопов'язаних виробництв.

Концентрацію виробництва вважається одним із методів реінжинірингу, поряд із аутсорсингом та бенчмаркінгом. Використання концентрації виробництва спрямоване на зменшення собівартості продукції шляхом скорочення витрат на утримання надмірних площ, споруд і обладнання та забезпечення не ефективних виробничих процесів.

Сукупність цих методів необхідно включати до проекту реінжинірингу виробничих процесів, яке передбачає перепроєктування і оптимізацію з метою підвищення ефективності виробництва, та якщо це необхідно виведення підприємства із глибокої кризи.

Чумак Л. Ф. виділяє три типи підприємств, для яких реінжиніринг є потрібним та необхідним: підприємства, що знаходяться на межі краху у зв'язку



з тим, що ціни на товари помітно вище їх якості помітно нижче, ніж у конкурентів; підприємства, що не мають у нинішній момент ускладнень, але передбачають неминучість виникнення важко вирішуваних проблем; підприємства, що не мають проблем зараз, не прогнозують їх у близькому майбутньому [5, с. 244].

Отже, реінжиніринг виробничих процесів має підкріплюватися відповідною, прилаштованою до цього організаційною структурою, належною інформаційною технологією та сучасними міркуваннями. Реінжиніринг неможливо здійснювати автономно, тому проведення реінжинірингу потребує вивчення існуючого світового досвіду з адаптацією до потреб конкретного підприємства. Підприємство, що прагне вижити або поліпшити своє положення на ринку, повинне постійно вдосконалювати технології виробництва, способи організації ділових процесів та процесів управління. Якщо на підприємстві виникає потреба суттєвої реорганізації діяльності, то використовується реінжиніринг – усі перетворення починаються ніби з «чистого аркуша».

#### Список використаної літератури

1. Гурочкіна В.В. Реінжиніринг як інструмент інноваційного розвитку підприємства / В.В. Гурочкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4. Том 3. – С. 207-211. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до збірн.: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3\\_226.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3_226.pdf)
2. Охріменко О. Оцінка ефективності реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств/ Економічний аналіз. Випуск 12. Ч. 1. - 2013 р. – С. 236-242.
3. Усова Г. В. Реінжиніринг виробничих процесів промислового підприємства на основі бенчмаркінгу та аутсорсингу [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Усова Ганна Володимирівна ; Нац. акад. наук України, Ін-т економіки промсті. – Донецьк, 2012. – 24 с.
4. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. – С.-Петербург : С.-Петербург. ун-т, 1999. – 341 с
5. Чумак Л. Ф. Актуальні проблеми реінжинірингу виробничих підприємств / Л. Ф. Чумак // Бізнес Інформ. - 2018. - № 1. - С. 243-247. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2018\\_1\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_1_36).





**Воляник Віталій Миколайович,**  
студент групи ЕМУ-18-1  
ННІ економіки, оподаткування  
та митної справи  
Науковий керівник:  
**Калач Ганна Миколаївна,**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Здатність підприємства стабільно розвиватися та здійснювати ефективну господарську діяльність за умов активної конкурентної боротьби визначається наявністю у нього переваг, вмінню їх ефективно використовувати, а також здатністю протистояти внутрішнім та зовнішнім негативним факторам, що у цілому характеризують рівень його конкурентоспроможності.

Теоретичні засади формування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств досліджуються у світовій та вітчизняній науковій літературі. Серед зарубіжних науковців варто виділити М. Портера і І. Адзіка. Суттєвий внесок у дослідження зазначеної тематики зробили такі вітчизняні науковці, як О.М. Ковінько, С. В. Ковальчук, Н.О. Шевченко [1], Ю.М. Уткина [2], О.В. Коваленко [3] та ін. Високо оцінюючи значний науковий доробок учених, варто зазначити, що необхідним є подальший розвиток теоретико-методичної бази в галузі маркетингового забезпечення конкурентоспроможності.

Метою дослідження є вивчення конкурентної боротьби між мобільними операторами та її залежності від використовуваних маркетингових інструментів.

Основними гравцями українського ринку послуг мобільного зв'язку є ПрАТ «Київстар» з абонентською базою понад 26,3 млн абонентів та часткою ринку 43,7%, ПрАТ «Водафон Україна» – 21,6 млн. абонентів (35,8%) та ТОВ «Lifecell» – 11,7 млн абонентів (19,4%) [1].

Головними маркетинговими факторами розвитку і підтримки конкурентоспроможності є корпоративна ідентичність або айдентика, забезпечення зворотного зв'язку від споживачів та моніторинг показників якості наданих послуг.

На даний час більшість компаній для успішного просування своїх товарів та послуг використовують вплив бренду, формування якого передбачає використання засобів айдентики. До цих засобів можна віднести єдиний стиль в усій корпоративній мережі, від стилізованого оформлення офісів та магазинів до використання єдиного зразка уніформи для персоналу. Дотримання



корпоративного стилю дозволяє забезпечити пізнаваність бренду споживачами та досягти їх лояльного відношення [2].

Для реалізації засобів зворотного зв'язку та моніторингу використовуються як нові так і давно відомі ІТ засоби. До нових можна віднести чат-боти, системи автоматичного розподілу та обліку трафіку нового покоління для мереж 4G. А також спеціальні програми моніторингу для смартфонів які автоматично збирають інформацію про стан мережі і відправляють її на сервери оператора. Такий додаток розроблено компанією Київстар і основне його призначення прискорити обробку інформації та зменшити навантаження на менеджерів, які обробляють скарги клієнтів [3].

Таким чином конкурентоспроможність послуг лідерів українського ринку мобільного зв'язку розглядається як комплексна характеристика потенційних можливостей щодо забезпечення конкурентних переваг та дозволяє на основі постійного моніторингу споживацьких уподобань виявляти шляхи підвищення конкурентоспроможності послуг мобільного зв'язку.

#### **Список використаної літератури**

1. Ковінько О.М. Управління брендами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств / О. М. Ковінько, С. В. Ковальчук, Н. О. Шевченко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. – Львів, 2018. – № 892.
2. Уткина Ю.М. Управління брендами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств / Ю. М. Уткина// Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків, 2019. – № 65.
3. Коваленко О. В. Конкурентоспроможність підприємств та принципи її фінансового забезпечення/ О. В. Коваленко, Я. О. Голобородько // Системного підходу в економіці. – Київ, 2018. – № 5(67). с.63-66.

**Гришко Єлизавета Володимирівна,**

студентка 3 курсу

ННІ фінансів, банківської справи

Науковий керівник:

**Онишко Олег Володимирович**

к. ю. н., доцент кафедри господарського

права та процесу права УДФСУ

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Як відомо, виробнича система будь-якого суспільства складається з сотень тисяч господарюючих суб'єктів. Тому успішне, повноцінне і ефективне вирішення завдань, які стоять перед економікою держави в цілому, багато в чому залежить від результативності діяльності її виробничих одиниць. Якщо економіка опирається на потужну виробничу базу, на високорозвинені



продуктивні сили та виробничі відносини, здатні успішно добиватися поставлених цілей, то і вся сукупність економічних потреб суспільства буде задовольнятися своєчасно і повною мірою.

Поняття «економічна безпека підприємства» можна розглядати у якості практичного використання принципів сучасного менеджменту, своєчасної реакції на зміни в зовнішньому середовищі, а також ситуаційного підходу, яким визначається швидкість і адекватність реакції, що забезпечують адаптацію підприємства до умов його функціонування. Вивченням проблем економічної безпеки на рівні підприємства займалися такі науковці, як: Камлик М.І., Ніколаюк С.І., Шликов В.В. та інші.

Безпека підприємницької діяльності є базисом, фундаментальною основою забезпечення національної безпеки. Забезпечення безпеки підприємницької діяльності може сприяти зниженню рівня соціально-економічної нерівності та напруженості у суспільстві, яка нею викликана, підвищенню рівня зайнятості і кваліфікації робочої сили, підвищенню рівня розвитку науки, техніки і технологій, розвитку інфраструктури, підвищенню рівня соціально-економічного розвитку країни в цілому. Забезпечення належного рівня безпеки підприємницької діяльності дозволяє суб'єктам господарювання різних рівнів бути рівноправними і самостійними елементами системи економічних відносин в країні та системи світових господарських зв'язків. Забезпечення безпеки підприємницької діяльності створює необхідні передумови для всебічного розвитку суспільства, формує матеріальну основу забезпечення національної безпеки країни [1, с.23].

Умови ринкової економіки, в яких здійснюють свою діяльність підприємства різних організаційно-правових форм, в значній мірі невизначені і непередбачувані. Тривала і дуже глибока економічна криза породила багато небезпек підприємницькій діяльності і загроз бізнесу, загалом, окремі з яких зароджуються лише зараз. Крім того, на розвиток підприємництва впливають і такі чинники, як нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні, міжнаціональні, регіональні, територіальні конфлікти, недосконалість комерційного законодавства, криміналізація суспільства, шахрайство, корупція. Розробка теорії безпеки підприємництва знаходиться на початковій стадії. В даний час у науковій літературі, навіть спеціальній, суть теорії економічної безпеки підприємства, його складових, індикаторів розкривається вкрай рідко. У визначеннях дане поняття виражається або не завжди чітко, або неповно. Дуже часто забезпечення економічної безпеки бізнесу зводиться до протистояння, захисту від різного роду економічних злочинів [2, с.11].

В основі розробки комплексної системи забезпечення економічної безпеки діяльності підприємства повинна лежати певна концепція. Мета цієї системи – мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз економічному стану суб'єкта підприємства, у тому числі його фінансовим, матеріальним, інформаційним,



кадровим ресурсам. У процесі досягнення поставленої мети здійснюється вирішення конкретних завдань, які об'єднують усі напрямки забезпечення безпеки [3, с.12]:

- 1) ефективне прогнозування загроз економічної безпеки підприємства;
- 2) організація попередження впливу можливих загроз;
- 3) виявлення, аналіз і оцінка існуючих загроз економічної безпеки;
- 4) прийняття рішень та реагування на існуючі загрози;
- 5) вдосконалення системи забезпечення економічної безпеки підприємництва.

Виявлення, запобігання небезпек і погроз, використання корпоративних ресурсів у непередбаченій ситуації для недопущення непоправного збитку, прийняття ризикових рішень, боротьба з конкурентами і т.д. – це шлях створення умов для досягнення стратегічних цілей підприємницької діяльності, забезпечення стійкого інтенсивного розвитку підприємства, його економічної незалежності [4, с.20].

Отже, стратегічним завданням для кожного підприємства має бути: пошук найбільш значущих зовнішніх факторів, що впливають на його діяльність, ретельне їх дослідження та на цей основі побудова стратегії взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища (конкурентної або партнерської) в залежності від того, яку роль ця взаємодія відіграє у реалізації стратегічних інтересів підприємства. В умовах ринкової економіки підприємство може бути конкурентоздатним, якщо воно вміє ефективно пристосовувати свою діяльність до зовнішнього середовища, вчасно виробляти попереджувальні заходи на вплив різних факторів або вчасно використовувати можливості, надані зовнішнім середовищем.

#### **Список використаної літератури**

1. Бараннік В.О. Безпека та сталий розвиток: концептуальна єдність та відмінності / В.О. Бараннік // Науковий вісник Одеського національного економічного університету – Науки: економіка, політологія, історія. 2013. № 22(201). 118 с.
2. Економічна та майнова безпека бізнесу: навчальний посібник / Б.М. Андрушків, Л.Я. Малюта. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. 180 с.
3. Економічна безпека підприємства : навчальний посібник / [Небава М. І., Міронова Ю.В.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. 73 с.
4. Донець Л.І., Ващенко Н.В. Економічна безпека підприємства: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. 240 с.



**Грилюк Володимир**

студент ЕПБ – 15-1

Науковий керівник:

**Ружинська Наталія Олексіївна**

к.е.н., ст. викладач кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні тенденції посилення конкурентної боротьби на зовнішніх та внутрішньому ринках, зростання впливу глобалізації та необхідності інтеграції у світовий економічний простір викликають необхідність пошуку нових ефективніших інструментів управління.

Розвиток є важливою передумовою ефективності функціонування вітчизняних підприємств, суттєвою перевагою у конкурентній боротьбі і запорукою успіху, а ринкове середовище його функціонування є відображенням стану та динаміки економічних та соціальних процесів.

Інструментом забезпечення економічно виправданого рівня розвитку підприємства може виступити організаційно-економічний механізм управління, який дозволяє реалізувати комплексний підхід до процесів розвитку. Використання механізму управління розвитком істотно знижує ризик виникнення проблем, оптимізує витрати на розвиток і підвищує загальну ефективність управління.

Питанням організації і управління підприємствами та вдосконаленню організаційно економічного механізму приділяється велика увага в західній і вітчизняній науковій літературі. Серед вчених, що досліджували цю проблематику, можна відзначити Афанасьєв Н.В., Рогожин В.Д. Теоретичні і практичні питання ефективності організації економічної системи знайшли відображення в працях Рудик В.І. Беляєв А.А., Коротков Є.М.

Економічний механізм підприємства – одна з основних складових його господарського механізму. Він є сукупністю економічних методів, способів, форм, інструментів, важелів дії на економічні стосунки і процеси, що відбуваються на підприємстві, визначають основні умови функціонування підприємства і їх взаємозв'язку у рамках забезпечення ефективності управлінських процесів на підприємстві. Характерною особливістю економічного механізму є його автоматичний характер по відношенню до процесів або діяльності. Економічний розвиток підприємства означає якісні зміни та оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки,



технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються [1].

Організаційний механізм управління підприємством – це сукупність різноманітних за своєю природою конкретних організаційних механізмів, покликаних організувати ефективну діяльність підприємства як виробничо-господарської і соціальної системи, в умовах потреб суспільства і нестабільності зовнішнього середовища, що змінюється.

Організаційно-економічний механізм відрізняється тим, що природний хід економічних процесів замінюється або доповнюється їх управлінням або регулюванням. Організаційно-економічний механізм управління - це елемент комплексного механізму управління, що припускає формування і (чи) посилення потенціалу підприємства через здійснення дії на організаційні параметри системи і економічні елементи виробничо-господарської діяльності підприємства [1].

Для організаційно-управлінського механізму характерне те, що результатом його функціонування є управлінське рішення, що використовується в процесах управління підприємством.

Отже, організаційно-економічний розвиток підприємства може бути визначений як процес сукупних змін в організаційно-економічній системі підприємства, направлений на його перехід в новий якісно-кількісний стан у часі під впливом факторів внутрішнього й зовнішнього середовища.

Розвиток підприємства – це сукупність змін різної економічної природи, спрямованості, інтенсивності, що об'єктивно відбуваються у соціально-економічній системі підприємства під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, а також призводять до переходу та фіксації підприємства у різних організаційно-економічних станах (відносно стійкого характеру). Суттєвий вплив на розвиток підприємств має сукупність факторів макро-, мезо – та мікросередовища. Стосовно будь-якого підприємства вони відіграють неоднакову роль і можуть впливати на його діяльність позитивно, негативно або залишитися нейтральними. Комбінаційний склад чинників, їх варіації, вагомість та інтенсивність впливу залежать від цілей підприємства, організаційної структури, виробничих і комерційних зв'язків.

Вітчизняні науковці виділяють три головних напрямки розвитку: збільшення масштабів споживання економічних ресурсів – кількісний аспект; зміни в складі елементів і їхніх комбінацій – структурний аспект; зрушення в споживчих характеристиках елементів, у їхній індивідуальній і інтегральній корисності – якісний аспект [2]. Розрізняють три форми розвитку: ринковий розвиток, який відображає процес розширення кола споживачів, клієнтури; організаційний розвиток, який відображає процес розвитку індивідуума, груп, сфер відповідальності, систем управління, ініціатив тощо; діловий розвиток –



спрямування ресурсів, де вони мають забезпечити максимальну конкурентоспроможність протягом максимально великого терміну часу [3].

Основними напрямками організаційно-економічного розвитку підприємства, які пов'язані з його цілями є: внутрішнє зростання за рахунок використання власних ресурсів; злиття, поглинання інших господарюючих суб'єктів з метою збільшення ресурсів та виходу на нові ресурсні ринки та ринки збуту; перерозподіл внутрішніх ресурсів, зосередження їх на пріоритетних напрямках діяльності; припинення здійснення не ефективних напрямків діяльності, не забезпечених ресурсами, яке може відбуватись шляхом продажу пакету акцій та активів, внутрішньої ліквідації або переорієнтації; відокремлення, передача видів діяльності, не забезпечених ресурсами, іншим виконавцям на договірній основі, через продаж або виділення активів.

### Список використаної літератури

1. Запасна Л.С. Економічна сутність розвитку підприємства [Електронний ресурс]
2. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия : монография /Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. - Х.: ИНЖЭК, 2003. – 184 с.
3. Беляев А.А. Системология организации /А.А. Беляев, Э.М. Коротков. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 182с.
4. Забродська Л.Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії: навч. посіб. для студ. екон. спец. / Л.Д. Забродська. – Х.: Консул, 2004. – 208 с.

**Гатченко Катерина Олександрівна,**  
студентка III курсу

Навчально-наукового інституту права

Науковий керівник:

**Роженюк О.О.,** старший викладач кафедри  
господарського права та процесу УДФСУ

## ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

На сучасному етапі розвиток малого підприємництва може стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання. Проте, аналіз проблем та сучасного розвитку малого підприємництва в Україні свідчить про те, що такий процес незабаром призведе до поступового занепаду малого підприємництва. З огляду на зазначене, для перспективи соціально-економічного зростання України, доцільними є: детальне дослідження досвіду зарубіжних країн світу, задля подальшого його використання на практиці.

Взагалі, підприємництво складає один із найважливіших секторів економіки будь-якої країни світу. Саме тому, підприємництво є об'єктом дослідження багатьох вчених, як в Україні, так і за її межами. Вагомий внесок у



дослідженні питань малого підприємництва зробили: В. Авілова [1], Ю. Анацька [6], З. Варналій [5], А. Виноградська, Л. Воротіна, Т. Ковальчук, Л. Мельник, Є. Панченко, А. Чухно та інші.

У зарубіжних країнах світу накопичено великий досвід державної підтримки малого підприємництва з боку держави, що забезпечує його успішний розвиток. Основними напрямками державного регулювання питань малого підприємництва є розробка і реалізація державних програм його підтримки [4, с. 120]. Тож, розглянемо особливості зарубіжного розвитку підприємництва на прикладі досвіду Сполучених Штатів Америки, Канади та Японії.

У США підтримка малих підприємств є одним із головних напрямків державної політики. Питання державної підтримки малого підприємництва здійснюються та регулюються Адміністрацією малого бізнесу. Діяльність цього органу фінансується федеральним урядом із затвердженого конгресом федерального бюджету, причому статті витрат по конкретних, найбільш значимих програмах визначаються у самому бюджеті. Щорічно бюджет Адміністрації в сукупності складає 15-18 млрд доларів. Крім того, постійно розробляються програми підтримки малого підприємництва, які успішно реалізуються на муніципальному рівні [2, с.221].

Канада займає друге місце в світі, після США, за кількістю малих підприємств. Позитивним пунктом у реалізації програми підтримки малого підприємництва є те, що держава залучає суб'єктів малого та середнього підприємництва до державних проектів. Також багато уваги з боку держави приділяється регуляції самої системи підприємництва. На сучасному етапі в Канаді розроблена низка спеціальних програм підтримки малих і середніх підприємств у провінціях, за участю урядових органів, банків, університетів та союзів підприємців [1, с.240].

Третє місце займає Японія, показник малого підприємництва в економіці якої складає 40%. Діяльність малого підприємництва в Японії регулюється Управлінням малих підприємств. Потрібно зазначити, що законодавство Японії регламентує статус таких підприємств та гарантує пільги, в залежності від виду економічної діяльності. Також, уряд Японії жорстко слідкує за ринковою вартістю виробленої продукції, шляхом введення обмежень на розмір її збільшення або зменшення, що дозволяє контролювати рівень інфляції та зростання цін. До того ж, в Японії існують спеціальні центри, на базі яких підприємцям надаються консультації, що позитивно впливає на залучення нових верств населення до малого бізнесу, а також виділяються певні субсидії на всіх етапах функціонування підприємства [3, с.125].

Проаналізувавши світовий досвід забезпечення розвитку малого підприємництва можна зробити висновок, що запозичення практики регулювання підприємництва в країнах з розвинутою ринковою економікою на





сьогоднішній день є дуже корисним з погляду перспективних напрямків подальшого розвитку й підтримки підприємництва. Враховуючи вищезазначене, пропонується провести заходи щодо початкової підтримки економічного розвитку у сфері малого підприємництва, який буде спрямований саме на збільшення його внеску у соціальний та економічний розвиток держави, а підвищення ефективності малого бізнесу сприятиме збільшенню обсягів промислового та сільськогосподарського виробництва, наслідком чого буде наповнення державного бюджету України, а також вдосконалити програм підтримки малого підприємництва в Україні.

### **Список використаної літератури**

1. Досвід підтримки малого і середнього підприємництва деяких розвинених країн: наук. ст. / В.В. Авілова, С.А. Башкірцева; Експерт-Казахстан. 2006. С 238-241.
2. Класифікація підприємств малого бізнесу в Україні та за кордоном: порівняльний аспект / С.М. Лайчук; Вісник ЖДТУ 2007. С. 217–223.
3. Малий бізнес в Японії / І.П. Лебедева; Ін-т сходознавства РАН. Москва: АСТ: Схід-Захід 2004. 175 с.
4. Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: Монографія / А. З. Підгорний; Одеса : Атлант, 2012. 303 с.
5. Основи підприємництва: навч. посібник / З.С. Варналій; 3-є вид., випр. і доп. К.: Знання Прес, 2006. 350 с.
6. Сучасний стан та проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. URL: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_44\\_60](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_44_60) (дата зверення: 12.09.2019)

**Глушко Віктор Сергійович,**

студент групи ЕПБ-15-1

ННІ економіки, оподаткування

та митної справи

Науковий керівник:

**Слюсарева Людмила Валеріївна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства

УДФСУ

## **ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Зростання та розвиток національних економік вимагає від підприємств постійного оновлення техніки та технологічної бази, впровадження заходів, щодо удосконалення процесів виробництва та покращення якості продукції, задля підтримки високого рівня конкурентоспроможності. Інвестиційний потенціал підприємства виступає як здатність суб'єкта господарювання



створювати та реалізовувати інвестиційні можливості, необхідні для подальшого зростання та забезпечення процесів простого та розширеного відтворення.

Аспектам тлумачення, дослідженню ефективності та проблемам розвитку економічної категорії «інвестиційний потенціал підприємства» були присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, серед яких: Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І., Бандура А.В., Шахманов Ф.І., Бережна І.Ю.[1], Киперман Г.Я. [3], Нечитайло У.П., Кадирова Г.М.[3], Серов В.М. та інші.

Метою дослідження є визначення ролі інвестиційного потенціалу як складової економічного потенціалу підприємства; дослідження важливості інвестиційного потенціалу для господарської діяльності підприємства та оцінка факторів, що впливають на його формування та реалізацію.

У тлумачному словнику С.І. Ожегова «потенціал» трактується як «ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність засобів, можливостей, необхідних для чого-небудь» [1, с.847].

Термін «інвестиційний потенціал» використовується стосовно окремих господарських суб'єктів, галузей, секторів, компаній, регіонів, країн, іноді визначають потенціал фінансових і товарних ринків, окремих матеріальних і нематеріальних активів.

Економічна категорія «інвестиційний потенціал підприємства» є багатоаспектною, то ж науковцями пропонуються такі підходи до його тлумачення: у межах ресурсного підходу - як здатність підприємства провадити інвестиційну діяльність мобілізуючи власні та залучаючи зовнішні джерела фінансування задля досягнення стратегічних і тактичних цілей господарської діяльності [2, с.253-258]; цільовий підхід – ототожнює інвестиційний потенціал з майном підприємства, частина якого може бути напрямлена на інвестиційні цілі, без шкоди поточній господарській діяльності у довгостроковій перспективі [3, с.4-10] та результативний підхід, що визначає – інвестиційний потенціал як сукупність засобів та умов, необхідних для забезпечення фінансування процесів простого і розширеного відтворення у виробничій та невиробничій сферах [4, с. 307].

Інвестиційний процес передбачає взаємопов'язані етапи формування, розподілення та реалізації накопичених інвестиційних можливостей з метою отримання економічних чи соціальних вигод. Основною умовою задля забезпечення умов розширеного відтворення є безперервність цього процесу.

Інвестиційний потенціал представляє собою здатність підприємства реалізувати сукупність інвестиційних можливостей щодо генерування додаткових потоків капіталу завдяки мобілізації наявних матеріальних і нематеріальних ресурсів з метою підвищення вартості об'єкту для інвестування [5, с.11-15]. Процес формування інвестиційного потенціалу передбачає



створення нових інвестиційних можливостей, які можуть бути реалізовані підприємством через залучення зовнішніх чи мобілізації внутрішніх ресурсів.

Зважаючи на сукупність факторів впливу, що враховуються при формуванні інвестиційного потенціалу підприємства, науковцями були сформовані різні підходи до його трактування. Так, Заїка С.О.[6, с.85] вбачає, що у теперішній практиці необхідно розглядати три основних варіанти формування інвестиційного потенціалу підприємств.

При першому варіанті переважають внутрішні негативні чинники, а зовнішні є сприятливими. Реалізацію інвестиційного потенціалу при цьому можна провести за допомогою оптимізації бізнесу підприємства, причому незалежно від зовнішньої кон'юнктури. При цьому наявні інвестиційні можливості можуть бути реалізовані досить швидко, а інвестиційний потенціал, як правило, в цьому випадку помірний.

При другому варіанті переважають зовнішні негативні фактори, а внутрішні є сприятливими. Реалізація інвестиційного потенціалу полягає в поліпшенні інвестиційного клімату, хоча інвестиції досить ризиковані. Інвестиційний потенціал при цьому може досягти значного розміру, але тільки якщо несприятливі зовнішні фактори будуть зберігатися протягом нетривалого часу. Очевидні переваги мають інвестори, які пристосовані до таких умов господарювання та мають режим найбільшого сприяння від органів державної влади.

Третій варіант формування інвестиційного потенціалу підприємств характеризується негативними внутрішніми та несприятливими зовнішніми чинниками. У цьому випадку інвестиційний потенціал може досягти великих показників, але капіталовкладення при цьому вкрай ризиковані (контрагенти намагаються утримуватися від інвестування).

Висновки та пропозиції. Процес формування інвестиційного потенціалу підприємства являє собою усвідомлене чи не усвідомлене накопичення підприємством інвестиційних можливостей, реалізація яких дозволяє збільшувати ринкову вартість підприємства. У сучасних економічних системах інвестиційних можливостей більше, а ніж інвестиційних ресурсів, що призводить до нерівномірності зростання світових економік. В умовах обмеженості інвестиційних ресурсів, завданням менеджменту підприємства є формування привабливої інвестиційної стратегії, що описує потенційні можливості і вигоди для інвестора, який в свою чергу, співставляє фактори зовнішнього і внутрішнього впливу та робить висновок про необхідність та доречність здійснення інвестицій.

Проаналізувавши наукові підходи до формування інвестиційного потенціалу підприємства, можна зробити висновок, що значна частина українських промислових підприємств використовують другий та третій варіанти. Таке положення вітчизняних підприємств зумовлене негативним



впливом макроекономічних факторів, що як наслідок, призводять до погіршення внутрішнього середовища підприємства, і, під таким впливом, відбувається перехід до третього варіанту формування інвестиційного потенціалу. Таким чином, щоб якнайкраще реалізувати інвестиційний потенціал підприємства необхідно забезпечити сприятливий вплив зовнішнього (некерованого) середовища.

#### **Список використаної літератури**

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70000 слов / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова – Москва, 1991. – С. 847.
2. Бережна І.Ю. Теоретико-економічні підходи до обґрунтування змісту інвестиційного потенціалу / І.Ю. Бережна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. - №6. – С. 253 – 258.
3. Кадырова Г. Инвестиционный потенциал: некоторые актуальные проблемы исследования / Г. Кадырова // Страховое дело. – 2008. - №11. – С. 4 – 10.
4. Киперман Г. Ю. Рыночная экономика / Г. Ю. Киперман // Словарь / Г. Ю. Киперман. – Москва: Республика, 1995. – С. 307.
5. Гавриш В.П. Методичні основи формування інвестиційного потенціалу підприємства / Гавриш В.П., Гулько Л.Г., Драганова Т.П. // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Інвестиційні пріоритети епохи глобалізації: вплив на національну економіку та окремий бізнес» (7-8 жовтня 2010 року). – Т. 3. Інвестиції та інновації. – Дніпропетровськ: Біла К.О. – 2010. С.11-15.
6. Заїка С. О. Інвестиційний потенціал підприємства та варіанти його формування / С. О. Заїка. // Серія Економічні науки. – 2015. – С. 85.

**Дзядик Христина Вікторівна,**  
студентка групи ПТБ-16-2

Науковий керівник:

**Калач Ганна Миколаївна,**

к.е.н., доцент, доцент

кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗЕЛЕНОЇ ЛОГІСТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

На сьогодні стрімкими темпами розвиваються суб'єкти господарювання у галузі виробництва чи транспортування тих чи інших продуктів. Разом з цим удосконалюються технології та процеси, які націлені на покращення роботи підприємств. Але іноді функціонування таких підприємств наносить непоправної шкоди екології. Якщо раніше питанню екології не надавалось



значної уваги, то сьогодні дана проблема є досить актуальною. У зв'язку з цим виник новий напрям в логістиці – «зелена логістика».

Концепція екологічно орієнтованої логістики виділяється як окремий напрямок наукових досліджень на початку XXI ст. і ставить собі за завдання застосування логістики як ефективного інструменту нейтралізації негативного впливу економічної діяльності на навколишнє природне середовище.

Основними функціями зеленої логістики є [1]:

- економічна – мінімізація загальних витрат на переробку та утилізацію відходів; підвищення конкурентоспроможності продукції; зниження собівартості продукції; зниження транспортних витрат; скорочення часу на збір, диференціацію і переробку відходів;

- екологічна – мінімізація кількості відходів; переробка відходів і розвиток вторинного ресурсовикористання; максимально можливе використання ресурсного потенціалу відходів; побудова системи поводження з відходами; запобігання утворення відходів зменшення забруднення вод, повітря і ґрунту;

- соціальна – створення нових робочих місць; підготовка нових висококваліфікованих кадрів; покращення естетичного стану територій за рахунок відсутності несанкціонованих звалищ і сміття;

- технологічна – розробка новітніх технологій з переробки і для виробництва відповідного устаткування, що застосовується для транспортування і навантажувально-розвантажувальних робіт, а також переробки сміття і його утилізації;

- психологічна – застосовується як інформаційна, направлена на донесення необхідної інформації до кожного споживача з метою більш серйозного відношення до накопичення і переробки відходів;

- політична – удосконалення законодавства для здійснення державного контролю і надзору за відходами.

Серед великої кількості функціональних сфер логістики найбільшої шкоди навколишньому середовищу завдає транспортна логістика. Україна має значний потенціал до використання менш шкідливих видів транспорту, адже на її території розташована одна з найбільших за довжиною залізничних мереж у Європі, наявна широка мережа внутрішньоводних шляхів з виходом до моря. У свою чергу, Україна має значні природні ресурси та унікальне для Європи навколишнє середовище, але водночас є однією з найбільш екологічно забруднених країн континенту. У рейтингу країн за станом навколишнього середовища, Україна посіла 102-е місце із 132-х країн. Індекс, за яким формують рейтинг, складається на основі 10 показників, серед яких: стан води та повітря, біологічне розмаїття, хвороби, спричинені екологією [3]. Проте, низька якість транспортної інфраструктури України, яка наявна на всіх рівнях управління, стає значною перешкодою для використання більш екологічного



транспорту. Ситуація ускладнюється недостатньою взаємодією між різними галузями транспортного сектору, низьким припливом інвестицій, застарілою системою регулювання та високим ступенем зносу основних засобів.

Таблиця 1

Екологічний вплив окремих функціональних сфер логістики

Функціональна сфера логістики	Екологічний вплив
Логістика постачання	збільшення обсягу твердих відходів у процесі зберігання матеріальних ресурсів; контакт людей з екологічно небезпечними інгредієнтами при обробці та затарюванні вантажів; антропогенне навантаження на ґрунти при складуванні матеріальних ресурсів
Інформаційна логістика	електромагнітне випромінювання при передачі інформації технічними засобами зв'язку
Логістика збуту	збільшення обсягу твердих відходів у процесі реалізації; висипання, витікання, випаровування вантажів через неякісну упаковку
Логістика виробництва	збільшення обсягу використання виробничих ресурсів; використання земельних ділянок для розміщення виробничих об'єктів та складування відходів виробництва; підвищення шуму та вібрації на прилеглий території;
Транспортна логістика	викиди транспортними засобами шкідливих речовин в атмосферу; використання більш дешевих видів палива, продукти переробки які негативно впливають на стан довкілля і здоров'я людини; шумове та вібраційне забруднення; використання автомобільного транспорту при можливості застосування морського, річкового чи залізничного.

Джерело: [2]

Проведення досліджень у сфері зеленої логістики є актуальним для умов України, оскільки саме вона входить до числа держав з найбільшими відносними і абсолютними показниками утворення і накопичення відходів. Тому, розглядаючи сутність зеленої логістики на мікрорівні, слід зазначити, що зелена логістика пов'язана з ефективним управлінням рухом потоків повернутих, пошкоджених, прострочених і використаних товарів, відходів виробництва і споживання як в прямому напрямку, так і в зворотному напрямку та надасть змогу покращити результати діяльності підприємств за допомогою економії матеріальних ресурсів та зниження показників витрат підприємства.

Таким чином, розвиток, дослідження та впровадження зеленої логістики у практику діяльності вітчизняних підприємств є дуже важливим кроком для



інтеграції країни в європейську спільноту. Крім того, це підтримка розвитку й самої промисловості, і її окремих галузей, також надання додаткових робочих місць і впровадження нових наукових винаходів. Це особливо стосується сфери розвитку переробки відходів, вона є також частиною логістичного процесу.

#### Список використаної літератури

1. Мащак Н. М. Стратегічна узгодженість логістичної діяльності підприємства на засадах логістики / Н. Мащак // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011. – №4. – Т. II. – С. 273–282.
2. Тамбовцев А., Тамбовцева Т. Зеленая логистика для устойчивого развития. Управление и устойчивое развитие. 2011. No 2(29). С.197–203
3. Чортюк Ю.В. Екологічна стратегія логістичної діяльності торгових підприємств. Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. 2007.No 2(23). С. 226–229.

**Давиденко Оксана Віталіївна,  
Дементьєва Анастасія Олександрівна,**  
студентки 4-го курсу групи ПБП-16-5  
Навчально-наукового інституту права  
Науковий керівник: **Роженюк О. О.,**  
старший викладач кафедри  
господарського права та процесу УДФСУ

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що за останній час в усьому світі набувають все більшого поширення методи ведення бізнесу в Інтернеті, зокрема. інтернет-торгівля. Використання Інтернету дозволяє швидко та продуктивно, а також з незначними витратами вивести і просувати товар на національний і міжнародні ринки. Торгівля через Інтернет дозволяє знизити вартість продукції, оскільки відпадають потреби в утриманні торгових приміщень, придбанні торгівельного обладнання, використанні найманої праці тощо. Інтернет-торгівля в Україні з'явилася відносно недавно, тому такий вид діяльності набуває особливої актуальності, оскільки в існуючих складних економічних умовах досить важко просунути «offline-бізнес».

На сьогоднішній день інтернет-торгівля регламентована на законодавчому рівні Законом України «Про електронну комерцію», Господарським кодексом України, Законом України «Про захист прав споживачів» та іншими нормативно-правовими актами.

Відповідно до цього закону електронна торгівля – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним



способом покупки шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [1].

Такі науковці як В. В. Царевата А. О. Кантарович пропонують таке визначення терміну: «електронна торгівля» – це процес купівлі-продажу товарів та послуг, в якому весь цикл комерційної транзакції або її частина відбувається електронним способом [2. с. 150-152].

В розумінні таких науковців як В. В. Апопій та І. П. Міщук електронна торгівля охоплює не весь процес товарно-грошового обміну, а тільки ту частину, що безпосередньо пов'язана з купівлею-продажем [3. с. 502].

Найбільш конкретно визначення Інтернет-торгівлі дає М. В. Макарова: «Інтернет-торгівля – це форма здійснення торгівлі товарами чи послугами з використанням технічних і програмних можливостей глобальної комп'ютерної мережі Інтернет» [4. с. 125-127].

Відповідно до поняття електронної торгівлі, суб'єктом електронної торгівлі є суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, або особа, яка придбаває, замовляє, використовує зазначені товари, роботи, послуги шляхом вчинення електронного правочину.

Електронна торгівля має на сьогодні безліч переваг, таких як:

- доступ до віддалених ринків;
- витрати є набагато нижчі ніж на утримання звичайного магазину;
- охоплення більш ширшого кола споживачів;
- можливість цілодобової торгівлі;
- економія часу та коштів при купівлі товарів і послуг;
- зручність і простота здійснення покупок;
- ширша рекламна платформа.

Окрім великої кількості переваг, є ряд значних недоліків. До яких можна віднести:

- відсутність законодавства, яке належним чином регулює нові види діяльності в сфері електронної торгівлі як на національному так і міжнародному рівні. Наслідком цього може слугувати великий відсоток шахрайства в даній сфері та відсутність ефективних методів боротьби з ним;

- не всі споживачі схильні до електронної торгівлі. Для значної частини покупців можливість візуально оцінити товар, його якість та відповідність опису є ключовим фактором при придбанні тих чи інших продуктів, адже онлайн торгівля цього не передбачає [5. С. 37] .

Підсумовуючи вищевикладене можна дійти висновку, що електронна торгівля є позитивним явищем, але її розвиток тісно пов'язаний із ефективністю законодавства та судової системи України, але на сьогодні вони повністю не охоплюють та не регламентують всі її сектори, що й призводить до її гальмування.





Одним із головних завдань держави залишається адаптація законодавчої бази до законодавства ЄС з метою підвищення ефективності та безпечності електронної торгівлі в умовах розвитку інтернет-економіки.

#### Список використаної літератури

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 16.07.2019 № 675-19// База даних «Законодавство України» / ВР України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення 11.09.2019)
2. Царев В. В., Кантарович А. А. Электронная коммерция. Посібник для ВНЗ: Видавничий дім «Питер», 2002. 320 с.
3. Алопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. [та ін.] Організація торгівлі: підручник 2-ге видання. К.: ЦНЛ, 2005. 615 с.
4. Макарова М. В. Електронна комерція: підручник. К. : Видавничий центр «Академія», 2002. 272 с.
5. Толкач О. E-commerce: сутність та тенденції розвитку в Україні. Вісник Спецвипуск, 2019. №3(41). С. 35–37.

**Демченко Борис Ігорович,**

студент групи ЕМУ-18-1

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Калач Ганна Миколаївна,**

к.е.н., доцент, доцент

кафедри економіки підприємства УДФСУ

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

В сучасних умовах невизначеності ринкової економіки проблема формування і функціонування системи менеджменту окремого підприємства набуває першочергового значення. Головною умовою забезпечення конкурентоспроможності виробничого підприємства є здатність своєчасного передбачення і реагування на перші ознаки виникнення кризового стану. Виявлення причинно-наслідкових зв'язків виникнення кризи дозволить реалізувати механізм прийняття управлінських рішень щодо здійснення заходів бізнес-безпекового менеджменту в умовах обмеженості ресурсів. Виникає негайна потреба в адаптації виробничих підприємств до умов економічних трансформацій на основі використання ефективних методів безпекового управління і стратегії. Вибір стратегії безпекового управління на сьогодні є невідкладним завданням для виробничих підприємств. Тому впровадження ефективних методів стратегічного безпекового управління підприємством на підставі комплексної оцінки потенціалу стратегічної стійкості є актуальним.



Стратегічний менеджмент слід розглядати як особливий вид управління, метою якого є створення умов стійкого функціонування виробничого підприємства на основі ефективної безпекової бізнес-політики, що дозволяє своєчасно реагувати на перші ознаки появи умов невизначеності. Основними вимогами, що пред'являються до стратегічного управління промисловим підприємством, є:

- забезпечення відповідності безпекової стратегії підприємства його місії і перспективному баченню;
- проведення стратегічного бізнес-аналізу, заснованому на дослідженні чинників внутрішнього і зовнішнього середовища,
- використання елементів методу стратегічного менеджменту, які дозволяють виявити кризові ситуації;
- розробка бізнес-політики, що відображає інтереси власників підприємства;
- впровадження бізнес-безпекової стратегії підприємства загроз [1, с.112].

Методологія стратегічного менеджменту охоплює сукупність принципів, методів, які забезпечують процес розробки і реалізації комплексу ефективних управлінських рішень. Розробка будь-яких стратегічних, тактичних і оперативних рішень нерозривно пов'язана з безпековою бізнес-стратегією, оскільки в системі ринкових відносин будь-яка економічна дія неможлива без управлінської складової загроз [2, с.35].

Система стратегічного управління є підсистемою в загальній системі менеджменту підприємства з відповідною місією, баченням і стратегічною концепцією. Звідси, її структура має бути інтегрована в загальну організаційну структуру управління, що дозволить понизити загальний рівень витрат і забезпечити координацію і регулювання дій системи стратегічного управління з іншими підсистемами управління підприємством. Особливу увагу в питаннях теорії і методології стратегічного управління слід приділити механізму, під яким слід розуміти сукупність основних елементів зовнішнього і внутрішнього регулювання господарської діяльності підприємства, а також форм і методів дії на суб'єкти і об'єкти бізнес-безпекового управління для досягнення поставлених стратегічних завдань загроз [3, с.32].

В загальному вигляді модель безпекового стратегічного управління в умовах невизначеності представлена в табл. 1.



Напрями реалізації безпекового стратегічного менеджменту в умовах  
невизначеності

Напрями	Вплив на стратегію
1. Визначення оперативних цілей менеджменту	Оцінка ключових індикаторів економічної стійкості Діагностика ефективності операційної, фінансової та інвестиційної діяльності Розробка напрямів підвищення бізнес – стійкості
2. Визначення тактичних цілей менеджменту	Фінансовий аналіз звітності суб'єкта господарювання. Оптимізація тактичних управлінських рішень Факторний аналіз
3. Бізнес-аналіз фінансової стратегії управління	Складання прогностичних звітів: звіту про сукупні доходи і (прибутки та збитки), звіту у про фінансовий стан, звіту про зміни у власному капіталі. Удосконалення методів фінансового управління
4. Визначення стратегічних цілей менеджменту	Виявлення тенденцій впливу факторів на стратегічний розвиток підприємства Впровадження інтегрованої звітності, що охоплює економічні, соціальні та екологічні показники діяльності підприємства Оцінка синергетичного ефекту безпекової стратегії

*Джерело:* розроблено автором

Відставання реформування системи менеджменту у практичній діяльності значною мірою пояснюється недооцінкою перетворюючої суті управління, ігноруванням методологічних принципів відсутністю методик створення бізнес-безпекових механізмів управління і реінжинірингу, які засновані на досягненні синергетичного ефекту дії керуючих чинників.

**Список використаної літератури**

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств/ Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К. : ВД Професіонал, 2006. – 448с.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : диагностика и организация / Воронкова А. Э. – Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2000. – 310 с.
3. Коваленко Н. В. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства та шляхи її підвищення : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Н. В. Коваленко ; НАН України ; Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2011. – 320 с.



**Діхтярук Олександр Миколайович**  
**Науковий керівник: Менчинська О.М.**  
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Ефективна реалізація концепції соціальної відповідальності сприяє поліпшенню економічних результатів роботи підприємства, що обумовлено в першу чергу формуванням стійкої позитивної репутації, яка для господарюючого суб'єкта багато в чому визначається думкою покупців.

Якщо на початкових етапах розвитку бізнесу соціальна відповідальність характеризувалася як пасивна реакція на суспільні очікування, то в даний час вона передбачає активну взаємодію господарюючого суб'єкта з суспільством, надання допомоги йому в прийнятті соціальних рішень, сприяючи цьому своїми особливими здібностями і знаннями. Більш того, в роботі Е. Керрола (Carroll, 1991 р.) вона розглядається як інтегральна характеристика фірми, що визначається відповідно за чотирма критеріями: економічною, юридичною, етичною і прийнятою на себе відповідальністю в частині поліпшення добробуту суспільства і якості життя громадян.

Попри всю важливість поняття соціальної відповідальності, його трактування залишається досі суто індивідуальним. Одні сприймають його як юридичну відповідальність, синонім законності, інші бачать в ній відповідальну поведінку в етичному сенсі. Хтось вважає соціальну відповідальність «добровільним відгуком організації на соціальні проблеми і очікування суспільства, що впливають з прийняття організацією самої себе як частини суспільства, як колективного члена спільноти» [1, с.23], хтось розглядає її як «обов'язок бізнесменів приймати ті рішення, слідувати тим напрямкам діяльності, які бажані з точки зору цілей і цінностей суспільства».

Згідно дослідження «зусилля підприємства при проростанні в товщу суспільства» повинні бути зосереджені на трьох найважливіших відносинах:

- формування доброзичливих взаємин з місцевими громадами та сприяння їх розвитку;
- надання можливості для навчання і підвищення кваліфікації відповідно до вимог світового ринку та національною економікою;
- добровільна екологічна діяльність по збереженню якості навколишнього середовища і поліпшенню якості життя громадян.

З визначень соціальної відповідальності випливає, що всі вони передбачають обов'язкове виконання умови щодо збереження або поліпшення якості навколишнього середовища, однак виконання даної умови вимагає в



свою чергу реалізації чисельної системи екологічно орієнтованих заходів, тобто здійснення повноцінної екологічної діяльності, орієнтованої на забезпечення екологічного розвитку. Вважаємо, що в цих умовах доцільно виділити самостійне поняття екологічної відповідальності господарюючого суб'єкта та його рівноправне використання поряд з соціальною відповідальністю.

Концептуальні положення формування соціально-активних підприємств зводяться до наступних умов:

- усвідомлення в першу чергу керівництвом нерозривності загальних економічних принципів існування підприємства і відповідальності перед суспільством, а також готовності пожертвувати короткостроковим економічним ефектом заради стратегічних вигод у майбутньому;

- наявність необхідного розміру прибутку, що служить основою формування соціальної активності підприємств, що виявляється у виконанні зобов'язань соціальної та екологічної відповідальності, її внутрішніх і зовнішніх аспектах;

- створення поряд з економічними і соціальними, цінностей, які служать прямим відображенням віддачі системи господарювання для суспільства;

- обґрунтування стратегії економічної поведінки підприємства, орієнтованої на збалансованість вирішення економічних, екологічних і соціальних завдань і вибудовування партнерських відносин з усіма особами, зацікавленими в переході останнього в число соціально-активних;

- стимулювання соціально-активної поведінки господарюючих суб'єктів, як з боку держави, так і з боку громадянського суспільства.

Точка зору, згідно з якою підприємства повинні направляти частину своїх ресурсів і зусиль по соціальних каналах, так як кожне з них являє собою «щось більше, ніж економічну цілісність» [2, с.107], отримує все більше визнання. На нашу думку особливо значущим для господарюючих суб'єктів є встановлення компромісу між отриманням прибутку і необхідністю задоволення потреб суспільства, де в силу специфіки виробництва соціально-екологічні проблеми висуваються в число пріоритетних.

### Список використаних джерел

1. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія / В. М. Шаповал ; ДВНЗ «Нац. гірн. ун-т». – Д. : Держ. ВНЗ «НГУ», 2011. – 356 с.
2. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2013. – 296 с. 5.



**Дубчак Михайло Андрійович,**

студент групи ЕПБ-17-1

Науковий керівник:

**Минчинська Ірина Василівна,**

ст. викладач кафедри економіки підприємства

УДФСУ

## **ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ**

Частка традиційної економіки в усьому світі зменшується, а цифрової - збільшується. Зазначені тенденції спостерігаються в усіх сферах життєдіяльності суспільства: від взаємодії між людьми до промислових виробництв. З'являються нові способи пошуку інформації, комунікації між споживачами та підприємствами і навіть самі підприємства набувають нових форм, прикладом чого можуть слугувати інтернет-магазини та інтернет-маркетплейси, такі як, наприклад, Amazon, eBay, Alibaba OLX, Rozetka, Prom.ua та ін.

Очікується, що кінця 2019 р. загальний обсяг продажів інтернет-магазинів у всьому світі, повинен досягти позначки в 2 трлн. дол. США, тобто ріст даного сегменту, порівняно з 2017 р, складе 6%, у Європейському Союзі на сегмент онлайн-торгівлі припадає понад 15% всіх роздрібних продажів у сегменті B2C [1].

За 2017 р. ринок інтернет-магазинів та сервісів зріс на 28%, за 2018 рік зростання досягло 30%. При цьому, частка онлайн-продажів в Україні в 2017 р. складала лише 3,2%, тоді як у Великобританії такий показник складає 18% [2]. Тим не менше, український інтернет-ринок має серйозний потенціал до зростання. Фактично, увага користувачів зосереджена в соціальних мережах та веб-ресурсах, а отже і значна частина роботи маркетологів зосереджена на них.

За період з травня 2018 р. в Україні помітно збільшилося число користувачів таких соцмереж та веб-ресурсів, як Facebook (до 50%), YouTube (до 30%), Instagram (до 27%) і суттєво зменшилася кількість таких користувачів соцмереж, як Однокласники (до 6%) до і ВКонтакте (до 10%), Загальна ж кількість користувачів соцмереж в Україні становить 13 млн. станом на 14 лютого 2019 року [3].

Отже, з'явилися нові канали комунікацій та продажу для бізнесу, використання яких може позитивно вплинути на підвищення ефективності діяльності. А саме, використання інтернет-платформ дозволяє збільшувати пізнаваність бренду, створювати попит з боку споживачів, формувати та підтримувати позитивний імідж, підтримувати постійну комунікацію з різними



аудиторіями, отримувати зворотній зв'язок, розширювати цільову аудиторію та збільшувати кількість звернень клієнтів та продаж.

Розмір ринку медійної інтернет-реклами в Україні за даними Interactive Advertising Bureau Ukraine (IAB) склав у 2018 році склав 5,209 млрд. грн. [4].

Таблиця 1  
Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України за класифікацією IAB в 2018 р.  
та прогностні показники на 2019 р. [5]

	Показ- ники за 2017р., млн. грн.	Показ- ники за 2018р., млн. грн.	Частка мобайл трафіку, %	Зміни 2018р. до 2017р., %	Прогностні показники на 2019 р., млн. грн.	Частка мобайл трафіку, %	Зміни 2019р. до 2018р., %
Банерна реклама, оголошення в соц. мережах, rich медіа	825	951	56	15	1189	60	25
Спонсорство	181	210	53	16	273	56	30
Мобільна реклама	426						
Цифрове відео, вкл. Youtube	713	1359	60	91	2 310	65	70
Всього інтернет медіа	2 145	2 520	-	17	3 772	-	50
Пошук (платна видача в пошукових системах), вкл. частину GDN	1 800	6 500	63	261	9 100	70	40
Інший діджитал	400	520	-	30	676	-	30
Класифайди, лідогенерація та імейл маркетинг	-	-	-	-	-	-	-
Всього інтернет ринок	4 345	9540	-	120	13548	-	42

Отже, передбачається що ринок електронної комерції продовжить свій ріст, адже навіть у країнах Заходу він показує позитивну динаміку, не кажучи вже про Східну Європу і азійські країни, що розвиваються. Це пояснюється перевагами інтернет-просування поряд з традиційними маркетинговими методами, а саме можливістю детального сегментування аудиторії, яка побачить рекламу, це дає можливість маркетологам зробити рекламні оголошення більш



персоналізованими; менша вартість за охоплення аудиторії порівняно з телерекламою; велика варіативність форматів оголошень.

Головний виклик для більшості учасників ринку e-commerce в усьому світі це зростання вимог до технологічної складової інтернет-магазинів, необхідність мультиканального просування, розробка нових маркетингових стратегій і тактик, забезпечення безпеки особистих і платіжних даних покупців. Проте, як свідчить практика функціонування даного ринку всі проблеми, які виникають у процесі його розвитку знаходять своє вирішення, а найбільш ефективні рішення швидко стають стандартами в галузі.

### Список використаної літератури

1. Федоричак В. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2019 році [Електронний ресурс] / Володимир Федоричак // Lemarbet. – Електронні дані. – [Київ : LEMARBET SEO, PPC & USABILITY AGENCY, 2015-2019]. – Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/> (дата звернення 16.09.2019 р.). – Назва з екрана.
2. Лесишин І. Різкий ріст. Онлайн-магазини завойовують прихильність українців [Електронний ресурс] / Ірина Лесишин // Бізнес-відділ видавництва «Новое время». – Електронні дані. – [Київ : ТОВ «Видавничий дім «МЕДІА-ДК», 2016-2019]. – 06.04.2018. - Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/publications/rizkij-rist-onlajn-mahazini-zavojovujut-prihilst-nist-ukrajintsiv-2462717.html> (дата звернення 17.09.2019 р.). – Назва з екрана.
3. Складено рейтинг популярності соціальних мереж в Україні [Електронний ресурс] // Українське інформаційне агентство «РБК-Україна». – Електронні дані. – [Київ : ТОВ «Українські Бізнес Технології», 2005-2019]. – 12.04.2019р. - Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/sostavlen-reyting-populyarnosti-sotsialnyh-1555070035.html> (дата звернення 17.09.2019 р.). – Назва з екрана.
4. IAB Ukraine оцінює розмір ринку медійної інтернет-реклами в Україні у 5 млрд. грн. [Електронний ресурс] // ГО «Детектор медіа». – Електронні дані. – [Київ : Українська громадська організація, 2016-2019]. – 16.04.2019р. - Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/166509/2019-04-16-iab-ukraine-otsinyue-rozmir-rinku-mediinoi-internet-reklami-v-ukraini-u-5-mlrd-grn/> (дата звернення 17.09.2019 р.). – Назва з екрана.
5. Лазебник М. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2018 і прогноз об'ємів ринку 2019 [Електронний ресурс] / Максим Лазебник // Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська рекламна коаліція». – Електронні дані. – [Київ : Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська рекламна коаліція» ВРК, 1997-2019]. – 06.12.2018. - Режим доступу: <http://vrk.org.ua/news-events/2018/ad-volume2018.html> (дата звернення 17.09.2019 р.). – Назва з екрана.





**Духно Олександра Олександрівна,**

студентка групи ЕМУ 18-1

Науковий керівник:

**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В Україні на початку соціально-економічних перетворень у мотивації праці персоналу в більшості випадків застосовувався метод «батога і пряника», коли на підприємствах використовували лише деякі з великої кількості складових мотивування ефективної праці персоналу. Звідси, на підприємствах України домінували низька продуктивність, безініціативність, відсутність творчості у персоналу, плинність кадрів. Тому на даний час ефективне функціонування підприємств неможливе без впровадження нових підходів до мотивування персоналу.

Аналіз складових мотивування ефективної праці дав змогу зробити висновок, що всі вони в певній мірі застосовуються на підприємствах. Але невизначено ступінь розповсюдження, охоплення, дієвості та сприйняття їх персоналом. Тому був проведений аналіз щодо визначення практичного застосування мотивування персоналу на українських та зарубіжних підприємствах, визначення їх рівня впливу на діяльність персоналу за допомогою аналізу літературних джерел.

Зміст мотиваційного механізму визначається І.В. Сорокою так: «Мотиваційний механізм являє собою механізм реалізації мотивування праці, комплексний і цілісний інструментарій для перетворення мотивування-потенції на мотивування-реальність. Мотиваційний механізм реалізує набір факторів, принципів, стимулів, мотивів, ціннісних орієнтацій і очікувань поведінкових реакцій із лінійної дискретної величини в замкнутий, закінчений (замкнений) процес. Стосовно економічного мотивування праці, воно являє собою економічний механізм реалізації і відтворення діалектичної єдності соціально-економічних функцій праці: як засобу до життя і як потреби життя, що функціонує на кожному рівні своєї зрілості в певній системі макро- і мікроекономічних координат» [7, с. 96].

Для формування мотиваційного механізму слід враховувати індивідуальний підхід до мотивування діяльності працівників. Для вирішення цього складного завдання, В. Подмарков [4] висунув концепцію «стійкого мотиваційного ядра», суть якої полягає у визначенні стійких та найбільш поширених мотивів, що спонукають людину до праці.



За нормальних умов господарювання використання різних важелів стимулювання сприяє зростанню потреб, а останні, у свою чергу, стимулюють суспільний розвиток. На рівні мотиву така взаємозалежність спричиняє особистий інтерес, мета якого – задоволення тієї чи іншої потреби, і одночасно виникає суспільний інтерес – розвиток економіки. Трудове мотивування особи залежить від стимулів із метою досягнення певних цілей і стимулів підприємства, організації і навіть держави. Тобто в межах механізму мотивування трудової діяльності формуються комплексні спонукальні імпульси, які зумовлюють трудову активність особистості, що, в свою чергу, призводить до повного чи часткового задоволення (чи незадоволення) потреб, або до виникнення нових, внаслідок чого відбувається зміна соціально-економічного середовища і створення суспільних благ.

Механізм мотивування ефективної праці як засіб формування або стимулювання мотивів трудової діяльності передбачає розробку методів, засобів, інструментарію активізації трудової поведінки персоналу на засадах узгодження інтересів суб'єктів господарювання, оптимізації відносин між привласненням і відчуженням. У процесі усунення протиріччя між привласненням і відчуженням може виникнути мотив до праці як внутрішня потреба в діяльності, як підприємницьке ставлення на рівні особистості.

Проблема ефективного використання ресурсів праці з особливою актуальністю постає за нових умов у зв'язку з трансформацією місця та ролі людини, по-перше, у системі виробничих відносин, по-друге, безпосередньо у виробничому процесі внаслідок поширення інформаційного поля трудової діяльності, ускладнення техніки та технології, орієнтації на гуманізацію виробництва. Першочергова значущість підвищення мотивації праці, створення нового мотиваційного механізму для виходу економіки з кризового стану, формування механізму стимулювання ефективності праці зумовили необхідність поглиблення досліджень даної проблеми.

Отже, найважливішим завданням підприємств в сучасних умовах господарювання є підвищення ефективності праці працівників. Вирішення цього завдання ускладнене економічною кризою та масовим зниженням мотивації праці. Вихід з даної ситуації можливий тоді, коли з'явиться і запрацює потужний мотиваційний механізм підвищення ефективності праці.

#### **Список використаної літератури**

1. Завадский И. Факторы мотивации персонала в менеджменте / И. Завадский, Л. Червинская // Экономика Украины. – 1999. – № 9. – С. 53-59.
2. Здравомыслов А. Г. Человек и его работа (социологическое исследование) / А.Г. Здравомыслов. – М.: Мысль, 1967. – 392 с.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу: [підручник] / А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
4. Подмарков В. Т. Человек в трудовом коллективе / В. Т. Подмарков. – М. :



Економика, 2008. – 175 с.

5. Ревкова Н.О. Мотиваційний механізм як засіб підвищення конкурентоздатності / Н. О. Ревкова // Регіональні перспективи. – 2001. – № 5–6. – С. 291–292.

6. Семикіна М. В. Мотивація конкурентоспроможної праці: теорія і практика регулювання / М. В. Семикіна; за ред. Д. П. Богині. – К.: Юніор, 2003. – 426 с.

7. Сорока И.В. Мотивация предпринимательства и труда: проблемы взаимоотношенности / И. В. Сорока. – Донецк : ДКИ, 2008. – 158 с.

8. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент: курс лекцій / В.П. Сладкевич. – К. : МАУП, 2001. – 168 с.

9. Соломанидина Т. О. Мотивація трудової діяльності персоналу / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. – М.: «Журнал «Управление персоналом», 2005. – 278 с.

**Єфимов Єгор Володимирович**

Студент VI курсу

Науковий керівник:

**Піжук Ольга Іванівна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## ПЕРЕШКОДИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розвинений малий і середній бізнес вважається ознакою прогресивної економіки. В економічно розвинених державах підприємці роблять серйозний внесок в економіку. Наприклад, в Німеччині малий і середній бізнес забезпечує більше половини ВВП. У США і Японії частка малих підприємств в структурі ВВП становить 60%. В Україні цей показник ледве сягає 15% [1].

На сучасному етапі трансформації економіки розвиток малого бізнесу може стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання. Однак, малий і середній бізнес в Україні стикається з проблемами практично у всіх сферах: політичній, законодавчій, фінансовій, соціальній та навіть кримінальній.

Основна політична проблема полягає в тому, що наявне в нас державне регулювання, з одного боку, є дуже детальним й обтяжливим, через що просто необхідні розробка і реалізація заходів дерегуляції, а з іншого - діяльності багатьох суб'єктів малого та середнього бізнесу властива низька соціальна відповідальність, що вимагає постійної присутності держнагляду.

Маємо і серйозні прогалини та суперечності в законодавстві: відмінності в застосуванні наявної нормативної бази, повільність правоохоронної та судової систем і, звичайно, корупція з простим злодійством. Перш за все, зберігаються



неприпустимі терміни проходження офіційних процедур при створенні нового бізнесу. Хоч останніми роками час проходження цих процедур в Україні й знизився з 27 до 20 днів, нам ще дуже далеко до середньоєвропейських 12 днів. До того ж, триває зростання грошових витрат на проходження дозвільних процедур. Фактично відкриття самостійного бізнесу тепер є абсолютно недоступним для більшості працівників бюджетної сфери. Що ж стосується ліквідації бізнесу, то це також вимагає великих фінансових витрат від його власника. Наразі вони становлять приблизно 50% середнього доходу на одну особу, тоді як у більшості розвинутих країн вони не перевищують 3-7% [2].

Ускладнено також реєстрацію права власності на різні об'єкти нерухомості, давно потребують поліпшення реєстрація прав інтелектуальної власності та забезпечення їхнього дотримання. Окремими проблемами, пов'язаними як з нормотворчістю, так і з дією відповідних адміністративних процедур, є недостатній розвиток статистичного і податкового обліку, низька економічна ефективність всієї системи державної статистики, її спрямованість на задоволення запитів держави, а не влади. Особливо важко підприємствам, де керівник, бухгалтер і юрист – це одна особа. Середня трудомісткість складання податкової звітності й сплати податків в Україні наразі становить 46,7 робочих годин на місяць, що перевищує середній показник по ЄС у понад тричі [3].

Фінансові проблеми багатьох підприємців впираються у високі банківські відсотки за кредитами, нерозвиненість інституту овердрафту. Для вирішення зазначених проблем велику роль міг би зіграти розвиток мережі венчурних фондів в Україні, бізнес-інкубаторів, технологічних та індустріальних парків.

Багато труднощів підприємці мають через відсутність достатньої застави для отримання банківського кредиту. На сьогодні ні банки, ні влада не прагнуть запропонувати бізнесу якесь рішення цієї проблеми. Становище ускладнене ще й тим, що в нашій країні недостатньо розвинуто лізинг (кількість лізингових фірм в Україні становить буквально кілька десятків) [3].

До всього вищесказаного можна додати недостатню компетентність власника, що призводить до загибелі бізнесу. Перш за все, це відбувається через нерозуміння власником ринку, на якому працює компанія. А саме нерозуміння своєї цільової аудиторії та намагання її узагальнити, незнання своїх конкурентів та їхніх переваг.

Керівник повинен бути гарним управлінцем, вміти правильно та ефективно делегувати повноваження, розподіляти відповідальність. Відповідно, проблема більшості керівників у тому, що їх ніхто ніколи повноцінно не навчав керувати. Саме тому відбувається надмірна залежність діяльності компанії від власника, бо вся «операційна» зосереджена на ньому. І це обумовлює неефективність усіх внутрішніх процесів, відсутність довгострокового планування. Адже найчастіше бачення власника не виходить за межі одного-двох місяців роботи [2].



Підводячи підсумок, можна порівняти управління бізнесом з керуванням автомобілем. Де висока якість доріг – це зовнішні чинники. Чим більше законодавство та державні структури пристосовуються до потреб малого та середнього бізнесу – тим кращі дороги. Саме підприємство в такому порівнянні – автомобіль, який при правильній збалансованій роботі дозволяє водію думати про дорогу, а не перейматися температурою двигуна, роботою свічок запалювання чи синхронізацією руху поршнів. За роботою усього цього стежать внутрішні системи.

### Список використаної літератури

1. Kimberly amadeo. Components of GDP Explained [Електронний ресурс] / Kimberly amadeo // the balance. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thebalance.com/components-of-gdp-explanation-formula-and-chart-3306015>.
2. Доценко А. Великі проблеми малого та середнього бізнесу [Електронний ресурс] / Андрій Доценко // 112.UA. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.112.ua/mnenie/velyki-problemy-maloho-ta-serednoho-biznesu-446909.htm>
3. Дутчак. Проблеми: що загрожує і заважає малому бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Дутчак // etcetera / інтернет газета. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.etcetera.media/problemi-shho-zagrozhuje-i-zavazhaye-malomu-biznesu-v-ukrayini.html>.

**Жовновська Галина Володимирівна,**  
студентка групи ПТМ-18-1

Науковий керівник:

**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Постійні зміни трансформаційні зміни у підприємницькому середовищі актуалізують питання посилення рівня конкурентоспроможності підприємств на ринку, їх інноваційної активності та пошуку дієвих механізмів ефективного переосмислення бізнесу. Ключовим елементом є застосування концепції реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві. Впроваджуючи дану концепцію з'являються нові можливості щодо визначення джерел підвищення ефективності виробничої діяльності та зміцнення конкурентних позицій підприємств на ринку.

Основні засади теорії реінжинірингу закладались такими відомими вченими, як Хаммера М., Чампі Дж., Робсона М., Давенпорта Т., Росса Д., Уллаха Ф. і Шера А.В. Вивченням проблем реінжинірингу бізнес-процесів



займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Андерсен Б., Брендон Дж., Брінь П.В., Виноградова О.В., Гурочкіна В.В., Джохансон Г., Івата В.В., Клейн М., Патюрель Р., Харрінгтон Д. та ін. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві вимагає більш детального вивчення, якісного аналізу численних методик реінжинірингу та вивчення існуючих механізмів з метою адаптації для вітчизняних підприємств.

Реалії часу диктують нові вимоги у сфері управління вітчизняними підприємствами, особливо коли питання стосуються переходу на інноваційний шлях розвитку. Передумовою досягнення інноваційного розвитку підприємства є спроможність нарощувати й активно використовувати ключові складові інноваційного потенціалу, із використанням революційних методів управління. Фундаментальні зміни в світовому корпоративному бізнесі переважають над застарілими теоріями про організацію діяльності, залишаючи їх в історії промислової революції. Реінжиніринг являється інноваційним інструментом управління, застосовуючи його світова індустрія зробила квантовий стрибок в промисловості та в бізнес-процесах. [1, с. 207]

Автор Продіус О.І. зазначає, що застосування реінжинірингу бізнес-процесів – це трудомісткий і складний процес, що вимагає повної віддачі і розуміння того, що відбувається від його ініціаторів та виконавців. У разі успішного його проведення, підприємство отримує масу переваг перед конкурентами, зміцнює свої позиції на ринку, підвищує показники економічної ефективності [3, с.80].

Науковець Усова Г.В. стверджує, що впровадження реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві має специфічні особливості, що пов'язані в першу чергу зі спадщиною, що дісталася вітчизняним підприємствам. Організаційна структура великої кількості українських підприємств: була спрямована на виробництво; збудована ієрархічна, авторитарна система управління з непрозорою та неадекватною системою контролю, яка зменшує мотивацію персоналу [5, с. 144].

Світова практика виділяє найбільш поширені завдання реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві: створенням мереж зв'язків, що використовуються при надзвичайних обставинах; створенням організаційних передумов з метою зосередження інформаційних потоків; розподілення функцій вищого менеджменту і створення мережі оперативних груп; створення умов для творчого мислення, аналізу ситуації та колективної роботи; успішна координація стратегії з центру і децентралізованого виконання рішень; створення організаційних умов для реструктуризації підприємства [4].

Застосування реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві передбачає створення цілком нових, ефективних бізнес-процесів без врахування старої організаційної будови. Сьогодення суб'єктів господарювання на внутрішньому і



зовнішньому ринку підштовхують стверджувати про доцільність впровадження реінжинірингу бізнес-процесів з метою здійснення:

1) істотного поліпшення підприємства для якісного переходу до нового рівня ефективності бізнесу, іншими словами здійснення прориву.

2) радикального перетворення підприємства, тобто відмова від того, що було до цього, новий підхід до виконання роботи.

Успіхом застосування реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві стане:

- планування та відповідний контроль здійснення реінжинірингу бізнес-процесів, це надасть змогу пов'язати стратегічне управління підприємством, цілі розвитку підприємства, та заходи щодо здійснення реінжинірингу;

- ідентифікація ризиків при реалізації реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві, цим надасть можливість успіху та їх ефективності.

Гуцало А.В. стверджує, що реінжиніринг порушує звичну ієрархію управління підприємством, змінює роль керівника і методи його впливу на підлеглих, зміст роботи працівників, способи оцінювання результатів їх діяльності, механізм оплати праці та просування по службі, загально організаційні цінності. Такі радикальні зміни, зазвичай, більшість персоналу сприймає негативно, що потребує активної роз'яснювальної роботи й урахування інших чинників, які мають сприяти успіхові реінжинірингу [2].

В Україні застосування реінжинірингу може суттєво покращити ринковий механізм функціонування та підприємницьку діяльність, дає можливість невілювати кризові явища. Дає можливість переоцінити процеси підприємства, провести перерозподіл всіх ресурсів, що у свою чергу покращить показники діяльності підприємства у цілому.

Тому, застосування реінжинірингу бізнес-процесів підприємства – це трудомісткий і складний процес, безперервний процес постійних змін у виробничій системі підприємства. Впровадження реінжинірингу виробничих процесів вважається успішним, якщо результати виробничої діяльності підприємства радикально відрізняються від попередніх, а підприємство орієнтоване на кращі аналоги, які забезпечують успішне функціонування.

### Список використаної літератури

1. Гурочкіна В.В. Реінжиніринг як інструмент інноваційного розвитку підприємства / В.В. Гурочкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4. Том 3. – С. 207-211. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до збірн.: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3\\_226.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3_226.pdf)
2. Гуцало А.В. Економіко-управлінський реінжиніринг бізнес-процесів підрядного підприємства. – Київ, 2017. – 222 с.
3. Продіус, О. І. Теоретично-методичні основи реінжинірингу бізнес-процесів [Електронний ресурс] / О. І. Продіус // Економіка: реалії часу. – 2016. – № 6



(28). – С. 79-87. – Режим доступу :  
<http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n6.html>

4. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии: мировая и российская практика: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://finuni.ru/reinzhiniring-biznes-processov-napredpriyatii>.

5. Усова Г.В. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / Г.В. Усова, К.В. Коваленко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2013. – Вип. 9(2). – С. 143–146. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer\\_2013\\_9\(2\)\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2013_9(2)_28)

**Журибеда Марія Олександрівна,**  
студентка ЕПБ – 17-1  
Науковий керівник:  
**Козятинський Олег Михайлович,**  
ст. викладач кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **СУТНІСТЬ, КОНЦЕПЦІЇ ТА РОЗВИТОК ТЕОРІЙ ПОДАТКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ДЕРЖАВ**

Сьогодні конкуренція є рисою, притаманною практично всім сферам суспільного життя – і економіці, і політиці, і науці. В контексті посилення світових інтеграційних глобалізаційних процесів за останні роки багато міжнародних організацій проявили глибоке занепокоєння в зв'язку з активним використанням державами методів податкової конкуренції. Застосування знижок в податковому законодавстві дозволило державам сформувати сприятливий податковий клімат з метою залучення капіталів, внаслідок цього податкова політика почала проявляти особливий вплив на збільшення припливу фінансових потоків. Бажання не позбавлятися своїх доходів спричинило більшість країн світу вжити відповідні заходи з протидії міграції капіталу та населення через податкові причини.

В економічній спеціальній літературі на сьогоднішній день існує чотири теорії, які містять дослідження сутності явища податкової конкуренції (рис.1).

Неокласичний напрям інтерпретує юрисдикції як фірми, які максимізують прибуток (податкові надходження). Значить, як і у випадку з приватними ринками, бажаним стає обмеження монопольної влади окремих приватних структур. Є широкий ряд проблем, які, можливо, пов'язані з різними аналогами «краху ринку» для суперництва юрисдикцій. Їх прикладом можуть служити ефекти, подібні природній монополії. Централізація економічної політики веде до зменшення витрат і тим самим робить децентралізацію неефективною. З боку природної монополії можливий розгляд як всіх суспільних благ і інститутів,





оскільки вони характеризуються нульовими граничними витратами в цілому, так і окремих благ зі значною економією від масштабу при централізації, зокрема. Конкуренція ж, як відомо, тягне за собою встановлення ціни блага, яка дорівнює максимальним витратам. У зв'язку з цим допустимі два варіанти: або конкуренція юрисдикцій призведе до встановлення податків в рамках, які свідомо не покривають ціну виробництва суспільних благ, або навіть в «конкурентних» умовах величина «цін» на суспільні блага стає більше максимальних витрат і, отже, не відповідає «конкурентному оптимуму». В результаті це призводить до спрощення податкової системи і створює передумови для виведення капіталу з території (або в тіньову економіку) [2, с. 204].

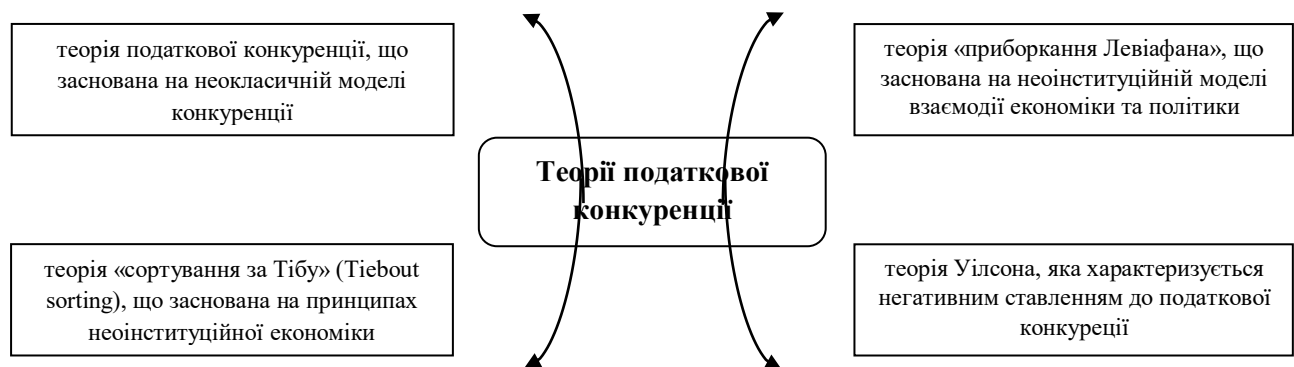


Рис.1. Теорії податкової конкуренції

*Джерело:* складено на основі [1-3]

Американський економіст Чарльз Тібу висунув гіпотезу про те, що між державами існують міграційні потоки капіталу і робочої сили. Вони відображають бажання людей «проголосувати ногами» проти неефективного державного апарату. Споживачі обирають певний набір суспільних благ і рівень оподаткування, найбільш відповідний їх перевагам, за допомогою міграції з однієї території на іншу. Механізм податкової конкуренції зводиться до того, що влада надає певний набір суспільних благ, беручи за це плату у вигляді податків. Споживачі висловлюють свої переваги шляхом переселення на ту територію, яка найбільш точно і повно відображає їх потреби в суспільних благах [1, с.81]. Тобто відбувається своєрідне «сортування» агентів по їх перевагам.

Таким чином, в кожній територіальній одиниці формуються оптимальні бюджети, тобто по своїй суті вони представляють собою рівність між витратами, які представлені виробництвом і забезпеченням суспільними благами населення тієї чи іншої територіальної одиниці, і вигодами, представленими у вигляді податків і зборів. Відмінності в податкових ставках є добродійними, оскільки надають платникам податків більше вибору і, відповідно, більше можливостей для задоволення своїх потреб, що змушує уряди працювати ефективніше.



Теорія «приборкання Левіафана» виходить з ідеї необхідності контролю за не результативною діяльністю держави через механізм створення сприятливих умов для конкуренції юрисдикцій і зростання екстерналій (можливості споживання благ, вироблених іншими юрисдикціями або необхідності нести збитки від політики інших юрисдикцій). На відміну від висновків неокласиків, представники цієї теорії вважають, що конкуренція юрисдикцій тягне за собою зменшення податкового тягара і зниження податків і стандартів виправдане у зв'язку з тим, що раніше вони були завищені через не ефективну політику [3].

Головний висновок теорії «приборкання Левіафана» з позиції «перетікання» податкового доходу полягає в тому, що податкова база «мігрує» на території, які реалізують порівняно більш якісну економічну політику. Прихильники цієї теорії наполягають на доцільності децентралізації податкової системи. Якщо головним чином відштовхуватися від егоїстичного характеру поведінки уряду, позитивні ефекти конкуренції юрисдикцій здатні «переважити» негативні ефекти екстерналій. Зазначена теорія розглядає децентралізацію податкових повноважень як наслідок прагнення до скорочення «тиску» на політиків і чиновників з боку мобільних структур і вторинної «монополізації» ринку суспільних благ.

Джон Уїлсон є прихильником негативного ставлення до податкової конкуренції. Він створив модель [2, с.205], що підтверджує його точку зору. Припущення моделі наступні:

- 1) в модельному світі існує певна кількість юрисдикцій, в кожній з них є певна кількість економічних агентів, що конкурують між собою;
- 2) дії агентів полягають у виробництві продукції (вона є однорідною для кожної фірми). Це описується за допомогою виробничої функції з постійною віддачею, яка залежить від двох змінних – праці і капіталу;
- 3) агенти володіють певною кількістю (однаковим для всіх) капіталу, який є мобільним фактором виробництва, тобто його можна виводити за межі юрисдикції;
- 4) існують також агенти, які тільки забезпечують пропозицію праці. Їх особливість полягає в тому, що вони не можуть виїхати за межі юрисдикції, а також в тому, що агенти можуть мати однакову кількість одиниць праці;
- 5) юрисдикції надають суспільні блага, що фінансуються за рахунок стягнутих з капіталу податків. Однак оподатковувати можна тільки той капітал, який знаходиться на території даної юрисдикції.

Таким чином, в рамках розглянутих теорій податкової конкуренції чітко простежується думка, що основними учасниками конкуренції з різних боків податкових інтересів є: держава – в якості основного гравця податкових відносин та маніпулятора над поведінкою іншого суб'єкта – платника податку, боротьба за якого, є основною умовою існування податкової конкуренції.



### Список використаної літератури

1. Tiebout C. An Economic Theory of Fiscal Decentralization / In: NBER, Public Finances, Needs, Sources and Utilization. – Princeton (Univ.Press), 1961. – P.79-96.
2. Меркулова Т.В. Критичний аналіз негативних та позитивних наслідків податкової конкуренції на основі відповідних моделей // Бізнесінформ. 2012. № 4. С. 204 – 207.
3. Пинская М.Р. Налоговая конкуренция: от теории к практике: монография. Москва, ИНФРА-М, 2013. – 136 с.

**Загоровська Анастасія Олександрівна,**  
студентка групи ПДБА 18-3,  
факультет податкової міліції УДФСУ  
Науковий керівник:  
**Калач Г. М.,**  
к. е. н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

### СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ

Соціальна відповідальність бізнесу є однією із найпоширеніших та найважливіших проблем в Україні, де відповідальне ставлення компаній до свого продукту або послуги, працівників та споживачів знаходиться на стадії становлення та розвитку.

Найбільшого поширення проблема соціальної відповідальності набула на Заході. Соціальна відповідальність бізнесу – один із проявів рівня розвитку і зрілості підприємства і також може бути ознакою соціально орієнтованої економіки. [1] Як зазначає Ситник О.Ю. «Соціальне партнерство – це система взаємозв'язків між представниками найманих працівників (переважно профспілками) – з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями – з другого, і державою та органами місцевого самоврядування – з третього, що виражається у взаємних консультаціях, переговорах і примирних процедурах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав та інтересів працівників, роботодавців і держави [2].

Бізнес повинен бути соціально відповідальним та сприяти життю суспільства, а не спрямовуватись на отримання максимального прибутку. В Україні становлення соціально відповідального бізнесу відбувається в принципово інших умовах ніж в країнах з високорозвиненою економікою. Головною проблемою є недостатня ресурсна база як матеріально-технічна, так і фінансова.[3,с.113] Для вирішення цього проблемного питання необхідна



більша фінансово-кредитна підтримка з боку держави через прямі та гарантовані позики. Вона необхідна не лише для підкреслення іміджу компаній, а й для підвищення конкурентоспроможності для виходу на нові ринки. В першу чергу потрібно враховувати ступінь оснащеності та досконалості компаній та підприємств. Зараз не кожна організація має власну стратегію соціальної відповідальності та навряд чи зможе задовольняти потреби зацікавлених сторін на належному рівні. Це є великим мінусом в Україні, де рівень успішності набагато нижчий в порівнянні з іншими державами.

Соціальна відповідальність бізнесу починається із соціальної відповідальності людини. Вона широко поширена серед багатьох країн Європи, де показники ділової досконалості є значно вищими в порівнянні з Україною. Яскравим прикладом є Німеччина, країна, де функціонує одна з найбільш ефективних систем соціальної відповідальності. Аналіз сучасної бізнес-практики Німеччини показує, що власники великих корпорацій та підприємств замислюються не лише про гарні фінансові результати, а ще й про те, щоб їх бізнес приносив насамперед якісну продукцію, працівники мали достойну заробітну платню за свою працю, а діяльність організації була соціально активною і водночас гармонійною. В Німеччині держава визначає соціальну відповідальність як бажану поведінку для бізнесу та активно розробляє систему відповідних стимулів для його розвитку. Досвід Німеччини переконливо демонструє, що для панування на світовому ринку зовсім не потрібно мати газ, нафту, ліс та інші природні ресурси. На відміну від інших країн Німеччина навіть в найскрутніші часи не забуває про інвестування в освіту, науку, культуру та інші галузі. Не забуває про інновації, що принесуть їй успіх завтра.[4]

Соціальна відповідальність завжди була пріоритетом в багатьох німецьких компаніях. Якщо порівнювати Україну і Німеччину, то в Україні власники великих підприємств здатні піти на будь-які скорочення працівників, на зменшення оплати праці та невиконання своїх обов'язків відповідно до трудового договору задля отримання максимального прибутку. Зараз в Україні функціонує мала частка підприємств, які несуть певні соціальні зобов'язання. В Німеччині ж все по-іншому. Підприємці намагаються якомога більше інвестувати не тільки в свою компанію, але й в самих робітників шляхом забезпечення належних умов для виконання їхніх прямих обов'язків, підвищення заробітної платні, створенні певних заходів заохочення тощо. Німецький феномен полягає в тому, що компанії та підприємства-гіганти пройшли тернистий шлях від маленьких заводів до самостійних корпорацій, що випускають якісну продукцію.

Проаналізувавши діяльність Німеччини відразу постає питання чи можливо це на підприємствах та установах України відповідно до принципу соціальної відповідальності та інвестування у свою країну. Разом з цим, слід



зауважити, що Україна теж спроможна на такі досягнення. Для того щоб дійти до такого успіху насамперед потрібно посилити контроль з боку держави за виконанням трудового законодавства та збільшити фінансування не тільки у виробництво, а й в працівників, які забезпечують його діяльність.

Отже, проаналізувавши розвиток соціальної відповідальності бізнесу цих двох держав можна дійти висновку, що доцільно використовувати досвід Німеччини та інших розвинених країн Європи. Україна в першу чергу повинна орієнтуватися на європейські стандарти та зарубіжну бізнес-практику. Тобто бізнес повинен не лише дотримуватися законів, якісно реалізувати свою продукцію та отримувати дохід, а й брати на себе певні зобов'язання перед соціумом.

#### **Список використаних джерел:**

1. International standard. ISO26000. Guidance on Social Responsibility. Switzerland. ISO. 2010.
2. Ситник О.Ю. Соціальне партнерство як одна з головних передумов розвитку людського капіталу в Україні [Електронний ресурс] // О.Ю.Ситник. – Режим доступу:[http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/npkntu.e/2009\\_16\\_1/stat\\_16\\_1/13.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/npkntu.e/2009_16_1/stat_16_1/13.pdf)
3. Іванілов О.С. Економіка підприємства. Підручник 2-ге вид.-К.:Центр учбової літератури, 2011.-728с.
2. Гаврилишина Б. «Німеччина-2014» – [Електронний ресурс] – Режим доступу:[http://bhfoundation.com.ua/news\\_818.html](http://bhfoundation.com.ua/news_818.html)

**Івашко Софія Василівна,**  
студентка групи МЕБ-15-1

Науковий керівник:  
**Козятинський Олег Михайлович,**  
ст. викладач кафедри економіка підприємств УДФСУ

## **ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА СПЛАТИ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ**

Акцизний податок є одним із найдавніших форм оподаткування в світі. Бурхливий розвиток торгівлі сприяв розвитку акцизного оподаткуванню, так як саме у ті часи акцизи були прості в адмініструванні та їх стягнення забезпечувало стабільне наповнення казни держави. У ХХ ст у США та Європі почали активно застосовувати регулюючі властивості акцизів.

Дослідженням акцизного оподаткування займалися багато вчених, зокрема це О.Данілов, В.Коротун, І.Майбуров, Т.Паєнтко, А.Соколовська, О.Фрадинський та ін. Зазначені фахівці зробили вагомий внесок у дослідження



еволюції оподаткування, механізми функціонування акцизних податків, їх впливу на економічний розвиток країни.

На сьогодні акциз визначають, як один із видів непрямих податків на товари які не відносяться до товарів першої необхідності, але їх рівень рентабельності є надзвичайно високий. До таких товарів відносять тютюнові та алкогольні вироби, паливо, автомобілі, електрична енергія. Акциз - це непрямий податок, який у перекладі означає “урізати”. Він спрямований на відбирання частини прибутку з популярних товарів. Його збільшення на алкоголь і тютюн, в теорії, має зменшувати їх споживання, однак, він ще й урізає гроші з гаманців та час роботи бухгалтера.

Зобов’язання зі сплати акцизного податку виникає, коли відбувається виробництво або реалізація підакцизних товарів (продукції). До них належать товари за кодами згідно з УКТ ЗЕД, на які встановлено ставки акцизного податку. ПКУ у ст. 215.1 визначає перелік підакцизних товарів:

- спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво;
- тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну;
- пальне;
- автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи,

мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів; електрична енергія.

Перелік платників акцизного податку визначено пунктом 212.1 ПКУ. До них належать: виробники підакцизних товарів (продукції) на митній території України, у тому числі з давальницької сировини; суб’єкти господарювання, які ввозять підакцизні товари (продукцію) на митну територію України; фізичні особи, які ввозять підакцизні товари (продукцію) на митну територію України (декларацію не подають); особи, які реалізують конфісковані підакцизні товари (продукцію); особи, яка реалізують або передають у володіння, користування чи розпорядження підакцизні товари (продукцію), що були ввезені на митну територію України зі звільненням від оподаткування до закінчення строку, визначеного законом відповідно до п. 213.3 ПКУ; особи, які мали пільги з податку, однак, порушили умови їх надання (див. пп. 212.1.6-212.1.8 ПКУ); суб’єкти господарювання роздрібної торгівлі, які здійснюють реалізацію підакцизних товарів; оптові постачальники електроенергії та її виробники; власники ввезеного на митну територію України вантажного транспортного засобу, що переобладнується у легковий автомобіль, з якого справляється акцизний податок; особи, які реалізують пальне.

Зміни ставок акцизного податку у 2018 р. розглянемо на основі Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році, який було прийнято у першому читанні 14 листопада 2017 р. (номер реєстрації 6776-д від 14.11.2017). Дані зміни приймаються з метою дотримання вимог директиви ЄС №



2011/64/EU від 21 червня 2011 р., яка врегульовує структуру та ставки акцизів, які застосовуються щодо тютюнових виробів.

Закон містить поступове збільшення специфічних ставок акцизного податку на тютюнові вироби та мінімального акцизного податкового зобов'язання зі сплати акцизу з тютюнових виробів. У 2018 р. відбудеться збільшення ставки акцизного податку на тютюнові вироби в цілому на 29,7% (з урахуванням прогнозного індексу споживчих цін та додаткового збільшення). Але це не є кінець зростання, так як в наступні роки ставка і надалі продовжить збільшуватися: у 2019-2024 рр. щороку на 20%; з 1 січня 2025 р. ставка акцизного податку буде встановлена у еквіваленті 90 євро за 1000 штук. Також з цього року питома вага акцизу у ціні сигарет має складати не менше 60%.

Плату за ліцензію на право роздрібної торгівлі справляють щоквартально рівними частинами. Дані про ЕККА (КОРО) записують до ліцензії на роздрібну торгівлю алкогольними напоями. Тому підприємець не зможе отримати ліцензію, якщо попередньо не зареєструє РРО у встановленому порядку. Про це стверджують податківці (лист від 03.06.2016 № 5984/Б/99-99-22-07-03-14). Отже, якщо торгуєте алкоголем у роздріб, на кожне окреме місце торгівлі та ЕККА отримайте окрему ліцензію (ст. 15 Закону № 481).

Щоб отримати алкогольну ліцензію, суб'єкт господарювання звертається до органу ліцензування із заявою. У заяві зазначає вид господарської діяльності, на провадження якої бажає одержати ліцензію (імпорт, експорт, оптова, роздрібна торгівля). На сайті ДФС зазначено, що заяву і на оптову, й на роздрібну реалізацію алкоголю подають у довільній формі. Зокрема, щоб отримати ліцензію на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями, суб'єкт господарювання у заяві має зазначити: назву юридичної або фізичної особи; код ЄДРПОУ; юридичну адресу; адресу місця торгівлі; місце торгівлі (тип об'єкта торгівлі за назвою: магазин, ресторан, бар, кафе, кіоск, павільйон); інформацію про документ, що підтверджує право користуватися торговельним приміщенням; орган ДПІ за місцем торгівлі; орган ДПІ за місцем реєстрації суб'єкта; строк дії ліцензії; суму плати згідно із кількістю ЕККА; підпис уповноваженої особи; печатку (за наявності).

Суб'єкти господарювання, які торгують алкоголем оптом, щомісяця до 10-го числа подають до органу, що видав ліцензію, звіт про обсяги виробництва та/або обігу (в т. ч. імпорту й експорту) спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів за минулий місяць (ч. 3 ст. 16 Закону № 481).

#### **Список використаної літератури**

1. Електронний ресурс: <https://www.golovbukh.ua/article/7065-aktsizniypodatok-u-2018-rots>.
2. Подаков Є.С. Актуальні проблеми оподаткування сільськогосподарських товаровиробників/ Є.С. Подаков// Колективна монографія. За редакцією Н. С. Танклевської. – Херсон : Айлант, 2016. – 200 с. – С. 170-175.



3. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 14.11.2017 р. (номер реєстрації 6776-д від 14.11.2017).
4. Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19.12.1995 № 481/95-ВР.

**Івашко Анастасія Олександрівна,  
Лещенко Марина Анатоліївна**

студентки ННІ фінансів, банківська справи

Науковий керівник:

**Онишко Олег Володимирович**

к.ю.н., доцент, доцент

кафедри господарського права та процесу УДФСУ

## **МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Важливою умовою успішного господарювання є якісна та своєчасна оцінка фінансового стану підприємства, тобто оцінка ступеню забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами для здійснення ефективної господарської діяльності, а також своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями [1, с.112]. Адже результати такого аналізу є передумовою прийняття ефективних управлінських рішень щодо розвитку окремих напрямів господарювання та функціонування підприємства в цілому. Адекватність цих рішень залежить від обраної методики оцінки фінансового стану та інтерпретації отриманих результатів. Саме тому вибір та обґрунтування методичних засад визначення фінансового стану підприємства є досить важливим та актуальним питанням у діяльності суб'єктів господарювання.

Для оцінки фінансового стану підприємства використовують певну сукупність показників, прийомів та методів. Так, до основних показників, що характеризують фінансовий стан підприємства, належать такі [2, с.112]: показники оцінки майнового стану підприємства; показники ліквідності та платоспроможності; показники оцінки фінансової незалежності (показники оцінки структури джерел засобів підприємства); показники ділової активності (обертання дебіторської та кредиторської заборгованостей, обертання оборотних коштів, ресурсовіддача).

Мета розрахунку вищенаведених показників полягає у пошуку та використанні шляхів покращення фінансового стану, забезпечення зростання ринкової вартості підприємства в довгостроковому періоді. Інформаційною базою для аналізу фінансового стану підприємства є фінансова звітність. Для здійснення аналізу даних показників фінансового стану підприємства





застосовують такі прийоми [3, С.83]: горизонтальний (часовий) аналіз (порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом.); вертикальний аналіз (визначення структури фінансових показників); трендовий аналіз (визначення основної тенденції динаміки показників); аналіз відносних показників (розрахунок відношень між окремими значеннями показників звітності); порівняльний аналіз (зіставлення показників даної фірми порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими); факторний аналіз (визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник).

Вибір відповідної методики оцінки фінансового стану підприємства обумовлюється багатьма факторами, серед яких першочергове значення має галузева приналежність підприємства, пріоритети його розвитку, закріплені у фінансовій стратегії, цілі і завдання, які у певний період часу вимагають здійснення об'єктивної оцінки фінансового стану [3, с.80-88]. Відмітимо, що в практичній діяльності доцільно використовувати наступні методи оцінки фінансового стану підприємства [4, с.120]:

1. Комплексний метод оцінки аналізує і групує показники за двома напрямками: стійкого фінансового стану й незадовільного. За допомогою цього методу можна відокремити проблемні напрямки в діяльності підприємства та виявити причини.

2. Інтегральний метод розглядає оцінку фінансового стану підприємства на базі розрахунку інтегрального показника, який формується в узагальнюючий показник за напрямками рівнів платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів.

3. Беззбитковий метод передбачає розрахунок величини операційного важеля та оцінку фінансового стану підприємства показником запасу фінансової стійкості, однак він не дає повної оцінки стану підприємства.

4. Рівноважний метод заснований на досягненні рівноваги між ліквідними потоками у сфері господарсько-інвестиційної і фінансової діяльності підприємства.

Аналізуючи вище наведені методи, можна зробити висновок, що існує велика кількість різноманітних методик, проте жодна з них не адаптована до сучасної економічної ситуації України. Також, відмітимо, що на теперішній час не існує універсальної методики оцінювання фінансового стану підприємства, яка б враховувала мету фінансового аналізу, постійно змінюваний склад множини оцінювальних параметрів, який змінюється відповідно до умов розвитку внутрішнього та зовнішнього економічного середовища, а також розмірність, специфіку підприємства конкретної галузі й умов, у яких воно функціонує.

Проблеми удосконалення наявних та розробки нових методик аналізу фінансового стану підприємства потребують подальших досліджень у зв'язку з постійною зміною умов функціонування вітчизняних підприємств. Такі



дослідження слід проводити у взаємозв'язку аналізу фінансового становища підприємства та оцінки впливу факторів оточуючого економічного середовища на його фінансовий стан. Це дозволить найбільш повно оцінити характер та ефективність використання ресурсів підприємства, забезпечить зовнішніх і внутрішніх користувачів об'єктивною і повною інформацією для прийняття тактичних і стратегічних рішень .

Певну перешкоду для аналізу фінансового стану підприємства складають: різні форми власності, наприклад, чимало показників, що характеризують фінансовий стан акціонерних підприємств не можуть бути розраховані по причині відсутності або слабкого розвитку у державі ринку цінних паперів, де б оберталися акції цих підприємств і по яким можна б було судити про положення емітентів; нестабільність законодавчої бази. Отже, для подолання даної проблеми необхідно, враховуючи умови фінансової кризи, розробляти нові методи оцінки фінансового стану, а також розробляти методи і способи покращення фінансового стану, підвищення платоспроможності і ліквідності підприємства.

#### **Список використаної літератури**

1. Знахуренко П. А. Комплексна оцінка фінансового стану підприємств / П. А. Знахуренко, О. П. Хотомлянський // Фінанси України. – 2007. – № 1. – С. 111–113.
2. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз / О.О. Шеремет // Навчальний посібник – К.: Кондор. 2009, - с. 194.
3. Піскунов О.Г. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового Управління економічними процесами: сучасні реалії і виклики 139 стану підприємства / О.Г. Піскунов, Н.Г. Мтеленко, Т.П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ» – 2009. – № 6. – С. 80-88.
4. Білик М. Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 117–128.



**Істоміна Анастасія Ігорівна,**  
студентка групи ФМР-18-1  
Науковий керівник: **Минюк Олена Юріївна,**  
к.ю.н., доцент, доцент кафедри  
господарського права та процесу УДФСУ

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Радикальні соціально-економічні перетворення, що відбулися в українському суспільстві з моменту здобуття незалежності, викликали суттєві зміни суспільних відносин, в яких важливу роль відіграє підприємництво.

Як свідчить світовий досвід, чим більше можливостей для розширення своєї діяльності у підприємців, тим вищими є темпи розвитку національної економіки. У цих умовах важливим фактором є забезпечення сприятливих умов розвитку підприємницької діяльності в країні.

Для того, щоб говорити про економічну безпеку підприємницької діяльності, необхідно спочатку з'ясувати суть самого поняття. Згідно з визначенням статті 42 Господарського Кодексу України, підприємницька діяльність - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність із метою досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку. Як бачимо в самому визначенні поняття закладена можливість існування будь-яких ризиків, які підприємець повинен долати самостійно [1].

Крім того, сучасні умови функціонування підприємств в Україні свідчать про те, що економічні принципи кардинально трансформувалися і корупція, жадоба наживи і інші негативні суспільні прояви заважають нормальному веденню бізнесу. Це змушує підприємців здійснювати свою діяльність в умовах невизначеності та ризиків. У зв'язку з цим, проблема створення сприятливого клімату в напрямку економічної безпеки підприємництва набуває сьогодні особливого значення, стає вирішальним фактором, що визначає перспективи розвитку підприємництва та економічного розвитку України в цілому.

У літературі немає одностайного загальноприйнятого визначення поняття економічної безпеки в її конкретному змісті, необґрунтовані комплексні критерії, що дозволяють здійснювати вимірювання економічної безпеки, оцінювати її стан і надавати пропозиції щодо заходів для її забезпечення [2].

Таким чином, економічна безпека підприємництва може оцінюватися за допомогою різних критеріїв, на підставі яких і має проводитися оцінка. Одним з основних критеріїв є безпека підприємницької діяльності, під якою слід розуміти стан захищеності суб'єкта підприємницької діяльності на всіх стадіях



його функціонування від зовнішніх і внутрішніх загроз, що мають негативні, перш за все економічні, а також організаційні, правові та інші наслідки [3].

Причому найбільш важливе значення для суб'єкта підприємницької діяльності набувають саме загрози економічній безпеці, оскільки всі втрати (організаційні, правові, інформаційні, матеріальні, іміджу фірми) в кінцевому рахунку виражаються саме в економічних показниках.

Слід мати на увазі, що не будь-яка дія, що має негативні наслідки, є загрозою економічній безпеці підприємництва. Наприклад, управлінські рішення керівництва фірми, незважаючи на їх ризикований характер і можливі негативні наслідки, в цілому здійснюються в інтересах підприємства, а тому, не можуть вважатися загрозою економічній безпеці. Це пояснюється тим, що економічні рішення в ситуаціях, пов'язаних з відхиленнями від передбачених показників рівноваги діяльності, можуть бути оцінені заздалегідь, передбачені і розраховані.

У той же час, дії юридичних або фізичних осіб, свідомо спрямовані на отримання будь-якої вигоди від економічної дестабілізації підприємства, які посягають на його економічну безпеку можуть визначатися як загрози.

Для підприємств різних галузей можна визначити набір основних факторів, які впливають на їх економічну безпеку й можуть піддаватися різного роду загрозам, а саме: економічний потенціал; конкурентоздатність продукції; висока якість та ефективність фінансової системи; кваліфікація персоналу; технологічний рівень виробництва; науково-технічний та інноваційний потенціал; рівень ділової активності служб маркетингу та менеджменту; ставлення керівництва до нововведень; соціальний захист працівників, тощо [4].

Слід пам'ятати, що, загрози, як правило, припускають порушення законодавчих норм в галузі цивільного, адміністративного або кримінального права і передбачають певну відповідальність осіб, які їх здійснюють.

За джерелами виникнення всі загрози можна розділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх загроз може бути віднесено розголошення власними співробітниками конфіденційної інформації, неефективна робота служби економічної безпеки та осіб відповідальних за перевірку контрагентів.

Найбільшу небезпеку, як правило, представляють зовнішні загрози, до яких можуть бути віднесені такі, як розкрадання матеріальних засобів і цінностей особами, які не працюють у даній фірмі, промислове шпигунство, незаконні дії конкурентів, вимагання з боку кримінальних або державних структур.

Незважаючи на це, виявляти ризики та порушення, що посягають на економічну безпеку підприємництва в силу їх природи і процесуально-правової структури, в більшості випадків покликані не державні служби, а служби економічної безпеки суб'єктів підприємництва, яким завдається шкода.



Підводячи підсумок, можна зазначити, що економічна безпека підприємства є комплексним багатогранним поняттям і пов'язана не тільки з постійним впливом зовнішніх факторів, але і з внутрішнім станом підприємства. Це обумовлює необхідність підвищення економічного потенціалу власної безпеки підприємцями всіх рівнів, що в подальшому може стати однією з цеглин в основі економічного розвитку України.

#### Список використаної літератури

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV // «БД «Законодавство України» / ВР України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 14.09.2018).
2. Рекун И. Сущность и составляющие экономической безопасности. Humanities and Social Sciences 2017 HSS (4/2017), pp. 135-146 . URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11139/1/Rekun%20.pdf>
3. Большаков А.В. Философский взгляд на безопасность предпринимательской деятельности в Украине. Эффективна економіка № 9, 2010. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=293>
4. Кочерженко К. Методи оцінки ефективності системи економічної безпеки підприємства. Матеріали IV Всеукраїнської студентської науково - технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання» URL: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10223/2/Conf\\_2011v2\\_Kocherzhenko\\_K\\_Metody\\_otsinky\\_efektyvnosti\\_85.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10223/2/Conf_2011v2_Kocherzhenko_K_Metody_otsinky_efektyvnosti_85.pdf)

**Ищенко Аліна Олегівна,**  
студентка групи ЕМУ-18-1

Науковий керівник:  
**Ігошин Максим Михайлович,**  
к.е.н., доцент кафедри економіка  
підприємств УДФСУ

## СТРАТЕГІЯ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

У процесі становлення ринкової економіки в Україні багато підприємств опинилися в кризовому стані. Причиною цього є вплив нестабільного навколишнього середовища та неадекватні дії самих суб'єктів господарювання, що, зрештою, і призводить до банкрутства. Основною характеристикою підприємства, з точки зору, «виживання» в ринкових умовах є його конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції. Конкуренція примушує підприємства всіх форм власності постійно відслідковувати зміни попиту та пропозиції, вартості матеріальних ресурсів,



зменшувати витрати на виробництво, покращувати якість своєї продукції та послуг, що реалізуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Діяльність будь-якого господарюючого суб'єкта в умовах конкуренції зазнає двостороннього контролю: внутрішнього безпосереднього контролю в межах підприємства і зовнішнього опосередкованого контролю на ринку зі сторони конкурентів та споживачів. Друга форма контролю традиційно вважається об'єктивнішою, оскільки її результати обумовлюються конкурентними перевагами підприємства [1].

Банкрутство підприємства є результатом негативної одночасної дії зовнішніх і внутрішніх чинників, частка «внеску» яких може бути різноманітною. Так, за наявними оцінками, у розвинених країнах, з стійкою політичною й економічною системою, до банкрутства причетні підприємства, які мають 1/3 зовнішніх чинників і 2/3 – внутрішніх

Зовнішні чинники можуть бути міжнародними і національного характеру. Міжнародні чинники укладаються під впливом причин загальноекономічного характеру (економічна циклічність розвитку головних країн, стан фінансової системи, що характеризуються політикою міжнародних банків), стабільності міжнародної торгівлі, яка залежить, у свою чергу, від укладених міжурядових договорів і угод .

До національних чинників, що достатньо суттєво впливають на конкурентоспроможність кожного господарчого суб'єкта та сприяють його банкрутству, можуть бути причини політичного (політична нестабільність, внутрішня політика держави), економіко - демографічного (рівень прибутків населення і накопичень, рівень цін, можливість одержання кредиту), культурного і науково-технічного характеру [2, с. 28].

Виняткова важливість для кожного конкретного підприємства є дотримання принципу «тимчасової необмеженості його функціонування». Цей принцип означає, що підприємство немає ні наміру, ні змушеної необхідності припинити свою діяльність або істотно скоротити її масштаби.

Практика показує, що успішна фінансово-господарська діяльність підприємства залежить приблизно на 70% від стратегічної спрямованості, на 20% – від ефективності оперативного управління і на 10% – від якості виконання поточних завдань. Отже, загальний успіх діяльності ТОВ «Буфалло» забезпечують: якість стратегічного аналізу; реальність стратегічного планування; рівень реалізації стратегічних завдань.

Потенційно найбільш ефективною для ТОВ «Буфалло» має стати використання стратегії диверсифікації. Застосування даної стратегії припускає, що підприємство намагається вийти на нові ринки, для чого вводить в свій асортимент нові товари. Сьогодні основним джерелом прибутку підприємства є дохід від надання приміщень під оренду, а не від основної діяльності. Тому з метою освоєння нових можливостей їх успішного продажу, необхідно ввести в



обіг підприємства нові товари, які забезпечать потреби потенційних клієнтів. Дана стратегія також ризикована, тому що вона може потребувати капіталовкладень та інвестицій. В умовах недостатньої інформованості про запити клієнтів та їх фінансового благополуччя така стратегія може стати провальною[3, с. 106].

Саме тому її необхідно застосовувати в сукупності із іншою – маркетинговою стратегією антикризового розвитку ТОВ «Буфалло». Ця стратегія повинна бути націлена на підтримку і розвиток продажів, вдосконалення виробництва відповідно до запитів покупців, розвиток інтелектуального потенціалу співробітників підприємства, який проявляється у розширенні асортименту та якості вироблених товарів. Освоєння нових ринків, збільшення збуту повинні носити довгостроковий характер, узгоджуватися з життєвим циклом товарів і самого підприємства. Жоден із цих пунктів неможливий без проведення своєчасних та об'єктивних маркетингових досліджень стану ринку товарів і послуг, на якому функціонує підприємство, та, відповідно, введення до його штатного складу фахівців із маркетингу, які забезпечать ТОВ «Буфалло» релевантною інформацією.

Поглиблення ринкових реформ в Україні передбачає здійснення широкомасштабної реструктуризації підприємств з метою забезпечення інноваційного розвитку базових галузей економіки, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників і в кінцевому результаті – поліпшення фінансового стану суб'єктів господарювання. Проте досягнення цієї мети неминуче призведе до банкрутства певної кількості підприємств. Хоч і досліджуване нами підприємство, ТОВ «Буфалло», має не зовсім задовільний стан і поки що є стійким до банкрутства, проте економічна ситуація в країні досить нестійка, тому існує необхідність у постійному підвищенні ефективності функціонування підприємства.

### Список використаної літератури

1. Конкуренція: сутність, види, основні функції у ринковій економіці [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.library.if.ua](http://www.library.if.ua)
2. Павлова В. А. Система стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства: аспекти теорії і практики. Конкуренентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія : монографія / В.А. Павлова, О.В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова. – Д. : ДУЕП ім. А. Нобеля, 2011. – С. 27–36.
3. Шестак Я. Д. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства / Я. Д. Шестак, Р. Л. Лупак // Вісник ЛДФА: Збірник наукових статей. - Економічні науки. - № 7. - Львів: ЛДФА, 2018. - С. 106 – 112.



**Кацімон Марія Миколаївна,**

студентка УДФСУ

Науковий керівник:

**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкової економіки підприємство функціонує у складному зовнішньому середовищі, що характеризується появою непередбачуваних ситуацій: недобросовісна конкуренція, шахрайство, корупція, рейдерство, недосконале законодавство, криміналізація суспільства, влади та бізнесу. Саме тому існує потреба у формуванні системи економічної безпеки як держави в цілому, так і окремо підприємства.

Передусім економічна безпека суб'єкта господарювання залежить від економічної безпеки держави загалом, оскільки базується на її перспективах розвитку. Відповідно до Концепції економічної безпеки України: «Економічна безпека – це стан захищеності суб'єктів господарювання від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізуючих факторів, при якому забезпечується стійка реалізація основних господарських інтересів та цілей статутної діяльності.» [1].

Бедніков М. трактує економічну безпеку як захищеність науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу підприємства від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз [2]. Водночас, автор Белоусова І. вважає, що економічна безпека підприємства передбачає стійкий, тобто збалансований безупинний та сталий розвиток, що досягається за допомогою використання усіх видів ресурсів і підприємницьких можливостей для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам), забезпечення стабільного функціонування підприємства сьогодні і в майбутньому [3]. А Єпіфанов А.О. під економічною безпекою підприємства має на увазі здатність підприємства ефективно та стабільно здійснювати свою господарську діяльність шляхом використання сукупності взаємопов'язаних діагностичних та контрольних заходів фінансового характеру, що мають оптимізувати використання ресурсів підприємства та нівелювати вплив негативних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища [4].

Усі трактування економічної безпеки підприємства показують, що підприємство, яке знаходиться в умовах невизначеності, зміни приймає ризикові рішення в умовах твердої конкуренції, домагається запобігання,





ослаблення чи захисту від існуючих чи прогнозованих небезпек і погроз, що в даних умовах воно забезпечує досягнення цілей бізнесу.

Існує декілька підходів, щодо визначення поняття «економічна безпека»:

- як стан захищеності від внутрішніх та зовнішніх загроз;
- як захист проти злочинців;
- як стан ефективного використання ресурсів;
- як здатність забезпечувати відтворення.

Аналізуючи формування поняття «економічна безпека підприємства», можна зробити висновок, що це рівень захищеності суб'єкта господарювання від внутрішніх та зовнішніх загроз задля його ефективного функціонування та розвитку. Головною метою економічної безпеки підприємства є забезпечення його стабільного і максимально ефективного функціонування в теперішніх умовах та створення високого потенціалу розвитку підприємства в майбутньому.

Варто відмітити функціональні цілі, що сприяють досягненню головної цілі, а саме:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи і фінансової стійкості та незалежності підприємства;
- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу;
- досягнення високої ефективності менеджменту оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;
- якісну правову захищеність усіх аспектів діяльності підприємства.

Економічна безпека суб'єкта господарювання характеризується сукупністю кількісних та якісних показників, основним із яких є рівень економічної безпеки. Рівень економічної безпеки характеризується як оцінка використання ресурсів за критеріями рівня економічної безпеки і залежить від того, як ефективно керівництво підприємства здатне не лише ліквідувати наслідки від негативних явищ внутрішнього і зовнішнього середовища, але й вчасно їх уникнути.

Отже, сутність економічної безпеки полягає в забезпеченні поступального економічного розвитку суспільства з метою виробництва необхідних благ та послуг, що задовольняють індивідуальні та суспільні потреби. Окрім того, економічна безпека підприємства – це найефективніше використання ресурсів, які забезпечують стабільне функціонування підприємства.

### **Список використаної літератури**

1. Постанова Ради центральної спілки споживчих товариств України «Про Концепцію економічної безпеки споживчої кооперації України» Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/n0007626-08>



2. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект) / М.А. Бенедиктов // Консультант директора. – 2010. – № 2. – С. 7–13.
3. Управлінський облік – інформаційна складова системи економічної безпеки підприємства: [монографія] / І.А. Белоусова. – К.: Дорадо-Друк, 2010. – 432 с.
4. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: [монографія] / А.О. Єпіфанов, О.Л. Пластун, В.С. Домбровський. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.

**Качанова Анастасія Ігорівна,**  
студентка групи ЕМУз – 18-1  
Науковий керівник:  
**Марченко Ольга Іванівна,**  
к.е.н., доцент кафедри економіка  
підприємств УДФСУ

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ**

У сучасних умовах швидких змін ринкового середовища, що супроводжуються появою необхідності у здійсненні практично безперервного вдосконалення процесу управління підприємством і у тому числі ефективністю його діяльності, все більшої актуальності набуває питання пошуку нових, більш сучасних підходів до управління, які б, у першу чергу, передбачали виконання керівниками функцій менеджменту з урахуванням всієї багатогранної специфіки галузі функціонування підприємства. На жаль, фінансово-економічний стан сільськогосподарських виробників має тенденцію до погіршення, що зумовлює пошук інструментів, які би забезпечували розвиток підприємництва та покращення ділової активності.

На сьогодні сільське господарство є однією із пріоритетних галузей економіки України – аграрний сектор складає приблизно 40% валютної виручки держави, понад 60% внутрішнього споживчого попиту і 16% ВВП [1]. Та в наш час не існує єдиного бачення суті та змісту підприємницької діяльності в аграрній сфері, принципів управління нею. Науковці прагнуть сформувати систему знань, спрямовану на оптимізацію менеджменту, активізацію підприємницької діяльності в Україні, перетворення підприємництва в самостійний провідний сектор економіки в умовах сталого розвитку країни; розглядають особливості підприємницької діяльності у контексті ринкових перебудов, механізму створення підприємства, здійснюють порівняльний аналіз у ситуаціях невизначеності і ризику, характерних для прийняття управлінських рішень підприємцями в умовах ринкової економіки.



З огляду на Стратегію розвитку «Україна-2020» уряд поставив перед собою зобов'язання і має докласти всіх зусиль для розвитку вітчизняних конкурентоспроможних малих та середніх підприємств. Потребує нагального вдосконалення механізм формування професійно-освітнього потенціалу населення, спрямованого на створення правових, економічних, соціальних та організаційних засад для отримання професійних знань відповідно до потреб і можливостей у здобутті освіти та ситуації на ринку праці щодо попиту на робочу силу певного професійного спрямування; створення умов для самостійної зайнятості населення і розвитку підприємницької ініціативи. Особливої актуальності зазначена проблема набуває в аграрній сфері, де частка самозайнятих працівників порівняно з іншими галузями економіки є однією з найбільших. За даними Державної служби статистики України на початок 2017р. серед зайнятого населення у сільській місцевості остання становить одну третину, дві третини працюють за наймом. Загалом рівень зайнятості населення, що проживає у сільській місцевості, становив 52,6% (за I квартал 2016 р. – 53,0%). Рівень безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) у сільській місцевості за I квартал 2017 р. становив 11,5% економічно активного населення (за I квартал 2016 р. – 11,3%). Основними причинами незайнятості у сільській місцевості є не працевлаштовані після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів (19%) та звільнення за власним бажанням, за угодою сторін (24%) [2].

Масовим явищем в Україні стала праця на присадибних та садово-городніх ділянках, у якій беруть участь, за оцінками фахівців, понад 80% всіх сімей [3].

Ефективне управління підприємницькою діяльністю в аграрному секторі економіки неможливе без урахування основної особливості сільського господарства – надзвичайної ролі землі як фактора виробництва. Вагомим чинником під час прийняття рішень також є сезонний характер виробництва, що зумовлює особливості в організації праці аграрних формувань.

На основі дослідження успішних європейських організацій Європейський фонд менеджменту якості (EFQM) сформулював концепції досконалості, такі як лідерство через бачення, натхнення та чесність; досягнення успіху через таланти людей; додавання цінності для споживачів; побудова сталого майбутнього; розвиток організаційних здібностей; використання творчості та інновацій; адаптивне управління; сталі досягнення видатних результатів. По суті це критерії ділової культури організацій у сучасній Європі. Кожна концепція забезпечена хорошими діловими практиками. На основі концепцій розроблено «Модель досконалості» (ідеальної організації), яка дає можливість порівняти з нею будь-яку реальну компанію та розробити програму вдосконалення на доступний для огляду період. Використання цих концепцій і



моделі може бути досить корисним для українських компаній, незалежно від галузі та сфери діяльності [6].

Отже, дивлячись на умови невизначеності, недосконалості механізму обліку та статичної звітності малого і середнього бізнесу з метою формування комплексної системи управління підприємництвом в аграрній сфері, основними напрямками досліджень є:

1) глибокий аналіз та оцінка слабких і сильних сторін організаційного формування на предмет відповідності наявним можливостям і загрозам зовнішнього середовища з метою розроблення соціально-орієнтованої стратегії розвитку, оптимізації управлінських рішень щодо формування стратегічного набору;

2) розроблення механізму управління ринковими пріоритетами на основі збалансування попиту і пропозиції на агропродукцію;

3) пошук шляхів ефективного використання ресурсного потенціалу, прогнозування життєвого циклу продукції, розширення фінансових можливостей виробничої діяльності;

4) комплексний аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства з метою визначення перспектив розвитку шляхом мобілізації резервів у разі непередбачуваних змін.

### Список використаної літератури

1. Самаєва Ю. Докучлива казка про порятунок села // Дзеркало тижня. – 22 квітня 2016. – № 1090. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://dt.ua/macrolevel/dokuchliva-kazka-pro-poryatunok-sela.html>
2. Зайнятість та безробіття за місцем проживання населення [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/statdatacatalog/document?id=350809>
3. Стан ринку праці в сільській місцевості [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category58/doc8/>
4. Семенов В.Ф. Загальний курс агробізнесу: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Знання, 2000. – 302 с.
5. Механізми ефективного розвитку економіки аграрної сфери АПК України: монографія / Л.М. Анічин, Г.О. Андрусенко, Г.І. Мостовий та ін.; за заг. ред. проф. Л.М. Анічина. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2006. – 294 с.
6. Калита П. Неякісний бізнес // Дзеркало тижня. – 27 січня 2017. – № 1128. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dt.ua/article/print/macrolevel/neyakisniy-biznes-abo-dostupno-pro-odnu-sistemnu-problemutaiyiinaslidkidlyaukrayinskoyiekonomiki>.



**Клименко Катерина Василівна,**  
студентка IV-го курсу  
Науковий керівник:  
**Калач А.М.,**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Одним із основних важелів подолання економічної кризи в Україні є зростання підприємницької активності в усіх сферах економіки. Вплив вітчизняної податкової політики на розвиток підприємницького сектору є одним із найактуальніших та найгостріших питань економічної теорії і практики.

Нині вітчизняна система оподаткування суб'єктів бізнесу вкотре зазнала суттєвих змін, що відповідним чином відобразилось на діловій активності підприємців, а саме спричинило значне скорочення кількості працюючих у даному секторі, припинення діяльності або перехід підприємців у «тіньовий» сегмент.

Податкова політика, як елемент системи державного регулювання підприємництва, являє собою діяльність держави, що направлена на створення умов для функціонування підприємництва шляхом використання податкових важелів, для стимулювання або стримування розвитку національного виробництва [1].

Податковий кодекс України, який був прийнятий 2 грудня 2010 року, передбачав великий перелік змін та утвердив національного пріоритету - формування сприятливих умов для розвитку та функціонування середнього класу [5] як фактору пом'якшення соціальної напруги і демократизації ринкових відносин.

Перевагами Податкового кодексу України у врегулюванні податкових відносин між державою і суб'єктами господарювання можна вважати:

- скорочення кількості загальнодержавних податків із 29 до 19;
- скасування 9 місцевих податків і зборів;
- поетапне зменшення ставки податку на прибуток підприємства з 25% до 23% у 2011 р., 21% у 2012 р., 19% у 2013 р.

З 2014 року ставка податку на прибуток становить 18%, а як ми пам'ятаємо, в планах уряду в 2015 році вона мала становити 17% , а з 2016 року взагалі 16%. Цей фактор виявляє неспроможність знизити ставку податку через те, що існує значний дефіцит державного бюджету [3].

Крім того, не дивлячись на такі, здавалось би, прогресивні кроки, закладені Податковим кодексом України, не досить реалістичними, на нашу



думку, є очікування держави щодо переходу частини малого підприємництва на засади функціонування середнього бізнесу.

В країнах ЄС малі підприємства забезпечують близько 50% загальної доданої вартості [1]. За статистичними даними в Україні малий бізнес займає 5-6% ВВП, але фактично близько 30-35% населення зайняті в малому бізнесі.

З 01.01.2017 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні». Законом внесено суттєві зміни до розділів ПКУ, які стосуються адміністрування податків та зборів, зокрема, податку на прибуток, ПДФО, ПДВ, акцизного податку, рентної плати та податку на майно, спеціальних податкових режимів тощо. Спеціальні податкові режими, які використовують більшість суб'єктів малого бізнесу, зазнали суттєвих змін, тепер розмір податків буде залежати від прожиткового мінімуму та мінімальної зарплати.

Бюджет України на 2019 рік встановив ряд змін: підвищена мінімальна заробітна плата з 1 січня 2019 року становить 4173 грн, прожитковий мінімум для працездатних осіб – 1921 грн.

Так, для платників єдиного податку першої групи ставка – 10% від прожиткового мінімуму (192,1 грн/міс), ЄСВ – 22% від мінімальної зарплати (918,06 грн). Тобто в порівнянні з 2018 податкове навантаження збільшилось на 10,35% (якщо підприємцю за себе у 2018 році необхідно було сплатити 11943,12 грн податків, то у 2019 сплачується 13321,92 грн).

Для платників другої групи перспектива є ще менш оптимістичною. Якщо у 2018 році без найманих працівників необхідно було сплатити 18763,92 грн податків та зборів, то у 2019 році сплаті підлягає 21031,92 грн, що на 10,78% більше порівняно з попереднім роком. При цьому граничний обсяг річного доходу як для платників першої, так і для платників другої групи залишається без змін [6].

Для підприємців третьої групи значних змін в оподаткуванні не відбулись. Зазначені тенденції, поряд із суттєвим зростанням цін на всі товари та послуги, свідчать про реалізацію державою дискримінаційної податкової політики щодо малого бізнесу.

Необхідною передумовою розвитку малого бізнесу в Україні є простота, прозорість, і, головне, стабільність податкового законодавства. Податкова політика щодо малого бізнесу повинна забезпечувати підтримку та стимулювання його розвитку шляхом реалізації релевантних механізмів оподаткування. На наше переконання, норми ПКУ та інших нормативно-правових актів мають бути узгоджені між собою, а можливість скористатись спрощеною системою оподаткування повинні мати за власним вибором і фізичні особи-підприємці, і юридичні особи, які належать до малого бізнесу. При цьому податкове навантаження повинно мати тенденцію до зниження, що



дозволить підприємцям акумулювати фінансові ресурси і спрямовувати їх на розвиток власного бізнесу.

### Список використаної літератури

1. Doingbusiness. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org>.
2. Державний комітет з питань регуляторної політики та підприємництва. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/>.
3. Концепція реформування податкової системи України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/67791473>
4. Новосельська Л. І. Переваги та недоліки Податкового кодексу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltu/21\\_5/269\\_Now.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/21_5/269_Now.pdf)
5. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
6. Рахункова палата України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/category/412>

**Книшик Валентин Ігорович,**

студент ЕПБ-15-1

Науковий керівник:

**Козятинський Олег Михайлович,**

ст. викладач кафедри економіка підприємства УДФСУ

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Проблема формування доходів місцевих бюджетів і використання їхніх коштів зростає у зв'язку зі змінами, які стосуються місцевого самоврядування. Треба наголосити, що в сучасній Україні назріла необхідність справжньої, а не декларативної фінансової децентралізації для повнішого та ефективнішого задоволення потреб населення в кожному регіоні. Без бюджетної самостійності місцевих бюджетів з її численними складовими побудова й розвиток ефективної та дійової бюджетної системи України може зволікатися на невизначений час.<sup>2</sup>

Фінансова децентралізація – це процес розподілу функцій, фінансових ресурсів відповідальності за їх використання між центральними локальними рівнями управління. Вона потрібна для максимального наближення послуг до населення, удосконалення систем управління, підвищення ефективності розв'язання завдань, переданих на локальний рівень. Фінансова децентралізація

<sup>2</sup> Бондаренко І. М. „Кандидат юридичних наук, доцент кафедри фінансового права. Національна юридична академія України імені Ярослава Мудрого”



відобразила нагальну потребу у фінансовій самостійності органів місцевого самоврядування.<sup>3</sup>

У сучасних демократичних суспільствах багаторівневі бюджетні системи завжди виступають результатом пошуку компромісу між самостійністю регіонів і необхідністю міжрегіонального вирівнювання умов життя, що дістає відображення в розподілі державних функцій між центральними та місцевими органами влади і прав стосовно управління податками й надходження конкретних податків до відповідних бюджетів.<sup>4</sup>

Як відомо, кожний бюджет складається з доходів та видатків. Визначальними для місцевих бюджетів є власні доходи. Місцеві податки та збори є головним атрибутом місцевого самоврядування в розвинених країнах. Наприклад, у США .. за рахунок місцевих податків забезпечуються 65% доходів місцевих бюджетів, у Франції - 60%, ФРН - 45%, Великобританії- 36%.<sup>5</sup>

У Європейській хартії говориться про місцеве самоврядування так, що вони мають володіти необхідним обсягом власних джерел для виконання покладених на них повноважень. В Україні до таких власних джерел відносяться місцеві податки та збори та кошти, що передаються із державного бюджету в місцевий. Їх питома вага складає відповідно 5-7% та 60%. Решту складають трансферти.

Звертаючись до наукових напрацювань з цієї проблеми, зазначимо, що не знайшли достатнього науково-теоретичного та методичного вирішення проблеми визначення оптимального плану формування власної дохідної бази місцевих бюджетів, який базується на фіскальній автономії, якісного прогнозування доходів місцевих бюджетів, підвищення зацікавленості місцевих органів влади у зростанні власної дохідної бази. Наявна тенденція до надмірної централізації доходів у подальшого спрямування трансфертів до місцевих бюджетів призводить до збільшення зустрічних фінансових потоків та не сприяє нарощуванню власної дохідної бази, що підтверджують показники виконання місцевих бюджетів.<sup>6</sup>

Так, посилаючись на розрахунки спеціалістів секретаріата Президента та МВФ, наголошує на проблемі високого рівня вилучення доходів місцевих бюджетів в державний, за 2018 рік планувалось збільшити з 50 до 80% вилучення доходів з місцевих бюджетів. Хоча в той самий час, за даними Департаменту бюджету фінансів Київської міської Ради, обсяги субвенцій з

<sup>3</sup> Дроздовська. О. С. Теоретичні засади фінансової децентралізації // Фінанси України. - 2002.-№ 8.- с. 20.

<sup>4</sup> Жемеренко Є. В. Використання коштів Місцевих бюджетів України // Фінанси України 2005 - № 8. - с. 12-18.

<sup>5</sup> Жемеренко Є. В. Використання коштів місцевих бюджетів України // Фінанси Укршні - 20(15 - № 8. - с. 12- 18. 103

<sup>6</sup> Бондаренко І. М. ,Кандидат юридичих наук, доцент кафедри фінансового права. Національна юридична академія України імені Ярослава Мудрого"





Державного бюджету у порівнянні з 1 кварталом 2017 року збільшилися у 1,1 рази.

Таким чином, протягом останніх років в Україні спостерігається негативна тенденція до зменшення частки власних доходів у структурі доходів місцевих бюджетів, як результат, збільшення кількості дотаційних бюджетів. Недостатність власних стабільних доходів значно зав'язує руки місцевих органів влади на соціально-економічний розвиток регіонів. Тому збільшення та побудова опор для джерел поповнення місцевих бюджетів, для чим швидшого вирішення завдання фінансової незалежності органів місцевого самоврядування для чіткого виконання накладених на них завдань та функцій.

**Кудацький Валерій Валерійович**

здобувач вищої освіти,

Науковий керівник:

**Піжук Ольга Іванівна**

к.е.н, доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **РЕІНЖІНІРИНГ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ**

Сучасна теорія та практика управління підприємствами вимагає вагомих змін, що зумовлено глобалізацією світової економіки, прискоренням динамічності ринкового середовища та зростанню конкуренції. Причини необхідності появи сучасніших підходів до управління пов'язані із змінами в самому бізнесі: усе більше значення для ефективної діяльності підприємства набуває застосування інновацій, знань, втілених в інтелектуальних продуктах[1]. Ідея представлення підприємства у вигляді набору бізнес-процесів, а керування його діяльністю – як управління бізнес-процесами розпочала формуватися наприкінці 80-х років ХХ століття [3].

Так, дослідженню проблематики керування бізнес-процесами підприємств присвячені праці О.А. Гавриша, М.Д. Аістової, В.Г. Герасимчука, С.В. Войтка, О.О. Ільчука, В.В. Дергачової, А.В. Козаченко, Л.С. Довгань, І.М. Крейдич, В.М. Марченко, П.В. Кутельса, І.І. Мазура.

Концепція покращення бізнес-процесів (Business Process Improvement) ґрунтується на чотирьох підходах, що спрямовані на підвищення продуктивності, ефективності і адаптованості бізнес-процесів: методика швидкого аналізу рішень (FAST – Fast Analysis Solution Technology); бенчмаркінг; перепроєктування; реінжиніринг бізнес-процесів (Business-process Reengineering) [4]. Для досліджень було обрано підхід реінжинірингу бізнес-процесів, тобто ефективного методу підвищення і національної, і внутрішньо-фірмової конкурентоспроможності. Це особливо важливо для



держав з перехідною економікою, для яких однією із найважливіших проблем управління бізнесом стає підтримка конкурентоспроможності у умовах нестабільності і мінливості внутрішнього та зовнішнього середовища.

Засновником теорії реінжинірингу є М. Хаммер, який трактував реінжиніринг як фундаментальне переосмислення та радикальне перепроектування ділових процесів для досягнення покращень показників діяльності бізнесу, таких як якість, вартість, сервіс та темпи [3].

Реінжиніринг бізнес-процесів – це радикальне покращення та оновлення бізнес-процесів у контексті пришвидшення реакції бізнесу на зміни у вимогах споживачів саме за багаторазового зниження витрат всіх видів, яке відбувається за умов гармонійної роботи команди висококваліфікованих та ефективно мотивованих фахівців.

Як показує досвід іноземних компаній, реінжиніринг бізнес-процесів застосовується за таких обов'язкових умов: у компанії активно підтримуються інноваційні проекти та нововведення; мінімальна кількість працівників компанії – 20 людей (у тому числі не менше 4 людей займають управлінські посади); у компанії є потужна технологічна інфраструктура; у компанії активно підтримуються інноваційні проекти та нововведення. Найчастіше іноземні компанії вдавалися до реінжинірингу своєї діяльності у наступних ситуаціях: якість надаваних послуг не задовольняла потреби споживачів; високі операційні витрати; нераціональний розподіл ресурсів та обов'язків з метою досягнення максимально ефективної діяльності; низька результативність діяльності менеджерів саме середньої ланки. Можна зробити висновок, що досвід іноземних компаній показує, що сам реінжиніринг бізнес-процесів не потребує великих тимчасових витрат. Варто зазначити, що тривалість кожного з проектів становить від 6 до 10 місяців. Період може залежати від типу і структури бізнесу і цілей, що керівництво ставить перед реінжинірингом бізнес-процесів.

Отже, проведення реінжинірингу бізнес-процесів – це трудомісткий та складний процес, який вимагає повної віддачі та розуміння того, що відбувається, від його ініціаторів і виконавців. У разі вдалого його проведення бізнес отримує масу переваг перед своїми конкурентами, підвищує показники економічної ефективності, а також зміцнює свої позиції на ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Орликовський М.О. Новітні концепції управління ефективності діяльності сучасних підприємств // Ефективна економіка. 2014. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3034>
2. Пономаренко В.С. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія / В.С. Пономаренко, С.В. Мінухін, С.В. Знахур. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с
3. Майкл Хаммер, ЛизаХершман. Быстрее, лучше, дешевле. Девятьметодовреинжинирингабизнеспроцессов. Издательство: «АльпинаПаблицер», 2015. 270 с.



4. Гончарова О.М. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління / О.М. Гончарова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2013. № 10(151). С. 78–82.
5. Кривоконь М.О. Основні положення реінжинірингу та концентрації виробництва як інструментів антикризового управління/ М.О. Кривоконь // Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. № 2. С. 583–587.
6. Ковальов А.І. Підвищення ефективності антикризового управління в корпоративному секторі на основі реінжинірингу бізнес-процесів / А.І. Ковальов // Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. № 3(54). С. 124–130.
7. Іпполітова І.Я. Ефективність здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві / І.Я. Іпполітова // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 13. С. 264–270.
8. Бабак О.А. Реінжиніринг як сучасний інструмент інноваційної діяльності підприємств / О.А. Бабак // Економічний вісник Переяслав-Хмельницького ДПУ. 2011. № 17/1. С. 55–60.
9. Сохнич А.Я., Виноградова О.В. Аспекти реінжинірингу підприємства в умовах сучасної економіки. Львів: ПП «Арал», 2015. 56 с.
10. Степаненко Т.О. Методичні засади проектування та управління якістю бізнес-процесів / Т.О. Степаненко // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 146–150.



**Костіна Олександра Євгеніївна,**  
здобувач вищої освіти  
Науковий керівник :  
**Гасвська Лариса Миколаївна**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПрАТ « РОШЕН»

Фінансовий потенціал являє собою один із головних елементів, котрий визначає діяльність суб'єктів господарювання, їх ефективність, масштаби і дохід. Чим більший він, тим більший конкурентоздатний і інвестиційно привабливий господарюючий суб'єкт. У зв'язку із цим, важливою основною економічною характеристикою підприємства на сучасному етапі, вважають, їх фінансовий потенціал. Він є підґрунтям в контексті формування підприємницького прибутку та може застосовуватись для фінансування усіх напрямків фінансово - економічної діяльності суб'єкта господарювання.

Фінансовий потенціал являє собою сукупність власних та залучених фінансових ресурсів підприємницьких структур і можливості системи стосовно їх раціонального управління задля досягнення загально стратегічних цілей та завдань.

На прикладі ПрАТ «ROSHEN» здійснимо оцінку його фінансового потенціалу.

для оцінки фінансового потенціалу було обрано показники, які надають оцінку стану ліквідності, фінансової стійкості і платоспроможності на підприємстві.

Розрахуємо дані показники для ПрАТ «ROSHEN» , та результати відобразимо в табл.2.

Таблиця 2

### Оцінка фінансових показників «ROSHEN» за 2015 - 2017 роки

Показник	2015	2016	2017
Коефіцієнт концентрації власного капіталу (автономії)	0,82	0,91	0,94
Коефіцієнт покриття	2,42	5,96	6,34
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,25	0,99	0,72
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,71	0,3	0,2
Коефіцієнт рентабельності активів	0,31	0,32	0,29
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,226	0,37	0,28
Ефект-сть використання активів для виробн.-ва продукції	1,321	1,401	1,389
Частка заборгованості в загальній сумі джерел	0,290	0,120	0,172
Коефіцієнт забезпечення боргів (заборгованості)	20,345	36,842	22,10

Джерело: складено автором на основі [9]



Одержані результати фінансових показників порівняємо із нормативними значеннями та на їх основі побудуємо криву фінансового потенціалу ПрАТ «ROSHEN» для визначення рівня фінансового потенціалу (табл. 3).

Таблиця 3

**Крива фінансового потенціалу «ROSHEN» за 2015 – 2017 роки**

Показник	Рівень ФПП		
	високий	середній	низький
1. Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)			
2. Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)			
3. Коефіцієнт термінової ліквідності			
4. Коефіцієнт абсолютної ліквідності			
5. Рентабельність усіх активів			
6. Рентабельність власного капіталу			
7. Ефективність використання активів для виробництва продукції			
8. Частка заборгованості в загальній сумі джерел			
9. Коефіцієнт забезпечення боргів			
2015 – рік (—); 2016 рік (—); 2017 рік (—)			

Джерело: складено автором на основі [9]

Керуючись одержаними результатами потрібно зазначити, що рівень фінансового потенціалу ПрАТ «ROSHEN» в 2017 та 2016 роках знизився в порівнянні із 2015 роком. Так як коефіцієнти швидкої і абсолютної ліквідності знаходяться на середньому і низькому рівні підприємство не в змозі вчасно розрахуватися із наявною заборгованістю.

Отже, фінансовий потенціал являє собою найважливішу характеристику ефективності фінансово-господарської діяльності і надійності суб'єктів господарювання. Він визначає конкурентоздатність суб'єктів господарювання і їхній потенціал в ділових стосунках, є підґрунтям ефективної реалізації фінансових інтересів усіх учасників фінансово - господарської діяльності.

Оцінивши фінансовий потенціал ПрАТ «ROSHEN» нами встановлено, що діяльність даного підприємства є прибутковою і фінансовий потенціал знаходиться на середньому рівні, але фінансова стабільність суттєво залежить від змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Заходи спрямовані на покращення фінансового потенціалу ПрАТ «ROSHEN»:

- збільшити вхідні та знизити рівень вихідних грошових потоків (завдяки збільшенню виручки від реалізації; зменшення рівня вихідних грошових потоків можна досягти завдяки: зменшенню рівня витрат, котрі відносяться на собівартість продукції та котрі покривають завдяки прибутку);
- мобілізувати внутрішні резерви (завдяки здійсненню реструктуризації а також перетворення в грошову форму наявних матеріальних і фінансових підприємницьких активів);



- удосконалити методи впливу менеджменту на фінансові ресурси.

### Список використаної літератури

1. Шумська С.С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки / С.С. Шумська // Фінанси України. — 2007. — № 5. — С. 55—64.
2. Онишко С.В. Фінансовий потенціал інноваційно го розвитку економіки / С.В. Онишко // Фінанси України. — 2003. — № 6. — С. 67—74.
3. Свірський В.С. Фінансовий потенціал: теорети коконцептуальні засади / В.С. Свірський // Світ фінансів. — 2007. — № 4. — С. 43—51.
4. Мельник О.Г. Фінансовий потенціал машинобудів ного підприємства: сутність та індикатори оцінювання / О.Г. Мельник // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". — 2007. — № 606. — С. 46—51.
5. Боронос В.Г. Формування механізму оптимізації структури капіталу та його вплив на фінансовий потен ціал підприємства / В.Г. Боронос // Механізм регулю вання економіки. — 2010. — № 3, Т. 1. — С. 154—166.
6. Кучер Г. В. Фінансовий потенціал як економічна категорія / Г. В. Кучер // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - № 9. - С. 46-52. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2014\\_9\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_9_6).
7. Громова А.Є. Фінансовий потенціал, як основа формування прибутку підприємства / А.Є. Громова // Економіка та управління підприємствами. 2017. Вип. 5. С. 75—78.
8. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст] : підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.
9. Офіційні дані “ROSHEN” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.roshen.com/>
10. Толпежніков Р.О. Сутність та методика оцінювання фінансового потенціалу підприємства // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – № 2. – Т. 1. – С. 277-282.



**Кукурудза Наталія Володимирівна,**

студентка ЕПБ - 16-1

Науковий керівник:

**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Сучасне конкурентне підприємницьке середовище характеризується насиченістю інтелектуальної власності, тому сьогодні актуалізується питання захисту комерційної таємниці (КТ) у підприємницькій діяльності. Суб'єкти господарювання потерпають від жорстокої конкурентної боротьби і піддаються негативним чинникам, тому вони змушені створювати систему захисту економічних інтересів.

Значна увага приділяється питанням захисту комерційної таємниці в дослідницьких працях вітчизняних та закордонних учених. Ряд вчених досліджували проблеми захисту КТ, таких як: Г. Андрощук, Ю. Назарова, Ю. Макогон, В. Ярочкін, у роботах зазначених науковців розкриваються аспекти правового захисту КТ та процедурам набуття права власності на комерційну таємницю, її отримання, використання, зберігання і поширення. Тому слід зазначити, що розроблення і реалізація системи економічної безпеки підприємства є одними з найважливіших завдань сучасного бізнесу та, відповідно, і науки.

Багато дискусій виникало з приводу змісту інформації про комерційну таємницю. Згідно з законом України інформація є об'єктом права власності, але й може бути об'єктом інтелектуальної власності [3].

В ст. 505 Цивільного кодексу України надано визначення поняття «комерційна таємниця – це відомості, пов'язані з виробництвом, технологією, управлінням, фінансовою та іншою діяльністю суб'єкта господарювання, використання яких у господарській діяльності надає можливість отримання прибутку та/або конкурентної переваги чи збереження положення на ринку, розголошення яких може завдати шкоди інтересам суб'єкта господарювання [1].

Поняття захисту інформації і конкретні види заходів щодо захисту інформації були введені в січні 2011 року Законом України «Про інформацію» в новій редакції, в якому зазначено, що захист інформації – це сукупність правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї [2, ст. 1].



До комерційної таємниці відноситься: цінова політика та рівень прибутку, бізнес – плани, інформація про заплановані або укладені контракти, дані про постачальників та клієнтів, власні винаходи, які не захищені авторським або патентним правом, маркетингові дослідження [3].

Як зазначається «Про комерційну таємницю: наказ № 35», що невід’ємною складовою комерційної таємниці суб’єктів господарювання становлять договори (контракти): умови контрактів (терміни, обсяги, номенклатура, умови постачання); особливі умови контрактів (знижки, доплати, розстрочки платежів); умови платежів за контрактами (ціни, знижки, доплати, розстрочки платежів) та ціни: відомості про методику розрахунків цін і принципи ціноутворення; структура цін; калькуляція витрат виробництва; дані для калькуляції ціни [4].

Також важливим є нерозголошення інформації про оплату праці, преміальні, доплати і компенсації, умови укладання контрактів між адміністрацією підприємства та працівниками.

В. Серіков наголошує, що під час укладання угод між суб’єктами господарювання у межах території України необхідно у тексті угоди відобразити: перелік відомостей, які відносяться до комерційної таємниці угоди; види матеріальних носіїв, в яких містяться такі відомості (електронні носії, документи, вироби тощо); вимоги щодо захисту відомостей, що становлять комерційну таємницю; права сторін на використання інформації, що містить комерційну таємницю; зобов’язання сторін про нерозголошення (неправомірну передачу) відомостей, що охороняються; санкції за розголошення, неправомірне передача або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю [5].

Отже, ефективний захист комерційної таємниці в підприємстві може бути забезпечений лише комплексом правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї. З кожним днем з’являються нові загрози комерційній таємниці, тому захист інформації має бути безперервним процесом, який відповідає вимогам адекватної протидії найбільш актуальним загрозам. Ніщо не може дати повної гарантії захисту, навіть найсучасніші системи, однак впровадження раціональної комбінації найбільш оптимальних засобів захисту, чітко розробленої правової регламентації захисту комерційної таємниці та конфіденційної інформації дозволить захиститися від більшості загроз, ефективно використовуючи наявний бюджет і ресурси підприємства.

#### **Список використаної літератури**

1. Господарський Кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 48–52. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)





2. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 7.06.1996 р. № 236/96-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Про інформацію: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48 (зі змінами і доповненнями). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
4. Про комерційну таємницю: наказ № 35. – Київ, 2011 [Електронний ресурс]: URL: <http://pravnik.at.ua/news/2011-01-15-214> (дата звернення: 28.10.2016).
5. Сериков В. Н. Рекомендации по организации защиты коммерческой тайны в ИЭС им. Е. О. Патона / В. Н. Сериков. – К., 1991. – 136 с.

**Кравчук Наталія Романівна,**  
студентка 4 курсу  
Науковий керівник:  
**Ружинська Н. О.,**  
к. е. н., старший викладач кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ**

У сучасних умовах господарювання забезпечення прибуткової діяльності, стабільного фінансового стану підприємства та стійкої конкурентоспроможності, безпосередньо залежить від ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. Особливої актуальності ця проблема набуває через обмеження ресурсів, що зумовлює необхідність постійного пошуку шляхів раціонального їх використання.

Метою роботи є визначення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Об'єктом даної роботи є ресурсний потенціал та ефективність його використання.

На думку С. Сердака, ресурсний потенціал підприємства – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, зокрема здатність робітників підприємства ефективно використовувати наявні ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства. При цьому ресурсний потенціал підприємства можна охарактеризувати чотирма основними критеріями:

- реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності (також і нереалізовані можливості);
- обсягом ресурсів як залучених, так і тільки підготовлених до використання у виробництві;



- здатністю кадрів використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;
- формою підприємства та відповідною організаційною структурою підприємства [1, 84-87].

Термін «ефективність» в перекладі з латинської означає дію або результат. Відповідно, ефективність будь-якого явища означає результативність, яка досягається на основі цілеспрямованого використання факторів виробництва за певних умов. Досить вдалим є визначення ефективності, яке підтримується багатьма вітчизняними економістами, запропоноване В.Г. Андрійчуком. Він трактує категорію ефективності як результативність певного процесу, дії, що вимірюється співвідношенням між отриманим результатом і витратами (ресурсами), що його спричинили [2, с. 9].

Ефективність ресурсного потенціалу характеризує раціональне використання фінансових, матеріальних, людських та інших економічних ресурсів. Щодо ресурсного потенціалу, ефективність його використання є комплексною характеристикою кінцевих результатів використання економічних ресурсів за визначений період часу для забезпечення розвитку [3].

Тому, для оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства, необхідно проаналізувати сучасний стан, структуру та забезпеченість підприємства всіма видами ресурсів. Основними показниками, що характеризують ефективність ресурсного потенціалу підприємства є:

- матеріальні ресурси, оцінювання яких включає аналіз потенційних можливостей предметів і засобів праці, технічних та технологічних ресурсів підприємства;
- фінансові ресурси, оцінювання яких полягає в аналізі фінансових показників, показників прибутковості, ліквідності та платоспроможності [4];
- трудові ресурси, оцінка яких включає аналіз показників плинності кадрів, рівня продуктивності праці трудових ресурсів [5];
- інформаційні ресурси, оцінювання яких включає аналіз технічного забезпечення інформаційними системами та аналіз кадрового забезпечення та рівня їх кваліфікації у галузі інформаційних систем.

Ефективність використання кожного виду ресурсу, у силу своїх специфічних особливостей, оцінюється за допомогою конкретної системи узагальнюючих та індивідуальних показників. Особливу увагу необхідно приділяти таким показникам, як продуктивність праці, фондівдача й фондоозброєність, оскільки саме ці три показники безпосередньо пов'язані між собою, дають змогу забезпечити раціональні пропорції між основними і кадровим ресурсами потенціалу підприємства за різного їх стану [6].

Характерною особливістю ефективного використання ресурсного потенціалу є, в першу чергу, оцінювання ефективності використання ресурсів підприємства, де корисний результат діяльності підприємства порівнюється з



витратами на отримання цього корисного результату. Корисний результат розглядається як ефект, який може бути економічним, у вигляді прибутку підприємства, та соціальним, у вигляді забезпечення формування кращого рівня життя людини .

Для повної уяви про стан та ефективність використання ресурсного потенціалу й оцінювання ступеня впливу ресурсів підприємства на формування результату діяльності підприємства існує інтегральний показник ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства, який розраховується за формулою:

$$I_{\text{ЕВРП}} = \sum k^{ii} \times P^{ii},$$

де  $I_{\text{ЕВРП}}$  — інтегральний показник ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства;  $k^{ii}$  — ваговий коефіцієнт показників оцінки ефективності використання ресурсів підприємства;  $P^{ii}$ , — частковий ресурсний показник підприємства;  $i$  — кількість ресурсів підприємства.

Отже, діяльність будь-якого підприємства ґрунтується на ефективному використанні ресурсного потенціалу, який є основою сталого розвитку. Проведення комплексного аналізу і оцінки ефективності використання економічних ресурсів підприємства дозволяє визначити величину резервних можливостей для подальшого розвитку підприємства й сприятиме створенню довгострокової й гнучкої системи управління ресурсним потенціалом підприємства.

### Список використаної літератури

1. Горбоконь В. Ю. Формування ресурсного потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки № 4 (166). Ужгород, 2015 С. 184.
2. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: монографія / В. Г. Андрійчук. — 2-ге вид., без змін. — К.: КНЕУ, 2008. — 292 с.
3. Ульянченко О. В. Методологія досліджень процесу управління ресурсним потенціалом // Вісник ХНАУ, № 9. 2010 С. 48-56.
4. Нонік В. В., Полчанов А. Ю. Фінансовий потенціал як економічна категорія // Економічна наука, 2017. С. 6. [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/17\\_2017/3.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/17_2017/3.pdf).
5. Бугас В. В. Трудовий потенціал підприємства: сутність та структура. Київ: наук. фахове видання Ефективна економіка. 2018. С. 2. . [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1\\_2018/44.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/44.pdf).
6. Бабина О. Є. Потенціал як системна економічна категорія // Вісник економіки транспорту і промисловості, № 36. 2011. С. 23.



**Кабанова Поліна Олегівна,**

студентка групи ПТБ-16-2

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Марченко Ольга Іванівна, к.е.н.,**

доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **СМАРТ-ПРОМИСЛОВІСТЬ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

На даний період розвиток світової економіки має явні ознаки глобальної турбулентності, яка може радикально перетворити світ. Причина посилення уваги до промисловості полягає в тому, що саме індустрія, а точніше обробна промисловість (англ. manufacturing), є головним генератором інновацій у сучасному світі, який забезпечує унікальне поєднання технологічного прогресу, зростаючої віддачі та недосконалої конкуренції, що становить основу історичних успіхів багатьох країн.

Роль смарт-промисловості у модернізації промислового потенціалу держави обумовлена принципово новими можливостями, відкритими четвертою промисловою революцією, яка передбачає перехід до орієнтованого на споживача виробництва на основі інтелектуальних кіберфізичних систем і злиттям технологій із "розмиванням" кордонів між фізичними, цифровими та біологічними сферами. Нова промислова революція швидко трансформує світ. Найближчим часом, в економічно розвинених країн світу, у зв'язку з дигіталізацією та автоматизацією на ринках праці можуть статися революційні трансформації, порівнянні з історичним переходом від сільськогосподарського виробництва до промислового до 2030 р. від 75 до 375 млн робітників (від 3 до 14% глобальної робочої сили) будуть змушені змінити професії. Для України особливе значення смарт-промисловості визначається і тією обставиною, що її традиційна індустрія наразі перебуває у кризовому стані. Сьогодні в Україні переважно розвинуті III та IV технологічні уклади, їх сумарна питома вага складає 95%. На V технологічний уклад приходиться 5%, а шостий взагалі відсутній. Україна відстає від розвинутих країн на цілу технологічну епоху. На жаль, Україна в світовому технологічному контексті переважно залишається постачальником сировини. Причому Україна експортує товари з меншою доданою вартістю, а імпортує товари з більшою доданою вартістю [1, с. 7].

На жаль, у розробленому плані пріоритетних дій уряду в економіці України на період до 2020 р. смарт-промисловість (Індустрія 4.0, промисловий інтернет речей, просунуте дигіталізоване виробництво), на відміну від планів дій США, Китаю, країн ядра ЄС та інших індустріальних лідерів, взагалі не розглядається, тим більше як національна стратегічна інвестиція. Звертаючись ще раз до специфіки проблем "розумного" розвитку бізнесу в Україні, частиною



якого є національна промисловість, слід підкреслити, що до найбільш важливих і системних із них можна віднести: по-перше, низький загальний рівень розвитку вітчизняної економіки, що визначає наявні дуже обмежені обсяги фінансово-економічних ресурсів для здійснення смарт-трансформацій; по-друге, у цілому несприятливе інституційне середовище екстрактивного типу з невисокою якістю базових інститутів і середньою тих, що впливають на фінансові можливості розвитку виробництва (доступ до кредитів і легкість сплати податків); по-третє, критичне відставання сфери НДДКР, реальні витрати на яку в Україні суттєво відстають від середньосвітового рівня [2, с. 5].

Усунення ключових перешкод на шляху прискореного розвитку національної смарт-промисловості, від успіху яких залежать позиції України у світі, потребує забезпечення конгруентності соціально-економічних, інституційних і техніко-технологічних трансформацій за умови прискореного розвитку національної сфери НДДКР і цифрової економіки. Для практичної реалізації вищезазначених заходів, крім культивування інклюзивних політичних інститутів і прояву політичної волі до реформ, принципово важливо вивести розвиток економіки та її провідної ланки – промисловості – за рамки короткострокових політичних циклів, що генерують нестабільність і збільшують соціальну нерівність [3, с. 10].

Для подолання всіх перешкод необхідно: гарантії прав власності, у тому числі інтелектуальної; державно-приватні стратегії розвитку, у тому числі кіберфізичного виробництва, плюс стратегії перепідготовки кадрів на засадах STEM, а також стратегії зменшення бідності та соціальної нерівності; інститути розвитку, засновані на принципах незалежних регуляторних агентств, зміна правил роботи і керівництва яких має виходити за межі повноважень чергової політичної влади. Вирішальні кроки в цьому напрямі в Україні ще не зроблені. Між тим шанс вирішити проблеми прискорення соціально-економічного розвитку, опанувавши нову технологічну хвилю, ще є. Він обумовлений появою "вікон можливостей", що завжди відкриваються на етапі зміни техно-економічних парадигм, а також посиленням інституційного тиску з боку європейських демократій у зв'язку з обраним Україною курсом на європейську інтеграцію. Необхідно використати цей шанс, якого, з урахуванням прискорення глобальних кіберфізичних трансформацій, залишається все менше.

#### **Список використаної літератури**

1. Lawrence M., Roberts C., King L. Managing Automation Employment, Inequality and Ethics in the Digital Age. IPPR Commission on Economic Justice. Discussion Paper. 2017, p.56.
2. ХайТек Офіс Україна. Проект. Цифрова адженда України– 2020 ("Цифровий порядок денний"– 2020) Концептуальні засади (версія 1.0) Першочергові сфери, ініціативи, проекти "цифровізації" України до 2020 року. ГО "ХайТек Офіс Україна". 2016. 90 с.



3. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку: монографія / [В.П. Вишневський, О.В. Вієцька, О.М. Гаркушенко, С.І. Князєв, О.В. Лях, В.Д. Чекіна, Д.Ю. Череватський]; за ред. акад. НАН України В.П. Вишневського; НАН України, Інститут економіки промисловості.–Київ, 2018.– 192 с.

**Кобець Інна Олександрівна,**  
студентки ННІ ФБС ФБД-17-2

Науковий керівник:

**Онишко Олег Володимирович**

к. ю. н. доцент, доцент кафедри господарського  
права та процесу УДФСУ

## **ПРАВОВИЙ СТАТУС НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Досить часто неприбуткові організації прописують в своїх статутних документах положення про те, що мають право вести господарську діяльність, яка відповідає статутним цілям і завданням.

Однак фіскальний орган в своїх висновках дотримується такої позиції, що наявність в статусі неприбуткової організації свідчить про те, що організація є неприбутковою і не здійснює діяльність спрямовану на отримання прибутку, та не може займатися господарською діяльністю, але добре проаналізувавши Господарський Кодекс можна зрозуміти, що неприбуткові організації, тобто ті, що займаються не комерційною діяльністю, мають повне право на ведення господарської діяльності.

Варто підкреслити, що визначення некомерційної господарської діяльності подається у законодавстві вперше, – це самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку [ч. 1 ст. 52 ГК України]. Отже, ГК України започаткував уніфіковані визначення як підприємницької, так і некомерційної господарської діяльності, які ґрунтуються на фундаментальному визначенні господарської діяльності [3].

На суб'єктів господарювання, які здійснюють некомерційну господарську діяльність, поширюються загальні вимоги щодо регулювання господарської діяльності з урахуванням особливостей її здійснення різними суб'єктами господарювання, які визнаються Господарським Кодексом та іншими законодавчими актами[1].

Враховуючи те, що некомерційне господарювання є різновидом господарської діяльності, ця діяльність суб'єктів господарювання має



здійснюватися згідно із загальними правовими вимогами до заняття нею суб'єктами гос-подарської діяльності. Різноманіття організаційно-правових форм некомерційної господарської діяльності спричиняє встановлення ряду особливостей для відповідних суб'єктів господарювання. Специфіка діяльності таких суб'єктів визначається як Господар-ським кодексом України, так і спеціальним законодавством про некомерційні (неприбуткові) організації – суб'єкти некомерційного господарювання, які здійснюють неприбуткову господарську діяльність [2].

Некомерційна господарська діяльність здійснюється суб'єктами господарювання державного або комунального секторів економіки у галузях (видах діяльності), в яких відповідно до статті 12 Господарського Кодексу забороняється підприємництво, на основі рішення відповідного органу державної влади чи органу місцевого самоврядування. Некомерційна господарська діяльність може здійснюватися також іншими суб'єктами господарювання, яким здійснення господарської діяльності у формі підприємництва забороняється законом [1].

Не можуть здійснювати некомерційну господарську діяльність органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові особи.

При укладенні трудового договору (контракту, угоди) суб'єкт господарювання, що здійснює некомерційну господарську діяльність, зобов'язаний забезпечити належні і безпечні умови праці, її оплату не нижчу від визначеного законом мінімального розміру, а також забезпечити інші соціальні гарантії, передбачені законом [1].

Отже, категорія «неприбуткова організація» є збірною за своїм змістом як для суб'єктів некомерційного господарювання, так і негосподарюючих суб'єктів, діяльність яких направлена на господарське забезпечення, без створення суспільного продукту, який має цінову визначеність.

#### Список використаної літератури

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 року (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 19–20, № 21–22. С. 144.
2. Попадинець Г. Правовий статус неприбуткових організацій у господарській діяльності. 2016. С.458 – 463 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://science2016.lp.edu.ua/sites/default/files/Full\\_text\\_of\\_%20papers/vnulpurn\\_2016\\_855\\_72.pdf](http://science2016.lp.edu.ua/sites/default/files/Full_text_of_%20papers/vnulpurn_2016_855_72.pdf)
3. Щокін Р. Г. Некомерційна господарська діяльність в Україні: сутність, нормативно-правова основа та проблемні аспекти. *Наше право*. 2015. №1. С. 115 – 120.



**Кулик Ірина Ігорівна,**

студентка групи ЕПБі-15-2

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Сидорко Наталія Леонідівна,**

старший викладач кафедри

економіки підприємства УДФСУ

## **СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ**

Сьогодні надзвичайно актуальним є питання розробки новітніх маркетингових заходів просування послуг, оскільки докризові засади маркетингової діяльності вже не знаходять реального відображення у ситуації, що склалася на ринку послуг. При цьому метою використання новітніх підходів є формування позитивного іміджу та налагодження довгострокових стосунків підприємств із клієнтами. Як і формування, удосконалення маркетингової комунікаційної політики передбачає прийняття великої кількості рішень, пов'язаних з визначенням величини рекламного бюджету, вибором оптимальних засобів розповсюдження рекламних звернень, використання засобів комерційної пропаганди, методів стимулювання збуту. Просування послуг створює образ престижності, підтримує популярність існуючих товарів, створює сприятливу атмосферу для підприємства та його послуг у змаганні з конкурентами.

На сьогодні потрібно досить ретельно досліджувати тенденції, що з'являються у світі, щоб удосконалити свою маркетингову комунікаційну політику. Неправильно сформована маркетингова комунікаційна політика не дозволить фірмі досягти запланованих цілей [1].

Серед чинників розвитку ринку послуг слід назвати бажання споживачів забезпечити для себе вищий рівень комфорту, позбутися виконання певних функцій або спростити їх. Крім того, окремі спеціалізовані функції у переважній більшості випадків не можуть виконуватися споживачем особисто або потребуватимуть від нього непомірно великих зусиль щодо попереднього опанування певних знань або навичок.

Як зазначали Дайновський Ю.А. та Гліненко Л. К.: «складність здійснення маркетингу у сфері послуг зумовлена тим, що до моменту надання результату послуги фактично не існує, тобто неможливо оцінити якість відповідної послуги, порівняти її з іншими аналогічними й обрати кращий із можливих варіантів. Попередня оцінка якості послуги, яку планується отримати, здійснюється принаймні чотирма способами, в кожному з яких у тій або іншій мірі присутні комунікації. Це оцінка на основі (рис. 1).

Важливим є не тільки присутність позитивних відгуків, але і відсутність вкрай негативних, скандальних даних. Останнє стає особливо важливим у





Інтернет-середовищі: багато потенційних споживачів вважають, що якщо нічого поганого про певного надавача послуг в Інтернеті не знайдено, значить, її якість можна вважати нормальною, допустимою» [2, с.35-36].



Рис. 1 База оцінки якості послуги

*Джерело:* побудовано на основі [2, с.36]

Підвищення результативності саме комунікативного впливу на потенційного споживача послуг реалізується на практиці через застосування різноманітних інноваційних маркетингових прийомів. Наведемо приклади прийомів цієї групи.

1. Прийом “персонального калібрування пропозиції”. Ресторан VitaMojo, що відкрився на початку 2016 року у Великобританії, забезпечує споживачам можливість самостійно “відкалібрувати” склад замовленого салату: за допомогою встановлених на кожному столі iPod’ів кожний відвідувач ресторану може самостійно обрати інгредієнти салату та їх кількість у грамах, просто пересуваючи на екрані бігунки у відповідних шкалах. На графіках, що відображають процес замовлення, фіксується зміна споживчої цінності страви (кількості калорій) та ціни залежно від зміни її складу[3,с.59].

2. Прийом “моментального відгуку на невисловлену потребу”. Для успішного запуску бренду в Колумбії під слоганом “Зроби перерву – з’їж Kit Kat” компанія KitKat запропонувала споживачам безкоштовний масаж через притулення до встановлених на зупинках громадського транспорту спеціальних рекламних щитів, локалізованих на картах Google. Як тільки в чиємсь повідомленні у Твіттері у межах міста з’являлося слово “засмучений” чи “стомився” (“stressed”, “tired” etc), автор миттєво отримував повідомлення з вказівкою розташування найближчого масажного щита на GoogleMaps [4].

3. Прийом просування продукту через реалізацію іншої потреби. Прийом полягає у стимулюванні придбання продукту чи послуги завдяки можливості задовольнити іншу потребу, реалізація якої потребує дій, хоча б частково спільних із тими, які мають місце при споживанні чи купівлі цих продуктів чи



послуг. Так, за даними, більше 70 % потенційних пацієнтів надають перевагу віртуальній консультації стосовно візиту до лікаря. У 2015 році мережа компаній Matsumoto Apple Association запропонувала покупцеві незначно дорожчі яблука, споряджені додатковим стікером JPY 200 Dentapples з QR кодом, який надає доступ до мобільного додатку. Зробивши фотографії чотирьох надкусів яблука камерою смартфона через додаток та відповівши на кілька питань про стан своїх зубів, споживач отримує можливість протягом 24 годин проконсультуватися в режимі онлайн із професійним стоматологом, отримуючи поради на основі фотографій надкушеного яблука[5].

4. Прийом “екологізації послуги”. Прийом полягає у зміні середовища надання послуги на екологічніше чи сприятливіше для покращення самопочуття. Так, поціновувачам Starbucks кав’ярні пропонують додатково “підзарядитися” у зимові дні, відвідуючи фірмові заклади StarbucksEnergyUpcafés, споряджені особливими лампами PhilipsEnergyUp, які, імітуючи денне світло, за 20 хвилин покращують самопочуття і забезпечують приплив енергії споживачеві [6].

5. Прийом візуалізації продукту / послуги / бренду. Прийом полягає у просуванні послуги, продукту чи бренду через відеоролики у YouTube чи соціальних мережах. Сучасний споживач живе в умовах постійного браку часу, тому він відмовляється вивчати довгі й складні текстові повідомлення, надаючи перевагу відео. Відомо, що більше 70 % споживачів роблять покупку під впливом саме відеоконтенту.

6. Прийом “меседжування послуги” спирається на все ширше розповсюдження меседжевих додатків (“Messageapp”) типу Viber чи WhatsApp і полягає у пропонуванні та реалізації повного циклу послуги через ці безкоштовні для користувачів Інтернету додатки. Кількість щоденних користувачів даних додатків невпинно зростає, на початку 2018 року вона знаходилася в межах від 700 мільйонів до 1 мільярда (рис. 2)[7].

Піонером започаткування такого способу надання послуги стали азійські компанії, які переважно спиралися на додаток WeChat. Ще у 2014 р. вони запропонували замовлення через цей додаток таксі (Easy Taxi), їжі (FoodPanda, UberEats), квитків на різні імпрези тощо. Приємно, що українські підприємці впевнено підхопили цю тенденцію. Так, туристична агенція “Гарний відпочинок” у 2015 р. створила Pockettour [8] – першу в світі повністю віртуальну туристичну агенцію на базі додатку Viber, у якій повний цикл надання послуги з пошуку, вибору, замовлення та оплати туру здійснюється через цей додаток. Водночас клієнти можуть обирати менеджера, спілкуватися між собою та запрошувати друзів у спільну поїздку через цю ж агенцію засобами цього ж додатку.

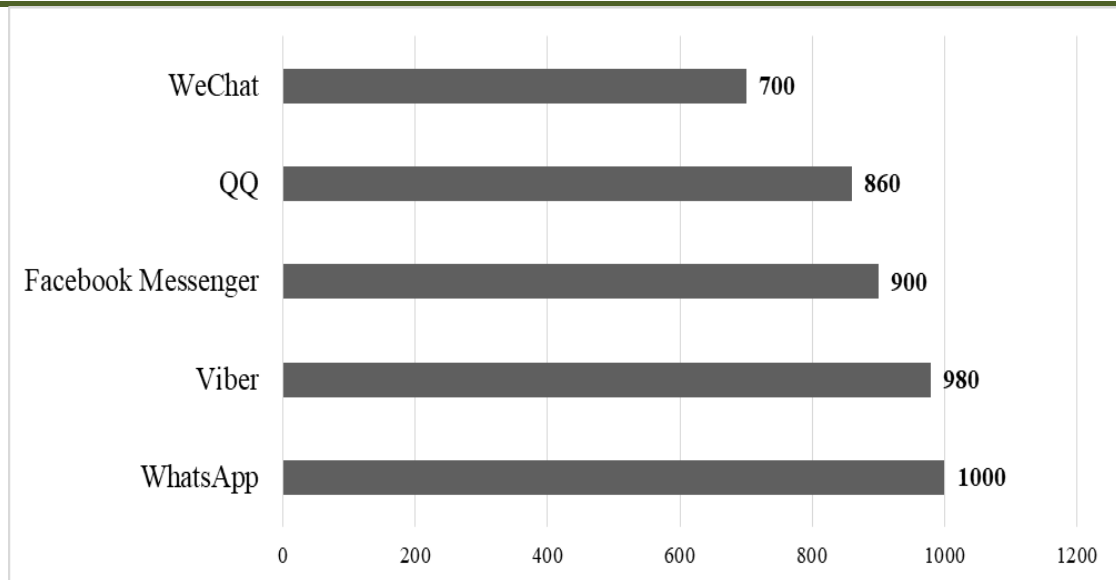


Рис. 2 Денне застосування додатків меседжевого типу на початку 2018 р. (млн. користувачів у день) [7]

Як бачимо з рис. 2 найбільш вживаним є WhatsApp – 1 мільярд користувачів.

Слід підкреслити, що завдяки застосуванню комунікативних впливів інноваційних маркетингових додатків стає можливим створення нових туристичних продуктів, кардинальне поліпшення готельних, транспортних, сервісних послуг, освоєння нових ринків і підвищення конкурентоспроможності української сфери послуг в умовах глобалізації[9, с. 41].

Таким чином, маркетинговий комунікативний вплив може по-різному реалізовуватися і має певну специфіку стосовно окремих видів послуг. З іншого боку, різноманіття сучасних послуг та їх особливості можуть диктувати доцільність застосування різних варіантів маркетингових комунікацій, що доцільно формулювати як окремі прийоми комунікативного впливу. При цьому особливу роль відіграють сучасні інноваційні засоби зв'язку. Подальші дослідження можуть бути спрямованими на виокремлення специфічних груп комунікативних прийомів, зокрема таких, що ґрунтуватимуться на інноваціях, для окремих видів послуг.

### Список використаної літератури

1. Пойта І. О. Сучасні технології в системі маркетингових комунікацій на ринку туристичних послуг / І. О. Пойта. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2018. - Вип. 1. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2018\\_1\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_17).
2. Дайновський Ю. А. Комунікаційні інновації у маркетингу послуг / Ю. А. Дайновський, Л. К. Гліненко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. - 2016. - Вип. 50. - С. 35-39. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca\\_ekon\\_2016\\_50\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2016_50_9).
3. Домашева Є. В. Підходи та системи оцінювання ефективності маркетингових інтернет-комунікацій / Є. В. Домашева, О. В. Зозульов // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. ОНПУ /- Одеса: ТСС,



2016. — 214 с. - Режим доступу: <http://mdt-opu.com.ua/files/download/2016/st2016.pdf>
4. Тенденції інтернет-маркетинга 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://marketcrater.com/ru/тренды-развития-интернет-маркетинга2016/>.
5. Dentapple [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://itunes.apple.com/us/app/dentapple/id1050553238?mt=8>.
6. StarbucksEnergyUpCafé [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.philips.nl/content/B2C/nl\\_NL/acties/energyup-cafe.html](http://www.philips.nl/content/B2C/nl_NL/acties/energyup-cafe.html).
7. GlobalBrain [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://trendwatching.com/trends/global-brain/>
8. Перша в світі віртуальна тур-агенція - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pockettour.com.ua/main/>.
9. Полоус О. В. Інновації в розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг / О. В. Полоус, Я. М. Пунагін // Причорноморські економічні студії. - 2017. - Вип. 24. - С. 36-41. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses\\_2017\\_24\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_24_8).

**Левківська Марія Степанівна,**

студентка групи ПТМ-19-1

ННІ економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ

Науковий керівник:

**Калач Ганна Миколаївна**

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **СПОТ ОПЕРАЦІЇ ЯК МЕТОД РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ**

Підвищення ефективності української економіки неможливо без розвинутого фінансового ринку, складовою частиною якого є валютний ринок. В умовах хаотично структурованої економіки України валютні відносини також мають ознаки хаотичності, оскільки відображають протилежні прагнення учасників валютних операцій. Тому, для зниження ризиків валютних операцій актуальним є пошук інструментів нівелювання, або мінімізації таких ризиків за допомогою валютних СПОТ операцій.

Валютними операціями називають операції, пов'язані з переходом права власності на валютні цінності. Валютні операції поділяються на поточні конверсійні операції з негайною поставкою валюти та строкові операції, поставка валюти за якими відбудеться в майбутньому. Найбільшим спот-ринком у світі є міжнародний валютний ринок Форекс (англ. Forex). Найбільш популярними валютами на цьому ринку є американський долар та євро, а головною перевагою – надзвичайно висока ліквідність та доступність. На



сьогодні частка Форекса у світовому валютному ринку становить від 70 до 80 %, а обсяг операцій перевищує 5,1 трильйони дол.США [3]. Поточні операції відбуваються з використанням курсу спот, який є базовою ціною на ринку валютних деривативів.

Спот-ринок – це ринок негайної поставки валюти. Угодами спот називають валютні операції, платежі по яких здійснюються максимум на другий робочий день після укладення [С. 153 – 161.]. Іншими словами, спот-ринок - це майданчик, де будь-які активи можна продати / купити виключно за готівку за умови дотримання всіх торгових умов.

Специфікою спотового ринку «Форекс» є те, що угода укладається за тієї ціною активу, яка була зафіксована в ході обговорення умов угоди. Бути в курсі всіх ключових нюансів спот-ринку необхідно кожному трейдеру, який бажає вести на світових фінансових ринках прибуткову торгівлю.

Серед найбільш важливих особливостей ринку необхідно виділити такі:

- котирування курсів валют уніфіковані і зафіксовані;
- формування ціни активу пов'язано безпосередньо з співвідношенням попиту і пропозиції на нього;

Спотовий ринок передбачає оборот тільки реальних активів, які миттєво надаються в користування. Тут всі розрахунки проводяться миттєво і в повному обсязі.

Для того щоб котирування сприймалися однозначно, учасники ринку дотримуються певних правил:

- вказують, яка валюта є базовою;
- курс, за яким клієнт купує зустрічну валюту (тобто продає базову валюту), вказується в лівій частині котирування, а курс, за яким продає зустрічну валюту (тобто купує базову валюту), — у правій частині котирування.

Перевага валютних операцій спот полягає у тому, що вони майже повністю ліквідують валютний ризик. В той же час, аналогічно до валютних операцій інших типів, угоди спот перетворились з інструменту хеджування валютних ризиків на досить привабливий інструмент спекуляцій.

При укладанні операцій на ринку «Форекс» учасники дотримуються з наступних принципів:

- угоди здійснюються на базі комп'ютерних торгів з підтвердженням електронними повідомленнями протягом наступного робочого дня;

Існування обов'язкових курсів.

Останні цифри в написанні валютного курсу називаються процентними пунктами. Сто пунктів складають базове число - "фігуру".

На ринку спот ринку застосовується процедура котирування у вигляді фіксингу. Вона полягає у визначенні та реєстрації міжбанківського курсу по кожній котируемой валютній парі. Потім встановлені курси продавця і покупця



по кожній валютній парі публікуються. Повне котирування повинно включати курс продавця і курс покупця (курс продавця – offer, курс покупця - bid). Курсова різниця між курсами offer і bid називається спред бо маржа.

Основні цілі при проведенні валютних операцій на умовах спот такі [1]:

- забезпечення потреб клієнтів в іноземній валюті;
- перелив капіталу з однієї валюти в іншу;
- проведення арбітражних угод і спекулятивних операцій.

Основний засіб платежу спот-ринку - електронний переказ по каналах системи СВІФТ, яка забезпечує всім учасникам доступ до цілодобової мережі передачі банківської інформації в стандартній формі при високому ступені контролю і захисту від несанкціонованого доступу.

Таким чином, операції спот дозволяють суттєво мінімізувати валютні ризики. В Україні необхідно забезпечити умови для повноцінного функціонування фондового ринку, розвинутого ринку деривативів, операцій з усіма видами фінансових інструментів та адаптації світового досвіду їх використання до умов функціонування валютного ринку України.

На наш погляд, основними напрямками розвитку ринку валютних операцій в Україні можуть бути:

- зменшення валютних обмежень;
- врегулювання законодавства стосовно строкових валютних операцій, їх обігу та оподаткування деривативів;
- підвищення фінансової кваліфікації кадрів здатних ефективно організувати біржову торгівлю
- розширення доступу дрібних приватних інвесторів до торгівлі на фондових біржах.

### Список використаної літератури

1. Воронюк В.М. Проблеми та перспективи розвитку строкового ринку в Україні [Електронний ресурс] / В.М. Воронюк. – Режим доступу: [http://www.bsfa.edu.ua/files/konf\\_november/voronjuk.pdf](http://www.bsfa.edu.ua/files/konf_november/voronjuk.pdf) .
2. Данилишин В.І. Проблеми та перспективи впровадження деривативів на валютному ринку України / Данилишин В.І, Стефанків О.М. // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2014 р. – Вип. 10, т. 2. – С. 153 – 161.
3. Офіційний сайт ринку «Форекс» [Електронний ресурс] / <http://fxbrok.com/uk/beginners/forexmarket.php> .



**Литвак Сніжана Богданівна,**  
магістр ННІ економіки оподаткування  
та митної справи, група ЕМУ 18-1  
Науковий керівник:  
**Гасвська Л.М.,**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **НЕФОРМАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК СУСПІЛЬНИЙ ВИКЛИК**

Історія впровадження категорії «тіньова економіка» в науковий обіг сягає середини ХХ ст. Щоб дослідити можливості використання концепції безробіття на ринку праці в країнах, що розвиваються. Результатом їх стало виявлення феномену неформальної зайнятості, а також пропозиція К. Харта використовувати в науковому обігу термін «неформальна економіка» (1973). Неформальна економіка, за висловом Р. Бромлі, мала на меті «підтримати бідних без суттєвої загрози багатим» (1978). Неформальність розглядали як елемент соціальної теорії, характер економічних відносин, а не як нелегальність. Наукове дослідження почали з неформальної зайнятості, неформальної економіки, зрештою дійшли до тіньової економіки [1, с.10].

Дослідженню проблем неформальної економіки присвячені численні праці австрійського дослідника тіньової економіки Ф. Шнайдера, а також Дж. Томаса, П. Гутманна, Е. де Сото, Е. Фейга та інших. Серед українських науковців основні аспекти тіньової економіки висвітлюють В. Базилевич, З. Варналій, О. Засанська, Н. Краус, В. Мандибура, С. Огреба, Т. Тищук, М. Флейчук, О. Халковський, Ю. Харазішвілі та ін. [1, с.9].

Як зазначає С. Барсукова, "неформальна економіка включає в себе різномірну економічну діяльність, яка може вести чи не вести до отримання доходу, може припускати або не припускати трансакції, може здійснюватися в різних формах та масштабах" [2, с.28].

Неформальна економіка – сектор економіки, спрямований на отримання вигоди, в якій регулювання відбувається за рахунок домінуючих неформальних норм. Неформальну економіку можна визначити як сукупність відносин, притаманних всій економіці в цілому, як особливу стратегію (логіку) економічних агентів, спосіб заробити на задоволенні попиту людей, незалежно від легальності здійснюваних дій і, з іншого боку, можливість суб'єктів економіки переслідувати свої цілі в прийнятті інших для них умов, ніж ті, які існують у рамках законів [4].

Нелегальна економіка — це стихійна і творча реакція народу на неспроможність держави задовольняти основні потреби зубожілих мас (Ернандо де Сото) [3].



Знаходячись у скрутці людина починає шукати шляхи адаптації до ситуації, яка склалася. На цьому формується соціальна поведінка людини, а якщо з часом ситуація не покращується, це стає нормою для цілого прошарку населення. Вводячи нові закони, не змінивши ментальність людей, влада нічого не досягне. А виходячи з економічної моделі злочину та покарання (чим більше вигоди приносить правопорушення, тим більше ресурсів потрібно витратити на його стримання, або потрібно вводити жорсткіші закони), можна дійти висновку, що створення державної регуляції задоволення суспільними благами та зменшення рівня соціальної напруги є першочерговою умовою побудови держави з низьким рівнем тінізації економіки.

Серед видів неформальної економіки та підприємництва виділяють наступні форми: крадіжки, пограбування, розбій; корупція; контрабанда; браконьєрство; контрафактне виробництво; найм нелегальних мігрантів; виробництво наркотичних засобів, тощо.

Також підвидом неформальної економіки є законне виробництво товарів і надання послуг, яке нерегламентоване державою (виробництво у домашніх господарствах; невеликі підробітки; орендні угоди (квартира, гараж тощо) [4].

Тіньова економіка в Україні сягає майже половини ВВП і є однією з основних загроз для економічної системи країни, яка спотворює закони та інструменти ринку, призводить до неефективності механізмів стимулювання економіки, стимулюючи економічний розвиток. Україна гостро потребує реформування законодавства щодо регулювання господарської діяльності відповідно до світових тенденцій розвитку технологій, викликів глобалізації та суспільних потреб. Зусилля уряду України мають концентруватися на запровадженні заходів, спрямованих на мінімізацію впливу системних чинників тінізації економіки, зокрема, високого рівня корупції, монополізму, низької ефективності судової системи, недостатнього захисту прав власності, а також непередбачуваності змін в податковому і митному законодавстві та макроекономічних потрясінь.

### Список використаної літератури

1. Тіньова економіка в Україні: стан, тенденції, шляхи подолання аналіт. огляд / [упоряд.: С. С. Чернявський, В. А. Некрасов, А. В. Титко та ін.]. – Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2017. – 152 с.
2. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: понятие, структура // Экономическая социология.-2003. - Том 4. - № 4. - С. 15-36.
3. Неформальна економіка [Електронний ресурс]. Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Неформальна\\_економіка](https://uk.wikipedia.org/wiki/Неформальна_економіка).
4. Соціально-економічні аспекти тінізації малого підприємництва [Електронний ресурс]. Режим доступу : [https://pidruchniki.com/10810806/ekonomika/sotsialnoekonomichni\\_aspekti\\_tinizatsiyi\\_malogo\\_pidpriyemnitstva](https://pidruchniki.com/10810806/ekonomika/sotsialnoekonomichni_aspekti_tinizatsiyi_malogo_pidpriyemnitstva).





**Ліпатова Тетяна Володимирівна,**  
студентка 4-го курсу, групи ЕПБі-15-2  
ННІ ЕО та МС

Науковий керівник:  
**Калач Ганна Миколаївна,**  
к.е.н , доцент, викладач кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **ЗАСТОСУВАННЯ ТАРГЕТИНГУ В МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM**

В останні роки одним із головних факторів, що прискорює формування і розвиток інформаційного суспільства, є Інтернет, і в тому числі соціальні мережі. Новий звіт компанії BlogLovin показав, що Instagram - найефективніший майданчик для залучення аудиторії. Так заявили 70% з 2500 опитаних лідерів думок. Але чимало компаній використовують досить не ефективні методи розвитку свого бізнесу онлайн або не використовують його взагалі. І дарма, адже світова павутина стала не лише глобальним засобом комунікацій без територіальних і національних кордонів, але й ефективним інструментом ведення бізнесу, досліджень, впливу на аудиторію.

Зі вступом світової економіки в економічну кризу роль Інтернету лише зросла, оскільки завдяки застосуванню мережевих інформаційних технологій багато товаровиробників спромоглося не лише знизити витрати на просування і збут продукції, але й розширити існуючі і освоїти нові ринки збуту, підвищити ефективність і адресність взаємодії зі споживачами та іншими економічними контрагентами. [1] Практика свідчить, що SMM урівнює шанси на успіх малих і великих підприємств, тих, хто міцно закріпився на ринку, і новачків. Це стало можливим тому, що витрати на рекламу і просування бренду є невеликими, використовуються доступні й фактично стандартизовані інструменти, можливо забезпечити недосяжну за інших умов широту охоплення і при цьому адресність впливу на цільову аудиторію, забезпечується фактично миттєвий доступ на ринок будь-якої країни чи регіону, можна у реальному масштабі часу оцінювати ефективність бізнесу тощо. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблеми застосування інтернет технологій у маркетингу досліджувалися у працях Л.І. Бушуєвої , Е.П. Голубкова , Т.В. Дейнекіна , Ф. Котлера , І.Л. Литовченко . Ними розглянуто окремі інструменти інтернет-маркетингу, показано їх вигоди для споживачів (покупців) та виробників (продавців), запропоновано підходи до оцінки ефективності окремих інструментів і технологій, досліджено тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу зокрема і бізнесу взагалі. Але варто враховувати той факт, що



тенденції реклами та методів просування бренду в інтернеті дуже швидко змінюються. Найефективнішим способом реклами в 2019 році є не реклама на телебаченні або на радіо, а саме таргетинг реклама в соціальних мережах.

Таргетинг (від англ. «Target», мета, мішень) - комплекс методів, сегментує користувачів по ряду показників. Технологія звужує охоплення кампанії і доносить оффер найбільш цільової аудиторії. Маркетологи отримують більший ефект при меншому бюджеті. [2]

Розберемо, для чого потрібен і як працює таргетинг в сучасному інтернет-бізнесі. Перед початком створення свого бізнесу, кожен підприємець сподівається свою цільову аудиторію. Або портрет свого клієнта. Він приблизно знає:

- стать;
- вік;
- сімейний стан / рід занять;
- місце проживання;
- професію;
- хоббі та ін.

Цих показників багато, вони залежать від того, що пропонує конкретний підприємець. Саме тому найбільше застосування таргетинг отримав в соціальних мережах. Тільки задумайтеся, скільки даних про людину можна отримати з його профілю в соціальних мережах. Також таргетування реклами часто застосовують в Google. Тут інформацію збирають з пошукових запитів. Маркетологами було проведено дослідження. Воно показало, що:

- таргетування реклама приносить в середньому в 2,7 рази більший дохід, ніж «нецільова»;
- користувачі, які переходять по такій рекламі купують в 2 рази частіше.

Як висновок, можна сказати, що в 2019 році не можна уявити ведення ефективної підприємницької діяльності без залучення реклами. А найефективнішою і порівняно дешевою є саме реклама онлайн, на сайтах і соціальних мережах. Таргетинг реклама дозволить навіть підприємцям з маленьким бюджетом збільшити продажі, підвищити авторитет вашого бренду та міцно закріпитися на ринку.

#### **Список використаної літератури**

1. Ілляшенко С.М. «Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 4, Т. II»
2. <https://uk.wikipedia.org>



**Лось Олексій,**

студент групи ПТМ-18-1

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Гаєвська Л. М.,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає нових підходів до управління економікою як на макрорівні, так і на рівні окремих підприємств. Особливого значення набувають проблеми створення таких механізмів управління фінансами підприємств, які б відповідали ринковим умовам господарювання та забезпечували достатній рівень платоспроможності, ліквідності, прибутковості. У сучасних умовах для більшості вітчизняних підприємств типовим наслідком кризових явищ їхнього економічного розвитку стала гостра нестача необхідного обсягу оборотних активів, що істотно позначається на ефективності їхнього господарювання. Разом із цим низька забезпеченість виробничих підприємств оборотними активами супроводжується низьким рівнем їх використання. Тому одним із найактуальніших завдань у напрямі забезпечення фінансової стійкості вітчизняних підприємств є суттєве вдосконалення механізму управління оборотними активами.

В системі заходів, направлених на підвищення ефективності роботи підприємства і зміцнення його фінансового стану, важливе місце займають питання раціонального формування та ефективного використання оборотних активів. Інтереси підприємства вимагають повної відповідальності за результати своєї виробничо-господарської діяльності. Оскільки фінансовий стан підприємства знаходиться в прямій залежності від стану оборотних коштів, що передбачає взаємозалежність витрат з результатами господарської діяльності і відшкодування витрат власними засобами, підприємства зацікавлені в раціональній організації оборотних коштів – організації їх руху з мінімально можливою сумою для отримання найбільшого економічного ефекту.

Оборотні активи займають по своїй величині друге місце після основних засобів в загальному обсязі ресурсів, які визначають економіку підприємства. З позиції вимог ефективного ведення економіки підприємства обсяг оборотних активів повинен бути достатнім для виробництва продукції в асортименті та кількості, яку потребує ринок, і в той же час мінімальним, який не веде до збільшення витрат виробництва за рахунок утворення наднормативних запасів. Фінансовий стан підприємства знаходиться в безпосередній залежності від того, наскільки швидко засоби, які вкладені в активи, перетворюються в реальні гроші.



Для проведення аналізу ефективності використання оборотних коштів необхідно оцінити наявність оборотних активів на підприємстві, їх надлишок або брак. Адже для найбільш ефективної і прибуткової діяльності кожне підприємство повинно забезпечувати наявність оборотних коштів в тій сумі, яка потрібна підприємству, щоб не виникало проблем із їх недостатністю і разом з тим щоб не вони не були в надлишку.

Отже, забезпечення вибору найбільш оптимальних і економічно вигідних джерел фінансування оборотних активів на підприємстві є дуже важливим і актуальним питанням. Адже недостатність таких джерел призводить до недостатнього фінансування господарської діяльності підприємства та до фінансових ускладнень.

### Список використаної літератури

1. Ніпіаліді О. Ю, Карпишин Н. І. Фінанси підприємств: Навч. посіб. / . – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 232 с.
2. Школьник І. О. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник / І. О. Школьник, І. М. Боярко, Б. І. Сюркало. – Суми : Університетська книга, 2009. – 301 с.
3. Костецький В. Сутнісно-теоретичні підходи до визначення фінансового забезпечення діяльності підприємства // Галицький економічний вісник. – 2010. – №4(29). – С. 135-145.

**Матвійко Наталія Григорівна,**

студентка групи ПМГз-18-1

Науковий керівник:

**Починок К. Б.,**

к.ю.н., доцент кафедри господарського

права та процесу УДФСУ

## КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

У сфері господарювання будь-якої країни існують підприємства різних форм власності та в різноманітних організаційно-правових формах. Основними ознаками підприємства при цьому стають форма власності, правовий статус, галузева приналежність, розмір, а також мета і характер діяльності. Вибір виду та організаційно-правової форми підприємства є одним з відповідальних етапів при його створенні. При цьому засновники керуються власними міркуваннями і уявленнями про майбутню діяльність і, насамперед, тим, щоб обрана форма відповідала меті його діяльності, конкретним умовам господарювання, захищала майнові інтереси учасників та враховувала їх фінансові можливості.

Тому актуальним є розгляд сучасної класифікації підприємств в Україні, встановлення особливостей підприємств різних видів та форм. Класифікація



підприємств регулюється різними законодавчими актами, основними з яких є Цивільний [1] та ГК України [2].

В господарсько-правовій науці питання дослідження особливостей та класифікації підприємств частково розглядалися вітчизняними вченими О.М. Віннік, Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, В.С. Мілаш, Н.О. Саніахметовою, В.К. Мамутовим, В.С. Щербиною та іншими у межах обраних авторами напрямів дослідженням.

ГК України визначає «види й організаційні форми підприємств, правила їх створення, реєстрації, реорганізації і ліквідації, організаційний механізм здійснення ними підприємницької діяльності» [2]. ГК України також створює рівні правові умови для діяльності підприємств незалежно від форм власності майна й організаційної форми підприємства [2].

Відповідно до ГК України, підприємства можуть займатися комерційною діяльністю (підприємництвом) та некомерційною діяльністю [2, ст.62]. Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [2, ст.42]. Некомерційне господарювання – це самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку [2, ст.52].

Відповідно до ЦК України [1] юридичні особи можуть створюватися у формі товариств, які поділяються на підприємницькі та непідприємницькі. Непідприємницькими товариствами є товариства, які не мають на меті одержання прибутку для його наступного розподілу між учасниками. Підприємницькі товариства здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та наступного його розподілу між учасниками, можуть бути створені лише як господарські товариства або виробничі кооперативи [1, ст.83-85].

Залежно від форм власності в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);
- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- державне підприємство, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності);



– спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами – суб'єктами співробітництва [2, ст.63].

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства [2]:

– унітарні – створюються одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує статутний капітал, не поділений на частки, затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається засновником, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства [2, ст.63];

– корпоративні – утворюються, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням, діють на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників, їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників у розподілі доходів та ризиків підприємства [2, ст.63].

Станом на 1 січня 2019 року в Україні діяло 1 235 024 юридичні особи [3]. Найбільша кількість підприємств (576 554) обрала організаційно-правову форму у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю (майже 47% від усієї кількості юридичних осіб) [3]. Далі серед «комерційних недержавних підприємств йдуть приватні підприємства» (16,2%), «фермерські господарства» (3,6 %), «кооперативи» (2,2 %), «акціонерні товариства» (1,2 %) [3].

Таким чином, основним видом існування підприємств в Україні є господарські товариства, які функціонують в таких організаційно-правових формах як: «акціонерне товариство» (АТ), «товариство з обмеженою відповідальністю» (ТОВ), «товариство з додатковою відповідальністю (ТДВ), «повне товариство» (ПТ), «командитне товариство» (КТ).

За даними Державного комітету статистики України [3] переважну більшість господарських товариств складають товариства з обмеженою відповідальністю їх частка дорівнює 97% від усіх господарських товариств, 2,5% займають акціонерні товариства. Частка інших товариств («товариств з додатковою відповідальністю», «повних товариств» та «командитних товариств») незначна та в сумі складає 0,5% [3]. Те, що засновники обирають для своїх підприємств організаційно-правову форму у вигляді ТОВ або АТ, обумовлено, перш за все, тим, що ці товариства мають обмежену відповідальність.

Кооперативи відносяться до підприємств колективної власності [2, ст. 93]. Кооперативи як добровільні об'єднання громадян з метою спільного вирішення ними економічних, соціально-побутових та інших питань можуть створюватися у різних галузях (виробничі, споживчі, житлові тощо) [2]. На 1 січня 2019 року в



Україні нараховувалося 26 975 кооперативів. З них 18 654 (або 69,2 %) – це обслуговуючі кооперативи, 2 248 (або 8,3 %) – виробничі [3].

В залежності від виду діяльності, розміру та організаційної форми підприємства воно буде вибудовувати свою організаційну структуру управління, яка є засобом сприяння досягнення менеджерами своїх цілей.

Основні види та організаційно-правові форми підприємств в Україні поділяються за багатьма ознаками та надають власникам підприємства широке коло для вибору. Аналіз статистичних даних показав, що найпоширенішими в Україні за розмірами є малі підприємства, а за організаційно-правовою формою – «господарські товариства».

Таким чином, універсальної форми підприємств, яка б підходила до будь-яких реальних умов господарювання, не існує. Кожний вид та організаційно-правова форма підприємства обирається з врахуванням сукупності конкретних умов та оцінки потенційних можливостей підприємства. Будь-який вид та організаційно-правова форма підприємства мають свої особливості, які обумовлюють їх переваги та недоліки у порівнянні з іншими. Тому суб'єкти господарювання ретельно підходять до вибору виду та організаційно-правової форми підприємства.

#### Список використаної літератури

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. №435-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 17.09.2019).
2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. №436-IV // БД «Законодавство України» / ВР України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 17.09.2019).
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Микита Василь Васильович,**  
Науковий керівник:  
**Ткаченко В. В.,**  
к. е. н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ВІДНОСНОГО РІВНЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах господарювання найважливішим чинником успішного функціонування підприємств є належний ступінь їх конкурентоспроможності. Своєю чергою, цей ступінь значною мірою обумовлений рівнем та структурою операційних витрат підприємств. За інших рівних умов ті підприємства певної



галузі, у яких відносна величина цих витрат, тобто співвідношення між операційними витратами та доходами, є меншою, характеризуються більш високим ступенем конкурентоспроможності. Це зумовлено тим, що підприємства галузі з більш низьким відносним рівнем витрат мають додатковий запас міцності на випадок зменшення цін на свої товари (послуги) внаслідок нарощування обсягів виготовлення продукції у конкурентів та мають власні можливості такого нарощування, що перевищують відповідні можливості тих конкуруючих підприємств, у яких відносна величина операційних витрат є більшою.

Враховуючи викладене, будь-яке підприємство галузі повинно прагнути до зниження відносного рівня його операційних витрат та намагатися досягти найнижчого значення цього рівня, що існує в даній галузі, а за можливості – понизити його ще більше.

Аналіз літературних джерел, зокрема робіт [1, с. 188-191; 2, с. 34-89; 3, с. 103-107 та ін.], та власні дослідження дали нам змогу встановити низку основних принципів, на які повинен спиратися процес оцінювання відносного рівня витрат підприємств. До цих принципів слід, насамперед, віднести такі положення:

- оцінювання відносного рівня витрат підприємства повинно базуватися на використанні не одного, а низки показників, які характеризують різні аспекти складного процесу формування собівартості продукції та встановлення ціни на неї;

- такі показники повинні утворювати відповідну систему, тобто між ними повинні бути встановлені взаємозв'язки, а самі вони повинні бути віднесені до відповідних груп цих показників;

- система показників оцінки відносного рівня витрат підприємства повинна забезпечувати можливість встановлення міри впливу окремих чинників на зміну прибутковості діяльності підприємства, зокрема виділення екзогенних (наприклад, зміна попиту на продукцію підприємства) та ендогенних (насамперед, зміна норм витрачання виробничих ресурсів на виготовлення продукції) факторів такого впливу;

- система показників оцінки відносного рівня витрат підприємства повинна забезпечувати аналізування витрат та собівартості продукції підприємства.

Нами пропонується система показників оцінки відносного рівня витрат підприємства на виробництво та реалізацію ним продукції, що містить низку часткових та інтегральних показників такої оцінки, які можуть бути класифіковані шляхом їх поділу на такі групи:

1. За конструкцією аналітичного виразу показника: показники співвідношення між витратами та доходами; показники співвідношення між приростами витрат та доходів; показники співвідношення між видами витрат.





2. За метою, з якою застосовуються показники: показники, за допомогою яких здійснюється узагальнююча оцінка та нормування рівня витрат; показники, за допомогою яких здійснюється оцінювання резервів зниження витрат та аналізування динаміки використання цих резервів; показники, за допомогою яких ідентифікуються тенденції зміни фінансових результатів підприємства; показники, за допомогою яких оцінюється рівень використання окремих видів понесених підприємством витрат та аналізується динаміка цього рівня; показники, за допомогою яких ухвалюються рішення про склад та структуру виробничої програми підприємства.

3. За ступенем узагальненості стосовно досліджуваного асортименту та номенклатури продукції підприємства: показники відносного рівня витрат за окремим видом продукції підприємства; показники відносного рівня витрат за групою видів продукції підприємства; показники відносного рівня витрат за усією сукупністю видів продукції підприємства.

4. За характером витрат: показники відносного рівня фізичних витрат виробничих ресурсів підприємства; показники відносного рівня грошових витрат підприємства на придбання та експлуатацію ним виробничих ресурсів.

5. За спрямованістю витрат підприємства:

- показники відносного рівня витрат на виробництво продукції; показники відносного рівня витрат на реалізацію продукції;
- показники сукупних витрат підприємства на здійснення ним операційної діяльності;
- показники відносного рівня фінансових витрат підприємства;
- показники відносного рівня інвестиційних витрат підприємства.

6. За часовими проміжками, які розглядаються: статичні показники; динамічні показники (обчислюються за даними відразу декількох часових проміжків).

7. За характером інформації, яку використовують при розрахунку: показники, які базуються на застосуванні інформації лише про внутрішнє середовище підприємства; показники, які базуються на інформації як про внутрішнє, так і про зовнішнє середовище підприємства.

Отже, однією з ознак групування показників відносного рівня витрат підприємства є мета застосування цих показників. Тоді основним показником, що входить до групи показників відносного рівня витрат, за допомогою яких здійснюється узагальнююча оцінка та нормування величини цих витрат, слід вважати узагальнюючий показник відносного рівня операційних витрат підприємства, який є загальнозживаним і обчислюється як відношення операційних витрат підприємства до його сукупних операційних доходів за певний проміжок часу.

Окрім того, у процесі аналізування відносного рівня витрат можна застосовувати також і узагальнюючий показник відносного рівня сукупних



витрат підприємства, який обчислюється як відношення загальних витрат підприємства до його загальних доходів за певний проміжок часу.

Стосовно нормування величини витрат, понесених підприємством на виготовлення та реалізацію його продукції.

Як впливає з конструкції показника приведенного відносного рівня витрат підприємства, у випадку, якщо його величина є меншою одиниці, це свідчить про те, що дане підприємство отримує прибуток, який перевищує нормальну його величину. Отже, в цьому випадку підприємство функціонує з високим рівнем ефективності. І, навпаки, якщо величина показника приведенного відносного рівня витрат підприємства є меншою за одиницю, це свідчить про недостатню ефективність роботи даного підприємства.

### **Список використаної літератури**

1. Голубовський Л. Аналіз сучасних методів управління витратами / Л. Голубовський // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 187-192.
2. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій: [монографія] / Г. О. Партин. – К.: УБС НБУ, 2008. – 219 с.
3. Ємельянов О. Ю. Діагностування достатності обсягів збутової діяльності промислових підприємств / О. Ю. Ємельянов, А. Л. Висоцький, Т. О. Петрушка // Науковий вісник НЛТУ України, 2016. – Вип. № 26.6. – С. 102-108. \_\_

**Менчинська Олена Миколаївна,**  
асистент кафедри економіки та міжнародних відносин  
ВТЕІ КНТЕУ

**Волинець Віталій Володимирович**  
Здобувач ОС «Бакалавр»  
ВТЕІ КНТЕУ

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР, ЩО ВПЛИВАЄ НА ІМІДЖ БРЕНДУ**

Успіх бізнесу багато в чому залежить від розуміння основних детермінант задоволеності клієнтів. Оскільки конкуренція серед українських компаній за частку ринку у відповідних секторах з кожним роком посилюється, необхідні ефективні маркетингові стратегії для залучення клієнтів, задоволення їх первинних очікувань, встановлення лояльності і наміри здійснити повторну покупку.

В даний час вибір клієнтів залежить від різних причин, включаючи співвідношення ціни та якості, відношення і особисті переконання споживача, його цінності, потреби, прагнення та очікування, які, крім того, змінюються з часом. Тому необхідно розглянути і зрозуміти основні чинники, що визначають взаємозв'язок між задоволеністю споживачів і КСВ.



Обговорення проблем корпоративної соціальної відповідальності у сучасній літературі охоплює широке коло аспектів. Питанню соціальної відповідальності присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема Ф. Котлера [4], Н.В. Ковальчук [3], О.О. Затеїшикової [2], М.А. Саприкіної [6], О.П. Гоголя [1], О.Б. Лазаренка [5] та інших.

Імідж бренду вважається одним з головних понять в області маркетингу і має безпосереднє відношення до сприйняття бренду споживачами. Позитивний імідж бренду - це актив, оскільки впливає на сприйняття продукту і компанії клієнтами. Відповідно до твердженнями Рашида, Рахмана і Халіда [10, с. 499-508] благодійні проекти компанії в галузі охорони здоров'я, освіти та ін. підвищують почуття причетності і лояльність споживачів. Автори прийшли до висновку, що цей вплив буде більшим, якщо це відбуватиметься через позитивний імідж компанії.

Також автори в своєму дослідженні стверджують, що проекти КСВ по відношенню до навколишнього середовища, суспільства і стейкхолдерів, позитивно впливають на сприйняття бренду покупцями, в той час як інше дослідження [8, с. 267-283] показує, що КСВ здатне привести до поліпшення іміджу бренду і репутації компанії, що є підтвердженням про те, що КСВ може внести цінний внесок в імідж бренду.

Діяльність КСВ здатна диференціювати продукти та послуги від конкурентів за допомогою створення більш позитивного іміджу бренду, який допомагає створювати фірмі позитивну репутацію.

Для того щоб розробити успішну стратегію КСВ, компаніям важливо зрозуміти, що переваги, одержувані від КСВ не завжди безпосередньо впливають на задоволеність клієнтів, оскільки деякі фактори можуть грати негативну роль.

Наприклад, в цьому дослідженні [7, с. 1-18] фахівці виявили, що корпоративна соціальна відповідальність і задоволеність пов'язані не безпосередньо, а Отман і Перумаль [9, с. 897-905] заявили, що ініціативи корпоративної соціальної відповідальності роблять значний вплив на ефективність роботи організації, в той час як корпоративна репутація частково підтримує ці відносини. Вони також показали, що імідж бренду опосередковано впливає на взаємозв'язок між корпоративною соціальною відповідальністю та утриманням клієнтів.

Отже, корпоративна відповідальність стала одним з важливих чинників конкуренції і виживання фірм, перш за все, тому, що корпоративна соціальна відповідальність впливає на задоволеність клієнтів. Проте, досліджень, що пояснюють впливу корпоративної соціальної відповідальності на вибір, задоволеність і лояльність споживачів все ще недостатньо. Крім того, в деяких дослідженнях стверджується, що корпоративна соціальна може побічно впливати на задоволеність і деякі фактори можуть опосередковувати цей вплив.



Тому необхідні подальші емпіричні дослідження для підтвердження придатності даної моделі на українському ринку.

### Список використаної літератури

1. Гоголя О.П. Кудінова І.П. Соціальна відповідальність бізнесу. Київ: Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України. 2008. 79 с.
2. Затеїщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнес. Бізнес Інформ. 2014. № 2. С. 200-205.
3. Ковальчук Н.В. Економічні аспекти пріоритетів інтеграції України. Вісник ДДФА. Економічні науки. 2014. № 1. С. 81-88. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfiae\\_2014\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfiae_2014_1_12).
4. Котлер Ф. Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства; Пер. з англ. С. Яринич. Київ: Стандарт. 2005. 302 с.
5. Лазаренко О. Посібник з КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. Київ: Енергія. 2008. 96 с.
6. Саприкіна М.А. Ляшенко О.М., Саєнсус М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика. Київ: «Фарбований лист». 2011. 80 с.
7. Ткачук О.М. Менчинська О.М. Сучасна бізнес-культура у підприємницькій діяльності: матеріали X Міжнар. наук-практ. конф. «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні». Київ, 22-23 травня 2019 р. С. 216-219. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/0c2c7b7dd7baf484748be656b745b411.pdf>
8. Luo X. & Bhattacharya C.B., 2006. Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*. 70(4). 1-18.
9. Martínez P., Perez A. & del Bosque I.R., 2014. CSR influence on hotel brand image and loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*. 27
10. Mustafa S.A., Othman A.R. & Perumal S., 2012. Corporate social responsibility and company performance in the Malaysian context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 65. 897-905.
11. Rashid N.R.N.A., Rahman N.I.A. & Khalid S.A., 2014. Environmental corporate social responsibility (ECSR) as a strategic marketing initiative. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 130.



**Микитчик Дмитро Вікторович,**

студент групи ЕПБ-15-1

Науковий керівник:

**Ігошин Максим Михайлович,**

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **ПЕРЕДОВІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТА СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ**

Сучасний етап розвитку процвітаючих в економічних відносинах країн характеризується переходом від так званої індустріальної економіки до постіндустріальної. Це пов'язано із підвищенням значущості сфери послуг та перетворенням її на рушійну силу господарювання. Цей процес потребує істотного перегляду стратегії маркетингу, зміни способу мислення керівників підприємств і державних діячів. Сучасні тенденції розвитку оточуючого світу, вимоги конкурентного середовища та його постійні зміни вимагають від системи маркетингу більшої гнучкості та динамічності [1, с. 1].

Передові маркетингові технології, безумовно, спрощують діяльність підприємства, проте викликають деякі проблеми. Наприклад, більшість з набутих протягом історії розвитку маркетингової діяльності методів, технологій і прийомів сьогодні на практиці можуть виявитись недієвими. Це тим, що разом зі світом змінились і споживачі, їх смаки, звички та моделі поведінки. До того ж, якщо брати до уваги конкретно Українське бізнес-середовище, не мала частка маркетингових зусиль українських компаній гуртується біля двох напрямків – продажі та просування. Це резонує з новітніми викликами ринку, де актуальності набувають ефективні комунікації, унікальність і доступність продукту, а також інтегрований брендинг [2, с. 1].

Важливе місце в підприємстві зараз займає електронна комерція, коли за допомоги глобальної мережі Інтернет з'являються нові можливості не тільки в маркетингу, але і в пересуванні засобів, споживчому банкінгу і в багатьох послугах [3, с. 171].

У переважній більшості зарубіжні автори, пояснюючи поняття електронної комерції, узагальнюють її – як таку діяльність, що охоплює всі типи електронних транзакцій між організаціями та зацікавленими особами [4, с. 800].

Як приклад нової технології застосування маркетингу для просування продукції та орієнтації на комунікації й унікальність, слід виділити такий краудсорсинг. Він являє собою передачу певних виробничих функцій невизначеному колу осіб [5].

Таким напрямом діяльності в тому числі й «Threadless». Це компанія з виробництва футболок у Чикаго. Процес розробки дизайну складається виключно з проведення онлайн конкурсів. Щотижня компанія отримує сотні



ідей від аматорів і професійних художників. «Threadless» публікує ці малюнки на своєму сайті, і кожен зареєстрований користувач може оцінити ту чи іншу футболку. Щотижня у виробництво запускається від чотирьох до шести найпопулярніших дизайнів, але тільки після того, як достатньо велика кількість покупців зробить попереднє замовлення, щоб не зазнати збитків. Переможці щотижня отримують 2000 доларів та різні призи, проте справжньою мотивацією є бажання побачити свою роботу запусненою у виробництво.

Сучасні компанії мають вибір: піти шляхом глобалізації, уніфікуючи товари, або піти шляхом індивідуалізації, удосконалювати товар, формувати інтегрований брендинг, максимізувати долю клієнтів, тобто шукати свій «Блакитний океан».

### Список використаної літератури

1. Бобровський М. В., Лашко А.М. Сучасні маркетингові технології, 2013.
2. Аверіна О. Сучасні маркетингові тенденції, 2018.
3. Дудко П.М. Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві, 2017.
4. Chaffey D. E-business and E-commerce Management // Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall, 2009. 800 p
5. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Краудсорсинг>.

**Маркевич Альвіна Вікторівна**  
студентка групи ЕПБ-15-1 УДФСУ

## МЕТОДИКА ОЦІНКИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ВЗАЄМОДІЄЮ ТЕМПІВ ЗРОСТАННЯ

Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність ресурсів підприємства, яка забезпечує безперервність та ефективність його діяльності. Це поняття включає в себе:

- основні виробничі і невиробничі фонди;
- нормативні запаси матеріальних цінностей у сфері виробництва та обігу;
- зайняту частину трудових ресурсів, реалізовану в технологіях, засобах, предметах і продуктах праці науково-технічну інформацію;
- наднормативні запаси, резерви матеріальних цінностей у сфері виробництва та обігу;
- незайняту частину трудових ресурсів;
- реалізовану в проектах науково-технічну інформацію;
- результати наукових і дослідно-конструкторських розробок [1].

У сучасних умовах одним із пріоритетних напрямків діяльності російських організацій стає закріплення і утримання конкурентоспроможних позицій в своєму сегменті ринку. В умовах нестабільності, організація може



бути конкурентоспроможна тільки в тому випадку, якщо вона володіє фінансовою стійкістю, платоспроможністю, її ресурси ліквідні, а продукція, що випускається або надані послуги рентабельні на ринку, немає ризиків банкрутства в найближчому майбутньому, організація має гарну репутацію серед контрагентів, її персонал кваліфікований і здатний до 15 сталого розвитку. Крім того, управлінський персонал своєчасно реагує на зміни зовнішнього середовища і володіє інформацією про ресурсний потенціал своєї компанії [2, с.98].

Володіючи інформацією про ресурсний потенціал господарюючого суб'єкта, його керівні органи зможуть оцінити можливості і загрози з боку зовнішнього середовища, визначити поточні та перспективні потреби організації, а, отже, прийняти економічно грамотне рішення щодо майбутнього розвитку своєї компанії [3, с.205].

Методика оцінки ресурсного потенціалу підприємства за взаємодією темпів росту передбачає оцінку ресурсного потенціалу підприємства по взаємодії темпів росту найбільш істотних складових ресурсного потенціалу [4, с.105]. Для оцінки ресурсного потенціалу за даною методикою необхідно розрахувати темпи росту найбільш істотних показників, складових виробничий, трудовий і фінансовий потенціали підприємства. Після чого зробити співвідношення їх темпів росту в рамках кожного потенціалу. Співвідношення повинно вийти таким, як представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Методика оцінки ресурсного потенціалу підприємства

Складові ресурсного потенціалу	Співвідношення темпів росту
Виробничий потенціал	Темп росту середньорічної вартості основних засобів > Темп зростання фондівдачі > Темп зростання Фондорентабельності > Темп зростання фондомісткості
Трудовий потенціал	Темп зросту середньомісячної заробітної плати працівників основної діяльності > Темп зростання чисельності персоналу основної діяльності > Темп зростання чисельності керівників > Темп зростання плинності кадрів персоналу основної діяльності
Фінансовий потенціал	Темп зростання чистого прибутку > Темп зростання виручки > Темп зростання активів > Темп зростання середньої величини позикових коштів > Темп зростання середньої кредиторської Заборгованості > Темп зростання середньої дебіторської заборгованості

Таким чином, ресурсний потенціал підприємства являє собою досить важливий показник, з-за допомогою якого можна визначити економічні можливості підприємства. Визначити ресурсний потенціал можна різними методиками, на прикладі методики оцінки ресурсного потенціалу підприємства за взаємодією темпів зростання можна вказати, що у випадку відповідності



умов, які зазначені в таблиці 1, темпам росту показників конкретного підприємства, можна зробити висновок про позитивну перспективу розвитку цього підприємства, якщо ж деякі умови співвідношення темпів росту не відповідають даному, еталонному взаємозв'язку, то виникає необхідність прийняття рішення управлінським персоналом про коригування виробничої, трудової або фінансової політики. Також необхідно зазначити, що розрахунки доцільно проводити як мінімум за останні чотири звітні періоди для отримання найбільш достовірних результатів.

### Список використаної літератури

1. Фінансовий словник [Електронний ресурс] // Програма для фінансового аналізу «ФінЕкАналіз». – Режим доступу: <http://1-fin.ru/?id=281&t=1391>
2. Гусев Ю.В. Стратегия развития предприятия/ Ю.В. Гусев. – СПб: Питер, 2016. – 420 с.
3. Вахрушина М.А. Управленческий анализ: Учеб. Пособие/ М.А. Вахрушина. – М.: Омега-Л, - 2015. - 432 с.
4. Березенков В.В. Коммерческая деятельность: учебник / В.В. Березенков, А.И. Трубилин, В.И. Гайдук, П.В. Михайлушкин. – М.:Атри, 2015. – 408 с.

**Мамалига Вікторія Олегівна,**  
студентка 3 курсу групи ЕПБ-17-1  
ННІ економіки, оподаткування  
та митної справи УДФСУ  
Науковий керівник:

**Марченко Ольга Іванівна,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

У наукових колах найпоширенішим є визначенням «зеленої економіки» як економіки, що веде до підвищення добробуту людей і зміцнення соціальної справедливості при одночасному зниженні ризиків для довкілля і дефіциту екологічних ресурсів [2, с.56].

У самому простому розумінні зелена економіка – це економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, ефективним використанням природних ресурсів, яка задовольняє по максимуму інтереси всього суспільства.

Мета «зеленої» економіки – формування дієвого середовища для економічного і соціального прогресу, що базується на мінімізації негативного впливу на довкілля та ефективному використанні природних ресурсів при збереженні гідного рівня життя населення. Ця мета реалізується через цілі нижчого порядку до яких відносяться:





– захист, збереження, відтворення природних ресурсів і недопущення безповоротної втрати біорізноманіття, збереження та відтворення зелених насаджень забезпечення цілісності екосистем, підвищення якості природних ресурсів тощо;

– підвищення ресурсоефективності (збільшення продуктивності залучених у господарський обіг природних ресурсів і зменшення обсягу відходів завдяки впровадженню замкнутого циклу виробництва та максимально повній утилізації відходів), з переорієнтацією на переважне використання відновлювальних ресурсів;

– забезпечення соціального прогресу в «зеленому» сегменті економіки – створення «зелених» робочих місць, зростання доходів населення, отриманих за рахунок зайнятості у «зеленому» секторі економіки тощо [1, с.47].

Фактично зелену економіку розглядають як шлях до сталого розвитку, який передбачає об'єднання трьох складових: економічної, соціальної й екологічної. Україна володіє значними світовими запасами чорнозему, рекреаційними ресурсами, сприятливими кліматичними умовами та посідає одне з перших місць у Європі за запасами основних видів корисних копалин з розрахунку на душу населення. Утім, наша держава належить до енергодефіцитних країн, покриваючи свої потреби приблизно на 60%, більшість технологій, що використовуються є енерговитратними, забруднюють повітря, воду і ґрунт, продукція є найбільш енерго- та сировинноємною в світі, а ресурсозбереження не є пріоритетним напрямом економічного зростання країни.

Кризовий стан довкілля, швидке вичерпання запасів органічного палива, залежність України від імпортованих енергоносіїв потребує ширшого використання альтернативних джерел енергії.

Україна має достатній потенціал для використання альтернативних джерел енергії, проте інвестиції в цю галузь незначні.

Перспективним є розвиток вітрової енергетики на теренах України, завдяки доступності та поновлюваності цього ресурсу.

Одним із перспективних секторів розвитку зеленої економіки в Україні є сільське господарство, зокрема – органічне землеробство. Для цього Україна має всі передумови: великі площі чорноземів, низький рівень використання пестицидів та хімічних добрив тощо [3, с.130].

Важливим напрямом зеленої економіки є модернізація житлово-комунального господарства України, яке передбачає реконструкцію житлових будівель, гнучке проектування та будівництво нових енергоощадних житлових споруд з мінімізацією викидів шкідливих речовин.

«Озеленення» економіки передбачає активізацію галузі з переробки відходів. Відходи, з одного боку, несуть небачені загрози для навколишнього середовища. з іншого боку, відходи можуть бути використані для підвищення



конкурентоспроможності виробництва, за рахунок скорочення витрат на сировину та їх повторного використання, а також бути джерелом прибутку. На жаль, в Україні відсутні сучасні підприємства з утилізації та переробки сміття, є лише поодинокі приклади функціонування екологічних підприємств у регіонах.

Зелена економіка забезпечує більш високі темпи зростання ВВП, створює нові робочі місця, стимулює економічний прогрес і одночасно знижує такі ризики, як наслідки зміни клімату, зростання дефіциту водних ресурсів тощо [4, с. 185].

Соціальною складовою зеленої економіки є забезпечення зайнятості населення. За даними МОП перехід до зеленої економіки може забезпечити створення від 15 до 60 млн. додаткових робочих місць.

Сьогодні, спостерігається тенденція до зростання зайнятості в галузях, пов'язаних з відновленням природних ресурсів, захистом біологічного різноманіття ресурсів та охорони навколишнього середовища, виробництвом органічної продукції, наданням екопослуг. Утім, існує й інша точка зору – спрямування інвестицій у зелену економіку може призвести до зниження зайнятості та скорочення робочих місць в традиційних галузях, необхідності пошуку додаткових коштів для перепідготовки безробітних та їх соціального забезпечення.

«Озеленення» економіки супроводжується певними суперечностями: неможливістю прогнозування кількості зелених робочих місць, дефіцитом кваліфікованих кадрів, недостатністю інвестицій тощо.

Втілення моделі «зеленої» економіки передбачає зростання ролі держави і міждержавних органів в економічному та екологічному регулюванні, взаємодію держави і бізнесу, створення умов для розвитку бізнесу на основі нових екологічних стандартів і технологій та державну підтримку соціально - екологічно відповідальних підприємств, сприяння діяльності некомерційних екологічних організацій та об'єднань, створення умов для розвитку екологічної культури населення та популяризацію просвітницьких екологічних ініціатив і програм ресурсозбереження.

Отже, зелена економіка є складовою сталого розвитку і передбачає збалансоване співіснування навколишнього середовища, соціальної й економічної систем. Серед напрямів реалізації зеленої економіки в Україні виділяють: раціональне використання природно - ресурсного потенціалу, диверсифікацію джерел енергопостачання, охорону навколишнього середовища, виробництво органічної сільськогосподарської продукції, модернізацію ЖКХ, формування нової екологічної поведінки населення.

Подальший розвиток зеленої економіки вимагає розв'язання суперечностей екологізації виробництва, посилення ролі держави в стимулюванні зелених інвестицій та інновацій, створення умов для підвищення



конкурентоспроможності національних виробників зеленої продукції та формування нового ставлення населення до навколишнього середовища.

### Список використаної літератури

1. Орлова Н.С. Зелена економіка в умовах сталого розвитку України / Н.С. Орлова // Менеджер. – 2017. – № 1. – С. 45-50
2. Чмир О.С., Захаркевич Н.П. «Зелена» економіка: сутність, цілі та базові принципи. - 2016. – С.54-62.
3. Єлісеєва Г.Ю. Статистичне оцінювання розвитку зеленої економіки в Україні / Г.Ю. Єлісеєва // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Економіка. – 2016. – Т. 21, вип. 7(2). – С. 128-133.
4. Степаненко-Липовик Б. В. Зелений бізнес: сутність, фінансові аспекти, напрями розвитку в Україні : монографія / Б. В. Степаненко-Липовик. – Київ : Аграр Медіа Груп, 2017. – С. 182-190.

**Мігунова Жанна Павлівна,**  
студентка групи ЕПБ 16-1,  
ННІ економіки, оподаткування та  
митної справи УДФСУ  
Науковий керівник:  
**Ружинська Н.О.,**  
к.е.н., доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## ЕКОЛОГІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ШЛЯХ ДО УСПІХУ

У сучасному світі розвиток нових напрямків підприємницької діяльності набирає нові повороти і стає актуальним у багатьох розвинених країнах. У країнах з високотехнологічним потенціалом стає популярно створювати зелені підприємства або займатися екологічним підприємництвом. Активний розвиток зеленого бізнесу почалося ще в ХХ столітті, але саме практичного застосування добився зараз. Проблема із забрудненням навколишнього середовища, виснаження ресурсів дало поштовх до пошуку нового підходу, до створення нового виду підприємницької діяльності, який при ефективному використанні принесе не тільки екологічний, але і економічний результат. Більшість економічних успіхів, які не враховують екологічну безпеку ведуть до масштабних екологічних проблем, які несуть великі збитки в порівнянні з економічними успіхами. Тому необхідно залучать нові «еко-технології», «еко-інновації», еко способи видобутку і використання ресурсів, екологічне виробництво продукції, тобто розвиток екологічного підприємництва [1,с.3].

Екологічне підприємництво може розвиватися у всіх сферах економіки, на будь-яких підприємствах, де люди віддають звіт про підтримку навколишнього



середовища. Причинами до впровадження екологічного бізнесу є: зниження витрат підприємства внаслідок зниження споживання енергоресурсів та інших матеріальних ресурсів; правильне використання відходів підприємства; зростання конкурентоздатності за рахунок застосування природоохоронних технологій, що внаслідок призведе до виходу на нові ринки, створення певного іміджу серед міжнародних компаній [2,с.263].

В Україні є промислові підприємства, яким необхідний перехід на екологічну основу, адже від цього страждає не тільки природа, а й люди. Смертність в промислових містах перевищує норму, саме в таких місцях актуальною проблемою є онко захворювання які викликані викидами в повітря шкідливих речовин. Екологічне підприємництво повинно бути цікавим не тільки підприємцям, а й державі і громадянам, завдяки їхній підтримці це стане модним і буде мати успіх[3,с.3]. Наприклад, створення електрокарів в Швеції, дуже ефективний зелений бізнес, який полягає у володінні еко автомобілем, з безкоштовною зарядкою протягом усього життя, за яке платить держава. У Київській області є еко підприємство «Політара» з виробництва паперової упаковки і крохмального клею. Згідно з рейтингом Inc. 5000 Europe найбільш швидкозростаючих компаній Європи, за останні три роки «Політара» виросла на 69%. Матеріали, що застосовуються на підприємстві «Політара», екологічно чисті і не становлять загрози навколишньому середовищу. Це крафт-папір, крохмальний клей і фарби на водній основі, які використовуються також для харчової промисловості. Відходи поліетилену, які використовуються для виробництва продукції, здається на підприємство з утилізації. Слід зазначити, що кількість цих відходів вкрай незначна[4].

З кожним днем, розвиток технологій тільки збільшується, але є те що залишається проблемою сьогоднішнього дня – захист навколишнього середовища. Завдяки переходу на еко ресурси, еко технології і на еко продукцію, у людства є шанс не виснажити всі ресурси, не привести планету до екологічної кризи, що спричинить за собою непоправні втрати, і призведе до економічної кризи. Якщо ви хочете отримати прибуток, подумайте про планету, і нехай ваші економічні інтереси зійдуться з екологічними.

#### **Список використаної літератури**

1. Гурьева М. А. Сценарное моделирование «зеленой» экономики в экономическом пространстве : Креативная экономика /-№1.–2018.
2. Жавнерчик О.В. Механізми розвитку екологоорієнтованого підприємництва: Інтеграція бізнес-структур: стратегії та технології. – 2019.
3. Прокопишин О.С., Щербита І.В. Екологічний маркетинг як складова національної безпеки України : Маркетинг та менеджмент у фокусі викликів нової економіки. - 2018.
4. Як «еко» і стійкість допомогли «політарени» вирости на 2/3 обороту [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://delo.ua/special/kak-eko-i-ustojchivost-pomogli-politare-vyra-347542/>



**Моргуненко Артем Сергійович,**

студент групи ОБА-15-1

Науковий керівник :

**Брехов Сергій Сергійович**

к.е.н., доцент УДФСУ

## **BEPS ЯК НОВИЙ ЛАНДШАФТ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ**

Суб'єкти господарювання все частіше інтегрується за кордоном, а правила оподаткування залишаються невирішеними, і це стає ідеальною передумовою виникнення схем агресивного податкового планування в розрізі країн, які використовують прогалини в національних та міжнародних податкових правилах. По факт, у відповідь на тиск з боку багатьох країн і на прохання лідерів G20, Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) розробила та презентувала 15 дій, плану боротьби з "розмиванням оподаткованої бази" і транснаціональними схемами ухилення від податків, відомий під абревіатурою Base Erosion and Profit Shifting (BEPS). Трансфертне ціноутворення є ключовим елементом багатьох з цих дій.

Це викликає певні колізії як для підприємств, так і для компетентних органів, що безпосередньо здійснює фіскальну політику. Поряд з цим, виникає проблема механізму регулювання державною фіскальною службою України операцій між взаємопов'язаними особами.

Питання агресивного податкового планування досліджувала низка видатних вчених : К. Друрі, Е. Аткинсона, А. Вагенгофера, Дж. Фостера, Г. Кюппера, О. Чукліна, П. Дзюба, Р. Лещенко. Теоретико-методологічну основу досліджень складають праці провідних вітчизняних та зарубіжних науковців, в працях яких не завжди ціноутворення постає у негативному світлі.

Світова тенденція протидії агресивному податковому плануванню набирає все більших обертів. Відповідно до дослідження Девіда Кемерона тільки на офшорних рахунках російських та китайських компаній перебуває 12 трилліонів доларів США [1]. Під час офшорного скандалу, пов'язаного з розсекреченням «Panama Papers», резиденти 62 країн світу, в тому числі 12 президентів, були обвинувачені у виведенні прибутків в офшорні зони задля уникнення сплати податків [2, 3].

Деякі зрілі податкові органи, такі як Канада та Великобританія, продовжують активно застосовувати свої правила щодо трансфертного ціноутворення. Інші податкові органи, такі як Мексика і Росія, зміцнюють правила. Мексика нещодавно змінила свою позицію щодо деяких давніх податкових структур *maquiladora*, роблячи ці структури менш вигідними для МНК, які займаються бізнесом в Мексиці. Росія нещодавно запровадила нові детальні правила трансфертного ціноутворення. Хоча ці правила цілком



узгоджуються з Керівними принципами ОЕСР, ці правила були адаптовані до російських реалій і можуть бути досить складними.

Хоча більшість респондентів очікують значного впливу від BEPS, вони ще не запровадили жодних великих змін, пов'язаних з BEPS, у своїй діяльності, оскільки багато законодавчих заходів набули чинності лише у 2019-2020 роках. Основні результати дослідження бізнесу, компанією Делойт туш свідчать, що [4]:

- 91% респондентів очікують, що додаткові вимоги до звітності про трансфертне ціноутворення, що випливають з рекомендацій ОЕСР BEPS, суттєво збільшать навантаження на дотримання корпоративного податку (лише 21% очікують послідовного тлумачення нових настанов серед податкових органів різних країн);

- 86% вважають, що податкові структури, що впроваджуються сьогодні, перебувають під більшою перевіркою податковими адміністраціями, ніж вони були б рік тому;

- 85% респондентів стурбовані тим, що податкові органи, незалежно від будь-яких фактичних змін у законодавстві, підвищують оцінку податкового аудиту в результаті поточних дебатів з питань BEPS;

Сучасні тенденції, поряд з важливою і потрібною податковою реформою, яка закладена в законопроекті №1210 і продиктована приєднанням України до плану BEPS, законодавець планує внести до Податкового кодексу України (далі - ПКУ) ряд змін.

Разом з тим, для боротьби з експортом за заниженою і неринковою ціною в ПКУ вже є правила трансфертного ціноутворення, які законопроект № 1210 поширить і на аграрні підприємства на 4 групи єдиного податку, та впровадження КІК, тобто 4 Кроку БЕПС суть якого полягає в оподаткуванні нерозподіленого прибутку ТНК на рівні їх контролюючим осіб - акціонерів або бенефіціарів. Тобто громадянин (резидент) держави (наприклад, у нашому випадку - України), що є одним з власників (прямим або опосередкованих) або контролером у контрольованій іноземній компанії, винен включатися до свого декларованого доходу свою частку в доході компанії, розподіленому на дивіденди.

Таким чином, країнському бізнесу та українським бенефіціарам іноземних компаній вже найближчим часом слід переходити на подальшу роботу за більш прозорими правилами, з урахуванням необхідності проаналізувати існуючі структури бізнесу, виявити і посилити слабкі сторони бізнес-моделей.

Відповідно до практичної точки зору, платники податків повинні окремо визначити різні ризики, пов'язані з їх контрольованими операціями, і проаналізувати і документувати, для кожної з них, сторону, яка фактично приймає рішення про прийняття, звільнення і пом'якшення ризиків. Сам факт, що юридична особа здійснює контроль над ризиком фінансування, не надає



даному суб'єкту права на прибутки, пов'язані з операційними ризиками, якщо він також не контролює ці операційні ризики.

### Список використаної літератури

1. S. Heather Offshore finance: more than siphoned out of emerging countries [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.theguardian.com/business/2016/may/08/offshore-finance-emergingcountries-russia-david-cameron-summit?CMP=Share\\_iOSApp\\_Other](https://www.theguardian.com/business/2016/may/08/offshore-finance-emergingcountries-russia-david-cameron-summit?CMP=Share_iOSApp_Other).
2. Garside J. Holly Watt, David Pegg. The Panama Papers: how the world's rich and famous hide their money offshore [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/news/2016/apr/03/the-panama-papers-how-the-worlds-rich-and-famous-hide-their-money-offshore>.
3. A. Livak, Stan problem i vyklyky shchodo ofshoryzatsii ekonomiky Ukrainy. Shliakhy vyrishennia v konteksti vprovadzhennia Planu BEPS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pgpjournal.kiev.ua/archive/2016/12/49.pdf>.
4. The new transfer pricing landscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/tax/articles/transfer-pricing-beps-base-erosion-and-profit-shifting-practical-guide.html>
5. Paul Heiselmann, Specialized Tax outlook survey at BDO, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.bdo.com/insights/tax/federal-tax/2017-bdo-tax-outlook-survey-\(1\)/beps-gains-steam-causing-tax-planning-concerns](https://www.bdo.com/insights/tax/federal-tax/2017-bdo-tax-outlook-survey-(1)/beps-gains-steam-causing-tax-planning-concerns)

**Морозова Ірина Володимирівна,**

студентка 4 курсу

ННІ економіки,

оподаткування та митної справи УДФСУ

Науковий керівник:

**Белінська Яніна Василівна,**

д.е.н, професор, професор

завідувач кафедри міжнародної економіки

УДФСУ

## **ЗБАЛАНСУВАННЯ ФІНАНСІВ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ**

Фінансова діяльність суб'єкта господарювання — це діяльність всередині підприємства з розробки і реалізації фінансових рішень щодо володіння чотирма типами цінностей, з яких можна зробити вибір: майно, матеріальні та нематеріальні цінності; фінансові цінності; грошові кошти; борги у формі дебіторської і кредиторської заборгованості. В Україні існує ціла низка проблем щодо розвитку підприємництва, а необхідність їх вирішення є актуальним завданням науковців, підприємців, органів державної влади та управління.



Вагомий внесок у дослідження підприємництва зробили відомі західні економісти А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, А. Маршалл та інші. Особливе місце в розробці теорії підприємництва посідають праці австро-американського економіста і соціолога Йозефа Шумпетера [1]. Серед сучасних зарубіжних дослідників підприємництва необхідно відзначити П. Друкера, який розглядав підприємницьку діяльність у контексті інноваційної діяльності, яка пов'язана з ризиком в умовах сучасного ринку [2]. Серед українських вчених слід виділити І. Ткаченко [3], О. Терещенко [4], А. Поддєрьогіна [5], І. Гойя [6] та інших.

Гострота дослідження проблеми полягає в тому, що економічні перетворення, які відбуваються у вітчизняній економіці, викликають необхідність розвитку підприємництва в Україні як основи економічної стабільності та підвищення добробуту громадян, проте існують значні перешкоди соціально-економічного, соціально-політичного та іншого характеру, що супроводжують розвиток форм підприємницької активності, наявність яких засвідчує кризовий стан підприємництва в Україні.

Основними тенденціями розвитку підприємництва в Україні є:

- територіальне розповсюдження підприємництва;
- зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємств;
- інтенсивний розвиток комерційного підприємництва при незначному розвитку виробничого підприємництва;
- зростання кількості юридичних осіб та індивідуальних підприємців;
- розширення сфери послуг (юридичних, страхових, транспортних, туристичних, охоронних та ін.).

Основною проблемою, яка супроводжує діяльність вітчизняних підприємств, є нестача фінансових ресурсів, що призводить до зниження ефективності господарської діяльності. Зменшення обсягів ресурсів, що авансуються у початок виробничого циклу, є причиною зниження вартості результатів виробництва. Наслідком є низька рентабельність або збиток. Значна частина підприємств з метою недопущення різкого зменшення обсягів ресурсів в обороті використовує кредиторську заборгованість як джерело фінансування поточних витрат. Це призводить до деградації фінансової дисципліни, перегляду основних аспектів взаємовідносин із постачальниками і підрядниками. Така практика збільшує тривалість термінів розрахунків та ускладнює їх. Кредиторська заборгованість продовжує зростати, що ускладнює процеси нормалізації кругообігу ресурсів компаній. Наслідком є низький рівень ефективності діяльності господарюючих суб'єктів, що призводить до втрат, у результаті чого знижується ліквідність усіх активів.

Основними причинами фінансових розривів у системі фінансування підприємницької діяльності є:

- неефективна політика просування товарів на ринок;
- низький рівень розвитку ринкових відносин;





- високий рівень конкуренції;
- низький рівень фінансової та платіжної дисципліни;
- значна зношеність основних фондів підприємства;
- недосконалість податкового законодавства;
- неефективно сплановані та реалізовані процеси відтворення.

Функціонування будь-якого підприємства неможливе без ефективної діяльності фінансового механізму, основами якого є:

- оптимізація грошового обігу: управління грошовими потоками підприємства, підтримка необхідної ліквідності його оборотних активів;
- формування достатнього обсягу фінансових ресурсів у майбутньому періоді: максимізація обсягу залучення власних фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел, визначення доцільності формування фінансових ресурсів за рахунок зовнішніх джерел, управління залученням позикових фінансових коштів;
- ефективне використання сформованого обсягу фінансових ресурсів для виробничого й соціального розвитку підприємства;
- максимізація фінансових результатів діяльності підприємства: управління активами, залучення у господарський оборот позикових фінансових ресурсів, вибір ефективних напрямів операційної та фінансової діяльності;
- мінімізація рівня фінансового ризику;
- забезпечення постійної фінансової стійкості підприємства у процесі його розвитку, яка характеризується прийнятним рівнем ліквідності та платоспроможності, ділової активності й рентабельності підприємства на всіх етапах його розвитку [7].

Однак, фінансовий механізм більшості підприємств знаходиться в кризовому стані, що проявляється в значній нестачі коштів як для здійснення виробничої діяльності, так і для інвестицій. У зв'язку з цим, в даний момент першочерговим завданням для підприємств є зміцнення їх фінансів. Удосконалення фінансового механізму управління оборотними коштами підприємства є одним із головних чинників підвищення економічної ефективності його розвитку. Стан та ефективність використання оборотних коштів – одна з головних умов успішної діяльності підприємства. Оптимізувати роботу фінансового механізму можна за допомогою наступних заходів:

- встановити зв'язок між організаційною структурою та фінансовими ресурсами, тобто провести економічний аналіз, розподілити фінансові ресурси та зосередити їх на конкретних напрямках діяльності підприємства
- розробити бізнес-план, у якому зазначити необхідний обсяг фінансових коштів [7].

Поряд з основами вдосконалення фінансового механізму суб'єкта господарювання необхідно визначити також конкретні напрями вдосконалення фінансової роботи:



- організація оборотних коштів із метою оптимізації фінансового стану;
- оптимізація витрат підприємства;
- аналіз взаємодії та взаємозв'язку: «витрати-виручка-прибуток»;
- оптимізація розподілу прибутку та вибір найбільш ефективної дивідендної політики;
- використання лізингових відносин;
- оптимізація структури вартості майна підприємства та джерел його формування;
- розробка та реалізація фінансової стратегії підприємства.

Отже, для функціонування фінансового механізму діяльності суб'єкта господарювання як єдиної системи, необхідно постійно проводити реанімацію фінансових ресурсів, тобто постійно оптимізувати як власні так і залучені кошти. Ефективна діяльність фінансового механізму забезпечить відповідність фінансово-економічних можливостей підприємства умовам, які склалися на ринку товарів і фінансовому ринку.

#### Список використаної літератури

1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. / З. С. Варналій – 4-те вид., стер. К.: Т-во "Знання". – КОО. – 2008. – 302 с.
2. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі : Новаторство і підприємництво: пер. с англ. / П. Друкер. – [б. м.] "Україна". – 1994. – 319 с.
3. Ткаченко І. П. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва» (частина 1) / І. П. Ткаченко. Дніпродзержинськ: ДДТУ. – 2013. – 129 с.
4. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. / О.О. Терещенко. – К.: КНЕУ. – 2003. – 554 с.
5. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник / А. М. Поддєрьогін // – К.: КНЕУ. – 2001. – 460с.
6. Гой І. В. Підприємництво: навч. посіб. / І. В. Гой, Т.П. Смелянська. – К.: «Центр учбової літератури». – 2013. – 368 с.
7. Карпова Т. С. Проблеми та шляхи вдосконалення управління фінансовою діяльністю суб'єктів підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Т. С. Карпова // Інноваційна економіка. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/user/Downloads/Fub\\_2014\\_1\\_21%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Fub_2014_1_21%20(4).pdf).



**Овсяннікова Вікторія Іванівна,**

студентка групи ЕПБ-17-1

Науковий керівник:

**Гурочкіна В. В.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ШЛЯХУ ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ**

На сучасному ринку праці виникають складнощі під час працевлаштування, це в першу чергу пов'язано із недостатністю робочих місць або із низькою оплатою праці, тому на сьогоднішній день посилюється безробіття в країні. Для вирішення проблеми безробіття вкрай важливим є пошук шляхів покращення підприємницького клімату та створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього підприємництва. Саме тому дане питання є актуальним з огляду на пошук оптимальних рішень для розв'язання цієї проблеми.

Безробіття є соціально-економічним явищем, частиною економічно активного населення, що не може знайти застосування своїй робочій силі та стає «зайвою». На сьогодні, за даними ООН, близько 800 млн осіб, тобто кожен третій працездатний у світі не має роботи взагалі, або має сезонний чи випадковий заробіток. Чим нижчий рівень соціально- економічного розвитку країни, тим вищий рівень безробіття і навпаки [1].

За Законом України «Про зайнятість населення» безробіття трактується як соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування. Безробітні – це працездатні громадяни працездатного віку, які з незалежних від них причин не мають заробітку або інших передбачених чинним законодавством доходів через відсутність підходящої роботи, зареєстровані у державній службі зайнятості, справді шукають роботу і здатні стати до праці [3].

Також безробіття – це масштабна суспільна ситуація в країні, яка причинена економічними, політичними або соціальними чинниками, через які значна частина працездатного населення не спроможна реалізувати свій трудовий і творчий потенціал, оскільки існує обмежена кількість вакантних робочих місць або через свою неконкурентоспроможність на ринку праці.

Рівень життя – це багатоаспектне явище, яке об'єднує дохід, можливість зайнятості, економічну безпеку та якість життя. ВВП на душу населення залишається основним мірилом економічного успіху, оскільки характеризує дохідність населення та результат його зайнятості. Для оцінки впливу



економічного прогресу розглядаються не лише дані статистики зростання ВВП на душу населення, а й зміни в домашніх господарствах у відповідних країнах, рівень бідності-багатства, тривалість життя, стан здоров'я та рівень сталого розвитку [2 с. 36]

Наша держава може досягти зменшення безробіття і покращення рівня життя шляхом розвитку підприємницької діяльності на її території. На сьогоднішній день Уряд України проводить певну політику з метою створення сприятливих умов для ведення бізнесу, усунення існуючих перешкод для бізнесу, створення привабливих умов для діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, що дозволить залучити до розвитку вітчизняної економіки інвестиції та потенціал приватного капіталу. За останні роки в Україні прийнято основоположні закони, які відповідають європейським принципам регулювання підприємницької діяльності, у сферах: ліцензування, державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, дозвільній системі (обмеження кількості документів дозвільного характеру), у сфері технічного регулювання, закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Тобто відбувається постійне реформування, що має сприяти збільшенню кількості підприємств України.

Тому можна стверджувати, що розвиток підприємництва на території України доволі таки необхідна справа як для держави, так і для її населення, оскільки і ті, і інші отримують від такої взаємодії позитивні ефекти: покращення економічного стану, зміцнення міжнародних зв'язків, зменшення кількості безробітних, збільшення успішності населення, зростання ВВП тощо. Тобто у такому перспективному розвитку мають бути зацікавлені обидві сторони і спільними зусиллями досягти доволі таки високого рівня економічного розвитку, вийти на один рівень з успішними країнами світу.

Отже, розвиток підприємництва залишається пріоритетним напрямом для вирішення проблеми безробіття в Україні. Такий підхід може кардинально змінити економіку країни в цілому, адже це приносить чималі доходи державі. Розвиток підприємництва на території України доволі таки необхідна справа як для держави, так і для її населення, оскільки і ті, і інші отримують від такої взаємодії позитивні ефекти: покращення економічного стану, зміцнення міжнародних зв'язків, зменшення кількості безробітних, збільшення успішності населення, зростання ВВП тощо. Тобто у такому перспективному розвитку мають бути зацікавлені обидві сторони і спільними зусиллями досягти доволі таки високого рівня економічного розвитку, вийти на один рівень з успішними країнами світу. Загальним орієнтиром досягнення є зростання індексів України у Міжнародних рейтингах, так як вони є важливим джерелом інформації щодо потенціалу й розвитку країн світу. Ключовими серед них є показник легкості ведення бізнесу, конкурентоспроможності, інклюзивності зростання національної економіки.



### Список використаної літератури

1. Майсюра О.М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / О.М. Майсюра// Економіка та держава. – 2010. - №8. С.60-61.
2. Гурочкіна В.В. Стратегічні напрями інклюзивного розвитку України / Ю.О. Махортов, В.В. Гурочкіна // Науково-практичний журнал «Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку». – 2018. – № 17. – с.35-44. - Режим доступу до журн.: <https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2018/12/17nomer.pdf>
3. Закон України «Про зайнятість населення» № 5067 № VI від 5 липня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
4. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618 № VI від 22 березня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

**Онищук Наталія Володимирівна,**  
студентка групи ЕПБ-17-1  
Науковий керівник:  
**Минчинська Ірина Василівна,**  
ст. викладач кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

### **ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ АКТИВІЗАЦІІ КУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧА**

Ідея використання нейрофізіологічного інструментарію для проведення маркетингових досліджень виникла наприкінці ХХ ст., проте і на сьогоднішній день існує неоднозначна позиція щодо його використання для стимулювання продажів та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Такі широко відомі компанії як Coca-Cola, Google, Mars, Nestle і Procter & Gamble та ін. використовують в своїй діяльності нейромаркетингові методи проведення дослідження для розуміння емоцій споживачів при перегляді реклами з метою збільшення обсягів продаж продукції. На відміну від класичних маркетингових досліджень, які передбачають створення фокус-груп, проведення анкетування для прийняття рішень, нейромаркетинг націлений на визначення нейрофізіологічних реакцій людини, що не змінюються під впливом різних маркетингових стимулів, таких як дизайн сайту, реклама, банер тощо. Тому, вважаємо за важливе дослідити сутність та значення нейромаркетингу при проведенні досліджень вподобань споживачів та етичність його використання, адже важливе завдання нейромаркетингу – отримати доступ до людських емоцій, для прийняття споживачем швидкого рішення про покупку в емоційному стані.



Нейромаркетинг визначається як комерційне застосування нейробіології і технології нейровізуалізації з метою розуміння споживача та його реакції на маркетингові подразники шляхом прямого вимірювання процесів у мозку [1].

Правильно підібрана картинка активує в мозку приховані позитивні асоціації і аналогії, які спонукають споживача зробити покупку. Для цього використовується безліч технологій.

Зазвичай торгівельні центри та інші підприємства використовують запахи як найбільш потужний спосіб виникнення емоцій. Вони ароматизують різноманітні приміщення, спеціально підбираючи запахи. Оригінальний спосіб привернути увагу до своєї продукції придумала компанія Philips. В мережі гіпермаркетів Ельдорадо, на стендах з прасками Philips була встановлена система, що розповсюджувала запах свіжовипрасуваної білизни. Цей запах не залишав байдужими жодного покупця, а значить привертав увагу і виділяв продукцію з ряду інших брендів. [2]. Метою аромамаркетингу є спонукання споживачів за допомогою запахів збільшити продажі. Гарним прикладом сезонного аромамаркетингу є ТЦ «Пори року». Для зими вони використовують аромат печива, для весни – перших квітів, для літа – фруктів, для осені – яскравих прянощів [2].

Вплив на покупців здійснюється також за допомогою кольору. За це відповідає такий підвид нейромаркетингу, як мерчандайзинг. Ефективно активізувати продаж продукції можна зробити за допомогою вибору кольору продукції, зображення, надпису. Метою мерчандайзингу є просування того чи іншого товару, марки, виду чи упаковки без допомоги продавця, що дозволяє максимально підвищити товарообіг. До прикладу, «Пепсі-кола», змінивши колір своєї продукції на синій, домоглась збільшення відомості марки на ринку СНГ на 10% [3].

Вміле використання та поєднання кольорів допомагає візуальному представленню обраної позиції товару, активізації продажу та асоціації на рівні підсвідомості людини кольору з відповідним товаром. До прикладу, червоний колір символізує силу волі, активність, агресивність та дає змогу швидко привернути до себе увагу (напій Coca Cola, батончик Kit Kat, бренди Nestle, Kodak, Life, МТС). У свою чергу, рожевий колір підсилює почуття людей, робить їх уважнішими, ласкавими та чуйними, асоціюється із жіночністю (парфумерна продукція, товари для жінок та дітей, послуги шлюбних агентств і сімейних центрів (Космо, Lacosta, Bourjois)), а блакитний колір викликає дружню прихильність, мир та ефект морської свіжості (охолоджувальні напої (Миргородська, Боржомі)) [4; 5].

Звуковий фон також впливає на настрій покупців та їх активність. Зазвичай, якщо хочуть активізувати товарообіг то використовують інструменти аудіо маркетингу: жваву музику або спокійні мелодії. Цей інструмент, наприклад, використовують ТЦ «DEPOT» м. Чернівці та мережа супермаркетів



«Сільпо» та «Колос». Музичний супровід в місцях продажів дозволить вплинути на поведінку споживача і збільшити число покупок як мінімум на 15%. Музика сприяє зосередженню, уникаючи негативні фактори оточення. Аудіореклама в магазині здатна привернути увагу та наштовхнути клієнтів на спонтанні покупки.

Найбільша проблема сучасних покупців – це проблема вибору. Люди підсвідомо люблять рекламу тому, що вона його полегшує. Маркетологи повинні усвідомлено підходити до вибору методів впливу на споживачів і розуміти, яких саме результатів вони хочуть домогтися. А суспільство повинно самостійно навчитися не потрапляти в чергову «маркетингову казку», розуміючи, що 95% інформації людина сприймає несвідомо.

Отже, нейромаркетинг є потужним елементом, який являє собою комплекс нейроприймів, нейрометодів та нейротехнологій, за допомогою яких на підсвідомому рівні встановлюється сильний зв'язок між підприємством та споживачами з метою активізації продажу товарів та послуг. Всі компоненти нейромаркетингу значно впливають на прийняття рішення покупцем, збільшуючи тим самим обсяги продажу продукції. Загалом нейромаркетинг допомагає краще вивчити й пізнати споживача та його потреби. Тому, перспективи його використання для завоювання споживачів та отримання більших прибутків очевидні, адже на сьогоднішній день це одна з технологій маркетингу майбутнього.

### Список використаної літератури

1. Северова И. Нейромаркетинг: «за» и «против» [Електронний ресурс] / Инна Северова // UBR Украинский бизнес ресурс. – Електронні дані. – [Київ : ESGroup, 2007-2019]. – Режим доступу: <https://ubr.ua/business-practice/own-business/neiromarketing-za-i-protiv-349952> (дата звернення 18.09.2019 р.). – Назва з екрана.
2. Родина Е. Идем на запах... Как нас заставляют покупать [Електронний ресурс] / Елена Родина. – Електронні дані. – [ec-dejavu.ru, 2002-2007]. – Режим доступу: <http://ec-dejavu.ru/a/Advertisement-3.html> (дата звернення 18.09.2019 р.). – Назва з екрана.
3. Нейромаркетинг: почему о нем говорят "шепотом" [Електронний ресурс]. – Електронні дані. – 13.11.2009. - Режим доступу: <http://v-b.com.ua/articles/view/281/2009/11/13/> (дата звернення 17.09.2019 р.). – Назва з екрана.
4. Акулич М. Нейромаркетинг и ... [Електронний ресурс] / Маргарита Акулич // Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». Библиотека маркетолога. – Електронні дані. – [Санкт-Петербург : Компания «Альт-Инвест», 1998-2018]. – 05.07.2011. - Режим доступу: <http://vrk.org.ua/news-events/2018/ad-volume2018.html> (дата звернення 17.09.2019 р.). – Назва з екрана.



5. Аландаренко Н. Ю. Психологія кольору в друкованій рекламі [Електронний ресурс] / Н. Ю. Аландаренко // Електронна бібліотека Інституту журналістики. – Електронні дані. – [Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка]. – 2006. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1555> (дата звернення 19.09.2019 р.). – Назва з екрана.

**Паламар Сергій Миколайович,**

студент групи ПМГ-18-1

Науковий керівник:

**К.Б. Починок,**

к.ю.н., доцент кафедри

господарського права та процесу УДФСУ

## **ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Перехід України до динамічного розвитку економіки пов'язаний зі становленням високоефективного соціально орієнтованого ринкового господарства, яке базується на підприємницьких відносинах.

Питання правового регулювання малого підприємництва знаходяться в полі наукового інтересу загальних та галузевих правових досліджень, більше того, основою дослідження стали наукові праці таких вчених як Н.О. Саніахметова, З.С. Варналій, А.Г. Бобкова, О.М. Вінник, В.М. Гайворонський, С.М. Грудницька, В.К. Мамутов, В.С. Щербина та ін.

Особливе місце в економічній системі держави відводиться малому підприємству. Це зумовлено тим, що воно створює найбільш ефективні робочі місця, дає можливість багатьом працівникам реалізувати свої можливості, створює конкурентне середовище, а це в свою чергу сприяє зниженню цін, підвищенню якості товарів та послуг.

Проте, деякі суперечності викликає застосування термінів «малий бізнес», «мале підприємництво» та «малі підприємства». Варто зауважити, що у господарській практиці підприємництво і бізнес звичайно ототожнюються. Але це лише зовнішня форма. Бізнес – це комплексна категорія, яка з одного боку охоплює відносини, які виникають між усіма учасниками ринкової економіки, і включає не тільки підприємців, але і споживачів, найманих робітників відповідних структур, а з іншого боку вміщує в собі такі поняття, як заняття, власна справа, угода, договір, підприємництво, ділове життя, прибуток та ін. [1, с. 132].





Термін «мале підприємство» теж свого часу використовувався законодавцем для класифікації підприємств. Згідно з ч. 2 ст. 2 Закону «Про підприємства в Україні», який нині втратив чинність, відповідно до обсягів господарського обороту підприємства і чисельності його працівників (незалежно від форм власності) підприємство могло бути віднесено до категорії малих підприємств [2].

Як зазначає З. С. Варналій, «мале підприємництво – це самостійна (за рахунок власних коштів) систематична інноваційна діяльність громадян-підприємців та малих підприємств на власний ризик з метою отримання підприємницького доходу (надприбутку)». Зокрема, З. С. Варналій вбачає різницю між поняттями «мале підприємництво» та «малий бізнес». Відтак, поняття «підприємництво» та «бізнес» не ідентичні [3, с. 23].

Такої ж думки придержується й В. А. Кредісов, який вважає, що доцільно розрізняти ці два поняття. «Мале підприємництво передбачає не просто відносно невеликі розміри підприємства та масштаби господарської діяльності, а й його обов'язкове базування на особливо ризикованій та інноваційній основі, на повній економічній відповідальності, на персоніфікованих і гнучких методах управління й організації відтворення з метою отримання максимального підприємницького прибутку з одиниці затраченого капіталу» [4, с. 7].

Як зазначають О. В. Довгальова та О. В. Балабенко: «Мале підприємництво – особлива форма економічної активності, що передбачає орієнтацію на досягнення комерційного успіху; інноваційний та ризиковий характер діяльності; перспективність спрямування на подальший розвиток, розширення масштабів і сфери діяльності; свободу та самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень та здійсненні бізнесу; майнову відповідальність підприємця за результати господарювання; постійний характер господарської діяльності, укладання регулярних, а не одноразових угод» [5].

В сучасних умовах сутність малого підприємництва визначають, як самостійне організаційно-господарське новаторство на основі використання різних можливостей випуску нових товарів або старих – новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо, з метою отримання прибутків та самореалізації власної мети.

До того ж, аналіз трактування цих категорій у законодавстві України показав, що в офіційних нормативно-правових документах не визначено поняття «малий бізнес», але у ГК України [6] знаходимо інформацію про «суб'єктів малого підприємництва».

Ч. 3 ст. 55 ГК України зазначає, «що суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва» [6]. Відтак, суб'єктами мікропідприємництва є:



1) «фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи - підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України» [6];

2) «юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України» [6].

До суб'єктів малого підприємництва належать:

1) «фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України» [6];

2) «юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України» [6].

Отже, дослідження показало, що можна виділити три підходи до співвідношення понять мале підприємництво та малий бізнес, але на сьогоднішній день частіше ці поняття ототожнюються.

Суб'єкти малого підприємництва здійснюють свою діяльність переважно на локальному ринку, забезпечуючи задоволення споживчих запитів.

До основних ознак малого підприємництва можна віднести: невеликий ринок збуту; правова незалежність (підприємство управляється не через формалізовану управлінську структуру, а власником або партнерами-власниками, які самі контролюють свій бізнес); швидке реагування на зміни у ринковій системі.

### Список використаної літератури

1. Хомко Л. В. Особливості правового регулювання малого підприємництва в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Випуск 6. Том.1. С.132-134.
2. Про підприємства в Україні: Закон УРСР від 27.03.1991 р. №887-XII // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/887-12>.
3. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. - К. : Знання, 2001. 277 с.



4. Кредісов В. А. Організаційно-економічні форми підприємництва та проблеми його розвитку. Менеджмент. – 2008. №10 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Menedzhment/2008\\_10/kredisov.htm](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Menedzhment/2008_10/kredisov.htm).
5. Довгальова О. В. Управління малим бізнесом: підручник / О. В. Довгальова, О. В. Балабенко: Донбас. нац. акад. буд-ва і архіт. Макіївка; Донецьк: Цифрова типографія, 2011. 298 с.
6. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. №436-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 17.09.2019).

**Панченко Руслана Сергіївна,**

студентка кафедри економіки підприємства

Науковий керівник:

**Калач Г. М.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СКЛОТАРИ**

В умовах зростаючого впливу виробництва на навколишнє природне середовище, перед підприємствами все гостріше постає питання відповідності його продукції та виробничих процесів стандартам екологічної безпеки. Важливим аспектом є ефективна організація та управління природокористуванням у загальній системі організації виробничої діяльності підприємства. Екологічно спрямовані зміни виробничого процесу, як правило, здійснюються шляхом зниження споживання матеріалів та енергії на одиницю продукції і супроводжуються економією на витратах, що, у свою чергу, крім економії дозволяє бути більш конкурентоспроможним на екологічно чистих ринках.

Екологічне підприємництво визначається у літературі по різному. Найбільш повним та узагальненим можна вважати таке визначення: екологічне підприємництво - це самостійна, здійснювана на свій страх і ризик виробника, науково-дослідна, кредитно-фінансова та інша діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, виробництва і продажу товарів, виконання робіт і надання послуг особами, зареєстрованими в цій якості в установленому законом порядку і спрямована на збереження, відновлення природного середовища та її біологічного різноманіття, зниження негативного (шкідливого) впливу техногенних і природних факторів на навколишнє середовище, а також оцінка їх впливу на стан природного середовища та забезпечення екологічної безпеки.[1,с.212]



Мета екологічного підприємництва полягає в дотриманні норм чинного екологічного законодавства та зменшення витрат від забруднення навколишнього середовища. Умовно ці витрати можна поділити на обов'язкові (яких уникнути неможливо, але можна зменшити) та додаткові (яких можливо уникнути).

Розглянемо напрямки екологічного підприємництва на прикладі ПрАТ «Гостомельський склозавод Ветропак». Підприємство є провідним виробником і постачальником склотари в Україні для вітчизняних виробників продуктів харчування та напоїв [2].

Група «Ветропак» ще в 1970-х роках у Швейцарії розпочала вторинну переробку склобою. Свідоме поводження з сировиною та енергоресурсами є важливим елементом екологічної сталості.

Повторне використання скла вже давно використовується в Європі. Європейська склотарна промисловість за 25 років за допомогою рециклінгу та технологічних інновацій зменшила викиди CO<sub>2</sub> та забруднення відходами на 75%. [1].

Чотири фактори мають вкрай важливе значення для визначення вуглецевого сліду (слід CO<sub>2</sub>) склотари: енергія, яка потрібна для виробництва, частка склобою, відстань при транспортуванні до підприємства клієнта та тип транспортного засобу.

Виробництво скла потребує багато енергії. 84% цієї енергії на підприємстві ПрАТ «Гостомельський склозавод Ветропак» забезпечується природним газом.

Частка склобою – це узагальнені дані всієї групи Ветропак. По кожному заводу, відокремлено, ця частка становить майже 83%.

Теплова енергія від скловарних печей становить більш ніж 60% усіх викидів парникових газів під час виробництва.

Технології виробництва полегшеного скла, за допомогою яких можуть виготовлятися скляні ємності з тонкими стінками, але однаково стабільні та міцні, сприяють значному зменшенню сліду CO<sub>2</sub> склотари. Зменшення викидів CO<sub>2</sub> може становити 12-17% при зменшенні ваги звичайних пляшок. [1].

Таким чином, використання відходів скляної промисловості у різних виробничих процесах дозволить зменшити обсяги відходів, а також покращити екологічну ситуацію в районах функціонування підприємств з виробництва склотари.

Що стосується технологій, що впроваджуються на підприємстві задля мінімізації шкоди екології, можна назвати такі, як:

- встановлення енергоефективних печей з низьким рівнем викидів
- впровадження технологій виготовлення полегшеного скла, що зменшує вагу склотари, зберігаючи всі інші переваги
- вкладання інвестицій в нову систему очищення відпрацьованих газів



Слідуючи даному вектору розвитку та застосування новітніх технологій виробництва скла та скляної тари підприємство зможе максимально мінімізувати негативний вплив на екологію навколишнього середовища та посилити свою конкурентоспроможність.

#### Список використаної літератури

1. Судакова О. І. Забезпечення екологічної безпеки виробничих підприємств / О. І. Судакова, Д. А. Судакова. // III Международная научно-практическая конференция "КАЧЕСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: глобальные и локальные аспекты". – 2015. – №28. – С. 211–212.
2. Корпоративний сайт «Ветропак Україна». Режим доступу: <https://www.vetropack.ua/uk/>
3. Якушев Д. Сучасні тенденції державної екологічної політики в Україні в контексті сталого розвитку / Дмитро Якушев. // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2016. – №4. – С. 92–98.
4. Патон Б. Є. Національна парадигма сталого розвитку України / Б. Є. Патон. // Інститут природокористування та сталого. Національна академія наук України розвитку.. – 2017. – №42. – С. 72

**Петрина Андрій Олександрович,**

Науковий керівник:

**Лазебник Л. Л.,**

д. е. н., професор,

завідувач кафедри економіки підприємства УДФСУ

## СУЧАСНИЙ СТАН ТІНЬОВОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Економіка України часів незалежності характеризується значним розширенням тіньового сектору, складовою якого є тіньова зайнятість населення, що є гальмівним елементом в процесі економічного розвитку держави. Ця проблема дестабілізує ситуацію на вітчизняному ринку праці, породжує низку проблем для робітників такі як несвоєчасне отримання заробітної плати в повному обсязі, відсутність відрахування коштів до фондів соціального захисту тощо.

Метою дослідження є аналіз передумов виникнення та наслідків тіньової зайнятості в процесі розвитку вітчизняної економіки, а також виявити проблемні аспекти детінізації зайнятості в Україні.

Тіньова економіка притаманна багатьом країнам світу, незалежно від їх соціально-економічного розвитку. В Україні тіньовий сектор існує більше двадцяти років і за оцінками експертів на 2017 р. він складав майже 32% національного ВВП, у 2018 р. приблизно склав 35%, а за даними на перший квартал 2019 р. цей показник досяг 40%. Одним із наслідків існування тіньової



економіки є тіньова зайнятість. Згідно з офіційними даними МОП, рівень тіньової зайнятості в Україні на кінець 2014 р. становив майже 8%, а до 2018 р. зріс на 4% і відповідно становив 12%, хоча дослідники з Асоціації експертів ринку праці України вважають, що цей показник на 2014 р. реально складав 20-21% від загальної кількості зайнятих, а у 2018 досягав приблизного рівня 27% (Рис. 1) [1]. Протягом останніх 10 років в Україні кількість працюючих «в тіні» коливалася в межах 10-11 млн. осіб [2].

### Графік лінійчатої діаграми тіньової зайнятості населення

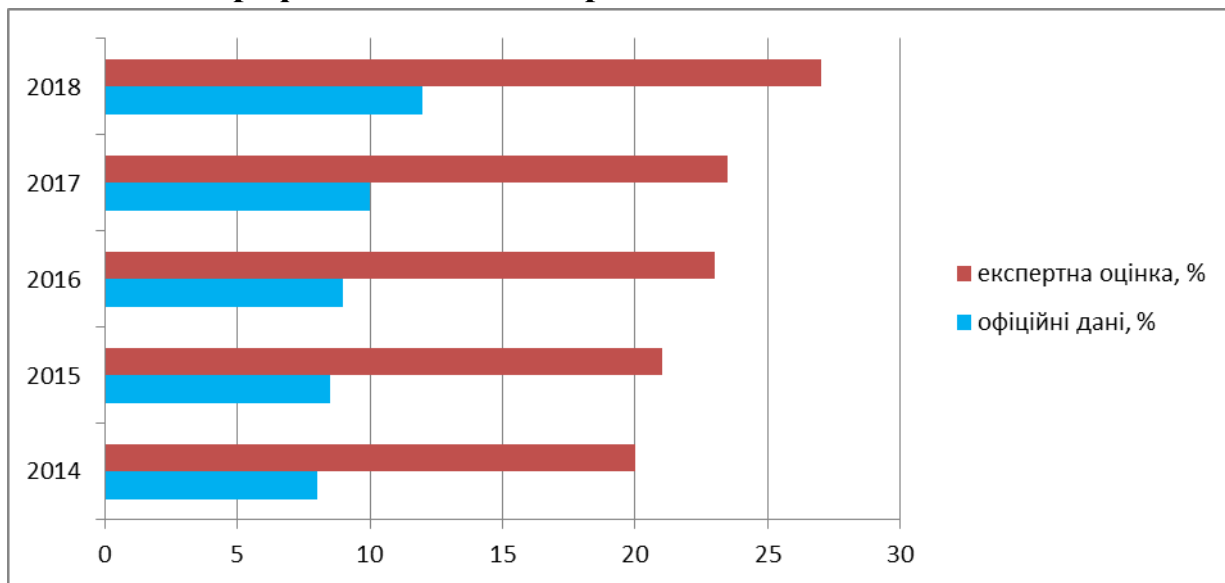


Рис. 1 – Порівняння оцінок рівнів тіньової зайнятості в Україні (2014 – 2018 рр.) [1].

Вчені виділяють основні причини виникнення тіньової зайнятості, а саме значний податковий тиск, високе навантаження на фонд оплати праці, недосконалість законодавчої бази, що регулює стан ринку праці та зайнятості населення, особливості формування ринків праці на мікро, макро та мезо рівнях. Роль тіньової економіки на ринку праці можна розглядати також і з позитивної сторони, адже вона сприяє формуванню прошарку дрібних підприємців, надає умови для самозайнятості, частково вирішує проблему працевлаштування, поглинаючи надлишок пропозиції праці на ринку, а також є джерелом доходів для широких прошарків населення, збільшуючи споживчий попит. Проте, як наслідок, нелегальної зайнятості є витіснення зі сфери суспільно-корисної праці легальних працівників, що призводить до руйнації трудового потенціалу під впливом наднормового робочого дня [3].

Однією з важливих сфер відповідальності бізнесу є тіньова заробітна плата (з/п), яка не вказується у звітності підприємств, не підлягає оподаткуванню та не мотивує працівників до покращення результатів праці, оскільки така форма заробітної плати не створює для працівника умов соціального захисту на випадок тимчасової непрацездатності, нещасного випадку на виробництві, а також позбавляє надії отримувати пристойний рівень пенсійного забезпечення [4]. Згідно з даними Незалежного фонду дослідження



з/п в Україні, 27% працюючих громадян отримують напівлегальну «сіру» з/п та неофіційну «чорну» з/п. При цьому 9% з опитаних отримують «чорну» з/п, тоді як 18% частину суми отримують офіційно. Окрім того, 83% опитаних працівників знають про небезпеку «чорної» або «в конвертах» з/п, щодо її впливу на майбутнє пенсійне забезпечення, хоча 12% нехтують відповідною небезпекою. У 2018 р. частка тіньової з/п в загальному обсязі становила приблизно 33%, а у 2019 р. склала майже 34% [5]. Основною причиною для поширення з/п «в конвертах» для працівника та роботодавця – можливість економити на сплаті податків і зборів, що відповідно підвищує дохідну частину працівника. Окрім того, тіньова зайнятість надає роботодавцю переваги на ринку праці, адже офіційно не працевлаштовані робітники легко підпадають під скорочення за будь-якого погіршення економічної кон'юнктури [4].

Відповідно, найголовнішими причинами існування тіньової зайнятості на ринку праці України є величезна податкова навантаженість на працівників та роботодавців, низькі стандарти оплати праці, високий рівень корупції та значне державне втручання в сферу підприємницької діяльності.

Таким чином, детінізація ринку праці має стати одним із головних напрямів економічної політики держави з використанням відповідних стимулюючих інструментів впливу. Основні державні заходи щодо детінізації зайнятості та економіки загалом мають бути пов'язані із зменшенням кількості податків та підвищенням стандартів оплати праці, щоб підприємці мали змогу легально вести бізнес, отримувати дохід та офіційно наймати кваліфіковану робочу силу, яка отримуватиме легальну та високу заробітню плату і відповідно буде впевнена в соціальному забезпеченні.

### Список використаної літератури

1. Стрішенець О.М., Ліщук В. І., Єлісеєва Л. В. Економічна теорія: [навч. посіб.] (гриф МОН, лист від 29.01.2013). Луцьк: СНУ ім. Лесі Українки, 2014. 206 с.
2. Лейфура М.В. Тіньова зайнятість у контексті інноваційного розвитку підприємств в Україні // Формування ринкових відносин в Україні. - 2018. - № 10. - С. 64-68.
3. Заходи детінізації ринку праці в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/monitor/monitor17/02.htm>
4. Шарікова О.В. Податкова політика як фактор легалізації «тіньової» заробітної плати // Економіка та держава. - 2018. - № 6. - С. 49-52.
5. Коваленко О. Процес подолання корупції і тіньової економіки як специфічний об'єкт соціального аудиту // Публічне управління: теорія та практика. – 2017. - №4. – С.98-102.
6. Тіньовий сегмент ринку праці в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2014/Economics/5\\_166521.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2014/Economics/5_166521.doc.htm)



**Писарєва Олександра Михайлівна,**

студентка групи ЕМУз 18-1

Науковий керівник :

**Гурочкіна В.В.,**

к.е.н, доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Дослідження економічної природи інноваційних бізнес-процесів є актуальним питанням, так як для забезпечення розвитку необхідне чітке уявлення механізму та концепції управління бізнес-процесами вітчизняних підприємств. Саме останні і є впливають на інноваційний розвиток економічної системи. Результатом концепції виступає мета управління бізнес-процесами – впровадження процесних інновацій для підвищення економічної активності, рівня ефективності бізнес-процесів та використання наявних ресурсів.

Впровадження концепції управління бізнес-процесами підприємств на основі процесних інновацій в практику має на меті забезпечити синергетичний ефект, який покращить фінансовий результат діяльності підприємств.

Дослідженню особливостей використання бізнес-процесів та становлення інноваційної моделі підприємництва присвячена низка досліджень та публікацій таких вітчизняних і науковців як: Геєц В.М. [1], Гончар О.І., Гурочкіна В.В. [2], Лазебник Л.Л.[4], Козаченко А. В., Менчинська О.М. [5] Полінкевич О.М. [6], та інші.

В умовах нової економіки цінність компаній визначають бренди, ділова репутація, компетентність, знання й навички персоналу, корпоративна культура, передові технології, уміле керівництво, що опосередковано може бути віднесено до нематеріальних активів, які забезпечують конкурентну перевагу підприємствам [5].

Якісне управління бізнес-процесами неможливе без інновацій. Результативністю впровадження процесних інновацій є високі оцінки у діагностиці економічної активності підприємства, досягнення високого значення результативності, оптимальності та ефективності.

Як зазначає Гурочкіна В.В. «в українській економіці існує потреба у виробничо-технологічному потенціалі, наявність якого може дозволити створити перспективну технологічну структуру промисловості на основі освоєння нових технологій та інновацій [3, с. 38].

В Україні розвиток інноваційних бізнес-процесів має вигляд вертикальних та горизонтальних зв'язків. До вертикальних можна віднести інтегровані бізнес-структури, що спрямовані на зростання підприємства шляхом включення до





своєї структури підприємств, які вже здійснюють постачання, або посилення контролю над постачальниками. До горизонтальних - бізнес-структури, в яких процеси орієнтовані на пошук можливостей зростання на існуючому ринку шляхом освоєння випуску нової продукції, що потребує нової технології. Окремо слід зазначити, поодинокі випадки диверсифікаційних бізнес-процесів, які сконцентровані в єдиному центрі діяльності організації та базуються на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів або надання послуг.

Отже, економічна природа інноваційних бізнес-процесів повною мірою розкривається через їх функції. Функціями є дії, які покликані принести в управління бізнесом якісно нові зміни, що істотно можуть вплинути на покращення якості кінцевого продукту або послуги, які виготовляє або надає підприємство. Для реалізації цілей і завдань, як стратегічного, так і оперативного характеру можна використовувати різні види інновацій та нововведень, які можуть бути направлені на раціональне та ефективне використання усіх без винятку ресурсів підприємства для того, щоб на виході отримати заплановану вартість у вигляді прибутку.

Використання інноваційних бізнес-процесів слугує основою ефективного управління підприємством, що дає змогу досягти сталого розвитку.

#### **Список використаної літератури**

1. Гаєць В.М. Інноваційні перспективи України / В. М. Гаєць, В. П. Семиноженко. – Х. : Константа, 2006. – 272 с.
2. Гурочкіна В. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту [Електронний ресурс] / В. В. Гурочкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 51–57. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html>.
3. Гурочкіна В. Підвищення ролі іноземних інвестицій у поліпшенні міжнародної виробничої спеціалізації України / В. Гурочкіна // Економіст. – 2010. – № 11. – С. 36–42.
4. Лазебник Л. Л. Міжнародна фінансова система: історія, актуальні фактори та тенденції розвитку / Л. Л. Лазебник // Економічний вісник Національного гірничого університету. - 2013. - № 1. - С. 86-91. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2013\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2013_1_13)
5. Менчинська О. М. Організаційно-економічна модель інноваційного розвитку бізнесу [Електронний ресурс] / О. М. Менчинська // Економіка: реалії часу : науковий журнал. – 2017. – № 3 (31). – С. 69–75. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No3/69.pdf>.
6. Полінкевич О. М. Управління бізнес-процесами в системі інноваційного розвитку підприємств : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О. М. Полінкевич. – Х. :ХНУ, 2015. – 41



**Почекутова Ганна Андріївна,**  
студентка групи ЕМУ-18-1, ННІ економіки,  
оподаткування та митної справи  
Науковий керівник: **Ткаченко В.В.**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **МЕХАНІЗМ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ НА ПІДПРИМСТВІ**

Оподаткування є одним з найефективніших інструментів регулювання економічних відносин держави, суб'єктів господарської діяльності і громадян. Проте, враховуючи високий рівень тінізації економіки України в поєднанні з катастрофічним зупиненням промислового виробництва, перманентним дефіцитом бюджетних коштів і критичним рівнем зовнішніх боргових зобов'язань країни в цілому, говорити про просте зниження податкового навантаження до оптимального рівня з метою створення сприятливих умов для економічного зростання недоречно, оскільки може виявитися недосить резервів і потенціалу для фінансування, хай і тимчасового збільшення дефіциту бюджетних коштів, яким завжди супроводжуються подібні заходи.

Податкове планування представляє собою елемент системи податкової політики підприємства. Загалом, впровадження податкової політики на підприємстві зводиться до побудови найбільш оптимальних з позиції підприємства відносин з державою щодо питань обчислення та сплати податкових платежів [2, с.305].

Важливим елементом податкового планування є розрахунок податкових платежів, побудова графіка їх сплати та визначення податкового навантаження на підприємство з усіма можливими способами оптимізації податків.

Однак розрахунок величини абсолютного податкового тиску не дає повного уявлення про ступінь впливу сукупності податків і зборів на результати діяльності підприємства. Тому поряд із показниками абсолютного податкового тиску розраховуються показники відносного податкового тиску, що включають аналіз структури загального податкового тиску на підприємство, аналіз зовнішніх аналітичних коефіцієнтів податкового тиску, аналіз внутрішніх аналітичних коефіцієнтів податкового тиску, специфічних для конкретної галузі економіки. Ці показники достатньо повно характеризують вплив на кінцеві результати діяльності підприємства [1].



Таблиця 1

Податкове навантаження з податку на прибуток підприємств

Коефіцієнт податкового навантаження доходів із ПнП	$\text{ПНД}_{\text{ПнП}} = \text{ПнП} / \text{Д}$ $\text{ПНД}_{\text{ПнП}} = 32949 / 2024684 = 0,016 = 1,6\%$	Частка нарахованого податку на прибуток підприємств у доходах суб'єкта господарювання
Коефіцієнт податкового навантаження витрат із ПнП	$\text{ПНВ}_{\text{ПнП}} = \text{ПнП} / \text{В}$ $\text{ПНВ}_{\text{ПнП}} = \frac{32949}{1763800} = 0,019 = 1,9\%$	Частка нарахованого податку на прибуток підприємств у витратах суб'єкта господарювання
Коефіцієнт податкового навантаження прибутку із ПнП	$\text{ПНП}_{\text{ПнП}} = \text{ПнП} / \text{П}$ $\text{ПНП}_{\text{ПнП}} = 32949 / 502853 = 0,066 = 6,6\%$	Рівень оподаткування прибутку суб'єкта господарювання

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Податок на прибуток підприємств підлягає обов'язковому врахуванню при визначенні податкового навантаження суб'єкта підприємницької діяльності, адже він є його безпосереднім платником. Отже, одне із головних завдань податкового аналізу – визначення рівня податкового навантаження для ефективного впливу держави на економіку за допомогою механізмів податкового регулювання. Для цього використовують комплекс показників, а саме: загальне податкове навантаження, податкове навантаження з ПнП, податкове навантаження з ПДВ [4, с.81].

Таблиця 2

Податкове навантаження з податку на додану вартість

Коефіцієнт податкового навантаження доходів із ПДВ	$\text{ПНД}_{\text{ПДВ}} = (\text{ПЗ} - \text{ПК}) / \text{Д}$ $\text{ПНД}_{\text{ПДВ}} = 63367 / 2024684 = 0,032 = 3,2\%$	Частка ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету в загальній сумі доходів
Коефіцієнт податкового навантаження витрат із ПДВ	$\text{ПНВ}_{\text{ПДВ}} = (\text{ПЗ} - \text{ПК}) / \text{В}$ $\text{ПНВ}_{\text{ПДВ}} = 63367 / 1763800 = 0,036 = 3,6\%$	Частка ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету в загальній сумі витрат
Коефіцієнт податкового навантаження виторгу від реалізації продукції із ПДВ	$\text{ПНВР}_{\text{ПДВ}} = (\text{ПЗ} - \text{ПК}) / \text{ВР}$ $\text{ПНВР}_{\text{ПДВ}} = 63367 / 1521831 = 0,042 = 4,2\%$	Частка ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету у виторзі від реалізації продукції

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Одним з найпопулярніших механізмів оптимізації податків, який використовується українськими виробниками, у тому числі і ПрАТ «Чернівецький олійно – жировий комбінат», є використання офшорів в експортних операціях характеризується наступним: практично весь реальний прибуток від експорту продуктів харчування залишається в офшорній



юрисдикції та не обкладається жодними податками; відсутній ризик неповернення валютної виручки у строки, передбачені валютним законодавством України (180 днів); знижується податкове навантаження на українське підприємство; транспортні витрати зі ставки товару в офшорну юрисдикцію можуть включатися до суми валових витрат, товар може бути напряму відвантажений українським експортером кінцевому споживачеві [3, с. 107].

Таким чином, ефективно організована система податкового планування на підприємстві дозволяє оптимізувати його податкові платежі. Узгодженість діяльності та оптимізація цієї системи у напрямку мінімізації податків законним шляхом знижує фінансові витрати і зміцнює фінансовий стан підприємства.

Список використаних джерел:

1. Богославець Т.І. Аналіз податкового навантаження та його вплив на кінцеві результати діяльності суб'єкта господарювання/Т.І. Богославець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuu.gov.ua>
2. Руденко Є.М. Формування податкової політики підприємства в процесі здійснення фінансової санації / Є.М. Руденко // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 3 (13). – С. 305
3. Тіньова міжнародна торгівля: макроекономічна теорія та фіскальні наслідки для України: монографія / Вдовиченко А.М., Зубрицький А.І., Рубцов О.М., Семир'янов Д.Я., Серебрянський Д. М.; за заг. ред. Д.М. Серебрянського. — К.: Алерта, 2013. — 202 с.
4. Ткачик Л.П. Методика проведення податкового аналізу суб'єктами підприємництва / Л.П.Ткачик // Потенціал стійкого розвитку та фінансова безпека соціально-економічних систем : матеріали I Всеукр. Наук.-практ. конф. –2013 р. – С. 81.

**Подерня Дарія Ігорівна,**

студентка 5 курсу

Науковий керівник:

**Мельничук Ганна Сергіївна,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВО**

Посилення податкового тиску та недосконалість податкового законодавства змушують підприємства ухилятися від сплати податків. Використання підприємствами можливих законних способів мінімізації податків дозволить протистояти можливим фінансовим труднощам. Тому



оптимізація податкового навантаження на сьогодні є одним із головних завдань фінансового управління підприємством.

Вагомий науковий внесок у дослідження проблем оптимізації податкового навантаження на підприємства зробили такі науковці як: Кірдіна О.Г., Фролова А.В. [1], Горский І.В. [2], Девликамова Г. [3], Легостаєва О.О., Лисьонкова Н.М. [4], Матвейченко О.І. [5], Меліхова Т.О. [6] та ін.

Оптимізація податкового навантаження – це раціональна багатоваріантна мінімізація податкових платежів, отримання в результаті цього економії, додаткових податкових доходів та ефективно їх вкладення в розвиток підприємства [1].

Формування податкової політики за окремими аспектами податкового планування може мати багаторівневий характер. Так, у рамках політики управління податковими відрахуваннями підприємства може бути розроблена політика управління непрямими і прямими податками [2].

Критерієм вибору того чи іншого варіанта податкової політики є величина податкових платежів. У рамках цієї суми платежів оцінюється ефективність діяльності підприємства за допомогою показників, що характеризують його фінансове становище, – рентабельність, фондвіддача, оборотність, ліквідність [3].

При оптимізації оподаткування підприємства вихідною точкою слід вважати формування інформаційної податкової бази. Інформація, яка має вагоме значення для забезпечення функціонування ефективної системи податкової політики, включає внутрішні і зовнішні джерела. До внутрішніх джерел можна віднести не тільки склад податків (їх ставки, джерело сплати, наявність пільг, терміни сплати), які сплачує підприємство, але також і статус, місце реєстрації, наявність структурних підрозділів, бюджети підприємства. До зовнішніх джерел належить податкове законодавство, інструкції, спеціальна література з методиками податкового планування. Дані джерела необхідні для підбору даних для розробки оптимізаційних дій податкової політики за результатами податкового аналізу [4].

При цьому в процесі проведення податкового аналізу слід приділити увагу таким складовим як, факторному аналізу податкових платежів, аналізу структури і динаміки податкових платежів, аналізу податкового навантаження підприємства, аналізу податкової заборгованості підприємства (табл. 1).

Проведення комплексного податкового аналізу дає змогу дослідити сукупність податків і зборів, що сплачуються підприємством у різні роки, виявити найбільш значущі фактори, які викликали зміни в динаміці і структурі податкової сукупності, а також сформулювати інформаційну податкову базу підприємства, яка дозволить забезпечити функціонування ефективної і оптимальної системи податкової політики підприємства.



Складові податкового аналізу

Вид аналізу	Характеристика
Факторний аналіз податкових платежів	Робота з факторною моделлю, в податковому аналізі дозволить виділити внутрішні (залежні від підприємства) і зовнішні (закладені в податковому законодавстві) фактори, що забезпечують оптимізацію оподаткування підприємства, більш високий рівень податкового планування і прогнозування.
Аналіз структури і динаміки податкових платежів	Дозволить виявити платежі, які мають найбільшу питому вагу в загальній сукупності податків; дозволить проаналізувати зміни, що відбулися за період у співвідношеннях питомих ваг податків; дозволить попередньо визначити причини динаміки податкової структури; виявити ті податки, у динаміці яких відбулися найбільш значущі зміни; визначити причини, що викликали їх.
Аналіз податкового навантаження підприємства	При цьому аналізі необхідно розрахувати структуру сум податків і зборів за кожен рік досліджуваного періоду. Тому на перший план у податковому аналізі висувається отримання найбільш інформативних показників податкового тягаря, системи аналітичних показників, з яких складаються узагальнюючі показники податкового навантаження, що дають найточніші економічні оцінки і дозволяють отримати найраціональніше рішення.
Аналіз податкової заборгованості підприємства	Аналіз податкової заборгованості необхідно проводити за такими складовими: - аналіз динаміки заборгованості підприємства по податках і зборах; - аналіз структури заборгованості підприємства по податках і зборах; - аналіз співвідношень сум заборгованостей і сум податків і зборів, що сплачуються підприємством; - факторний аналіз заборгованостей підприємства.

\*Розроблено за матеріалами [3], [4], [5], [6].

Отже, з метою оптимізації податкового навантаження на підприємство важливим є проведення податкового аналізу за наступними складовими: факторний аналіз податкових платежів; аналіз структури і динаміки податкових платежів; аналіз податкового навантаження підприємства; аналіз податкової заборгованості підприємства.

**Список використаної літератури**

1. Кірдіна О.Г. Оптимізація податкового навантаження на макро- та мікрорівні / О.Г. Кірдіна, А.В. Фролова // Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2018. - №64. – С. 135-141.
2. Горский И.В. К оценке налоговой политики [Текст] / И.В. Горский // Вопросы экономики. – 2002. - № 7. – С. 50-63.
3. Девликамова, Г. Налоговый анализ как составная часть анализа хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / Г. Девликамова // Финансы. – 2001. - № 6 – С. 24-32.



4. Легостаєва О.О. Податковий аналіз як складова оптимізації податкової політики підприємства / О.О. Легостаєва, Н.М. Лисьонкова // Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2016. - №55. – С. 50-58.
5. Легостаєва О.О. Впровадження ефективного податкового планування на підприємстві / О.О. Легостаєва, О.І. Матвейченко // Теорії мікромакроекономіки: зб. наук. праць.– К., 2011. Вип. 37. С. 198-204.
6. Меліхова Т.О. Удосконалення методів аналізу податкового навантаження господарської діяльності підприємств / Т.О. Меліхова // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010.- Вип. 17. – С. 19-25.

**Попова Анастасія Костянтинівна,**  
студентка ННІ економіки, оподаткування  
та митної справи УДФСУ

## **РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ**

В сучасних умовах нерідко втрачається здатність підприємства перманентно проводити системні організаційно-структурні зміни, особливо з огляду на наявність значних резервів, потужностей, які не використовуються, та істотного збільшення рівня конкуренції. Реінжиніринг бізнес-процесів передбачає перебудову системи господарювання на основі бізнес-орієнтування структурних підрозділів підприємства, дозволяє підприємству перейти на новий тип управління, до основи якого може бути покладено принцип постійності втілення стратегічних змін.

Основні положення теорії реінжинірингу сформулювали М. Хаммер та Д. Чампі. Науковці С. Г. Ойхман та Е. В. Попов дослідили реінжиніринг бізнес-процесів на прикладі реорганізації провідних іноземних компаній. Вони досить точно розглянули термінологію та методологію реінжинірингу[1].

Антикризове бізнес-планування є відносно новим напрямком, який здійснюється через функцію антикризового управління. На відміну від внутрішньовиробничого планування, яке здійснюється в рамках поточного планування «нормально» функціонуючого підприємства, антикризове планування здійснюється на різних фазах кризи підприємства (не рентабельності, збитковості, неплатоспроможності) і в різних умовах перетворюючих та санаційних процедур (спостереження, фінансове оздоровлення, зовнішнє арбітражне управління). Окремі дослідники та практики пропонують планування виходу із кризового стану починати з формулювання стратегії і вже після цього займатись розробкою та реалізацією заходів тактичного характеру в рамках антикризових стратегій. Антикризова стратегія є результатом взаємодії суб'єктів та об'єктів антикризового



управління і впроваджується за допомогою процесу управління. Використовуючи інформаційне забезпечення, суб'єкти корпоративного управління розробляють та узгоджують комплексну антикризову стратегію, що дозволить підвищити ефективність функціонування підприємства незалежно від стану, в якому воно знаходиться [2].

Реінжиніринг достатньо ефективно використовується при виведенні підприємства із кризового стану. Цей вид перетворень ніби перебудовує бізнес-процеси, які настільки застаріли до даного часу, що їх немає сенсу зберігати або оптимізувати. У тому ж випадку, коли підприємство успішно функціонує та отримує високі прибутки, проведення реінжинірингових заходів пов'язано з високою ризикованістю проекту. Будь-яка управлінська діяльність тісно пов'язана з ухваленням принципово необхідних рішень. Під рішеннями розуміють набір конкретних дій чи заходів, що здійснюються особою, яка впливає на об'єкт управління для досягнення поставленої мети або бажаного стану. Специфіка антикризового управління полягає у визначенні таких правил і процедур управління, які б могли стабілізувати ситуацію та вивести підприємство поступово із кризового стану. Використання специфічних інструментів та засобів управління ускладнюється посиленням непередбачуваності наслідків управлінських рішень. Необхідно зазначити, що вибір вдалого рішення можливий на підставі розуміння концептуальних засад управлінської діяльності, наявності точних знань про об'єкт управління та процеси, які здійснюються під час управління і можуть відбутися з часом, а також завдяки оптимальному використанню показників, що характеризують ефективність та якість ухваленого рішення. Потреба у виборі певного варіанту рішення керівництвом підприємств зазвичай виникає для швидкої реакції підприємства на зміни економічного середовища та підвищення ефективності його виробництва. Здійснення саме таких перетворень на підприємстві передбачає реінжиніринг бізнес-процесів.

Реінжиніринг бізнес-процесів підприємства допомагає прийняти та запровадити найефективніше рішення, що дасть найбільшу віддачу з великої варіації виробничих, фінансових, операційних, інвестиційних чи маркетингових завдань. На підставі вищезазначеного можна зазначити, що реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення та радикальна перебудова господарських процесів для їх відчутного поліпшення [3].

Оскільки реінжиніринг застосовується для дослідження та перегляду бізнес-процесів, то основними заходами щодо проведення реінжинірингових заходів є виділення основних бізнес процесів, їхній опис на загальнодоступній мові та аналіз з метою подальшого перетворення. Виділення основних бізнес-процесів допомагає отримати завершену та цілісну картину функціонування підприємства, яка дозволить виявити всі необхідні ресурси для здійснення





підприємницької діяльності, а також визначити відповідну послідовність процедур та, звичайно, результати виконання цих процедур

### Список використаної літератури

1. Теоретично-методичні основи реінжинірингу бізнес-процесів [Електронний ресурс] / О. І. Продіус // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 6 (28). – С. 79-87. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n6.html>.
2. Костіна О. М. Діагностика та управління бізнес-процесами в контексті антикризового управління підприємством / О. М. Костіна. // Економіка і суспільство. – 2017. – №10. – С. 287–297.
3. Гелеверя Є. М. Антикризове управління підприємством: теоретичні та методичні аспекти / Є. М. Гелеверя, Н. В. Сумець. // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2017. – №17. – С. 243–248.

**Райчева Аліна Олександрівна,**  
студентка групи МЕМ-19-1 УДФСУ

Науковий керівник:

**Белінська Яніна Василівна,**  
д. е. н., професор, завідувач кафедри  
міжнародної економіки УДФСУ

## КОНЦЕПЦІЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

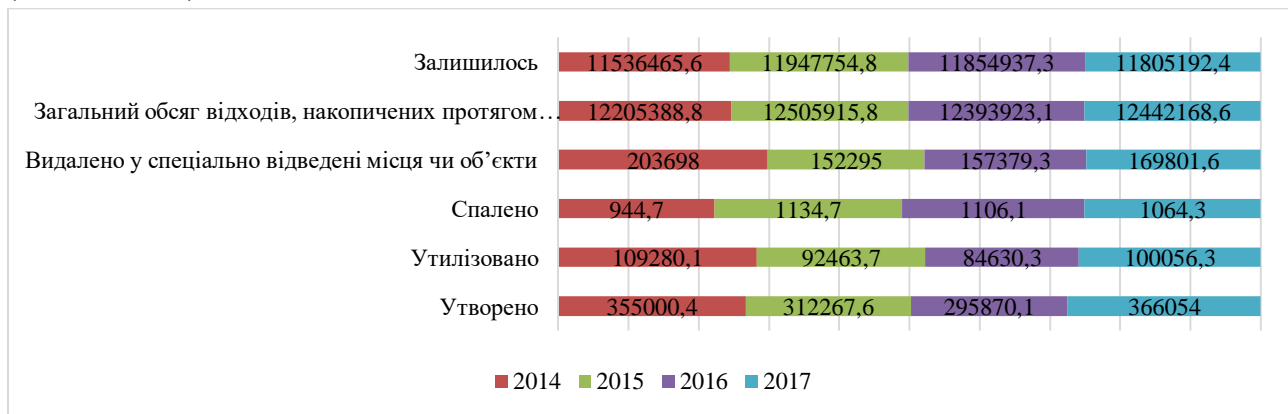
Циркулярна (кругова) економіка – це підхід, заснований на вторинній переробці практично будь-якого товару. Концепція циркулярної економіки має на увазі безпосередню участь на етапах планування та розробки товарів для забезпечення тривалого життєвого циклу і високого потенціалу для подальшого повторного використання, модернізації, відновлення та рециклінгу. Щоб економіка стала циркулярною необхідні радикальні зміни: від вибору сировини, способів розробки продукції та нових концепцій обслуговування – до широкого використання побічних продуктів одного виробництва як повноцінної сировини для іншого; зміни свідомості виробника та споживача, тісна співпраця між промисловістю, дослідниками та владою [1].

Вона стає дедалі популярнішою у Європі: в Нідерландах та Фінляндії існують національні програми переходу до неї. ЄС стимулює такий перехід, виділяючи сотні мільйонів євро на рік. Один з її головних козирів полягає в тому, що вона не тільки зберігає природу, а й забезпечує подальше економічне зростання без зростання споживання (і зростання звалищ). Прихильники цієї економічної моделі стверджують, що завдяки їй за 5 років в Європі можна



створити 100000 робочих місць, а до 2030 року – 2 мільйони, а також можна створити додатково один трильйон доларів для глобальної економіки до 2025 року. Світові компанії вже переходять до моделі циркулярної економіки, серед них Dell, Levi's, Timberland тощо.

Щодо розвитку концепції циркулярної економіки в Україні, то перспективи її впровадження є досить примарними. Адже ринок вторинної сировини є непрозорим – більше його 50% перебуває в тіні [2]. Тим більше, ринок переробки твердих побутових відходів, а отже вторинних ресурсів, є на початковій стадії свого розвитку. Крім того, в Україні відсутній тариф на переробку твердих побутових відходів, що також є негативним фактором для розвитку циркулярної економіки. Для того, щоб побачити реальну економічну ситуацію по переробці відходів, проаналізуємо статистичну інформацію протягом чотирьох років, не будемо брати до уваги доокупаційний період, (малюнок 1).



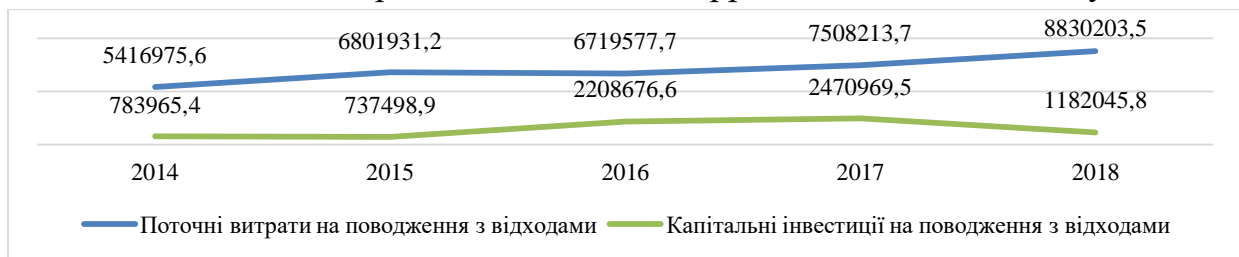
**Мал. 1. Утворення та поводження з відходами в Україні у 2014 – 2017 роках (тони)**

*Джерело: складено авторами на основі джерела [3]*

Аналізуючи малюнок 1, можна зробити висновок про те, що динаміка поводження з відходами в Україні у 2014 – 2017 рр. є нестабільною. Утворення відходів за аналізований період зросло порівняно з 2014 роком на 3,1%; утилізація – зменшилась на 8,4%; спалення – зросло на 12,7%; видалення у спеціально відведені місця чи об'єкти – зменшилось на 16,6%; загальний обсяг відходів, накопичених протягом експлуатації, у спеціально відведених місцях чи об'єктах (місцях видалення відходів) – зріс на 1,9%; залишок відходів – зріс на 2,32%. Це свідчить про неефективність політики поводження з відходами в Україні. До речі, найбільше відходів утворюється по таким групам: відходи розроблення кар'єром руди залізної; шлам та "хвости" збагачення руд залізних; відходи (породи гірські, земля), що утворюються під час проведення розкривних робіт у процесі створення шахт (копалень) та кар'єрів; відходи збагачення вугілля, переробленого на збагачувальних та брикетних фабриках; відходи комунальні (міські) змішані, у т. ч. сміття з урн.



Важливими показниками результативності політики поводження з відходами є поточні витрати та капітальні інвестиції на поводження з відходами. Їх динаміка протягом 2014 – 2018 рр. наведена на малюнку 2.



**Мал. 2. Поточні витрати та капітальні інвестиції на поводження з відходами в Україні у 2014 – 2018 роках (тис. грн.)**

*Джерело: складено авторами на основі джерела [3]*

Аналізуючи малюнок 2, можна казати про зростання поточних витрат поводження з відходами на 63% порівняно з 2014 роком, а зростання капітальних інвестицій у цю сферу – зменшилось на 50,8%. Тобто витрачаємо ми дуже багато коштів на управління відходами, в той час як дуже мало залучаємо інвестицій у цю сферу, що є негативним явищем.

Для того, щоб реформувати сферу управління відходами, потрібно дотримуватись ієрархії управління відходами, тобто запобігання утворенню відходів, а якщо запобігти не вдається – докладаються зусилля для повторного використання, якщо і це неможливо – здійснюється рециклінг. Коли рециклінг неможливі – застосовуються інші види утилізації відходів, у т.ч. операції із відновлення енергії чи перероблення на матеріали, що будуть використовуватися як паливо або матеріали для зворотнього заповнення. Інакше відбувається видалення відходів – захоронення їх у спеціально обладнаних місцях та знищення (знешкодження) на установках, що не відповідають екологічним нормативам [4].

Для того, щоб заощаджувати ресурси та енергію на їх переробку можна, наприклад, видобувати із промислових відходів мінеральну сировину, відходів від видобутку якої в нас найбільше, і цей спосіб вже практикують в розвинутих країнах. Також можна відмовитись від егоїстичного використання речей, багато речей використовувати повторно, оптимізувати харчові відходи на рівні підприємств-закладів харчування, меблі виготовляти наперед з матеріалів, що легко і дешево утилізуються, використовувати підприємствами відходи як сировину в інших галузях тощо. Для компаній на ринку – це стане суттєвою економією матеріалів, стійким ресурсокористуванням та стимулюванням інновацій.

Однак першим кроком повинна стати оптимізація законодавства України у сфері управління відходами. Адже переробляти не можна, бо нема тарифу; тарифу нема, бо нема ліцензії; а ліцензії нема, бо не дозволяє закон. Ось тут цикл і замкнувся, і він, на жаль, не зі сфери циркулярної економіки.



### Список використаної літератури

1. Циркулярна економіка: йти по колу, щоб піти вперед: Перемога space. URL: <https://peremoga.space/циркулярна-економіка-йти-по-колу-щоб-п/> (дата звернення: 18.09.2019).
2. Герич А. Циркулярна економіка – глобальне переосмислення відходів як ресурсів. Спільнота ВеликаІдея. 2016. URL: <https://biggggidea.com/practices/1567/>.
3. Економічна статистика - навколишнє природне середовище: ДержСтат України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ns.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ns.htm) (дата звернення: 18.09.2019).
4. Управління відходами: Міністерство екології та природних ресурсів України. URL: <https://menr.gov.ua/timeline/Vidhodi-ta-nebezpechni-rechovini.html> (дата звернення: 18.09.2019).

**Ржавська Анастасія,**  
студентка групи ПТМ- 18-1

Науковий керівник:

**Гурочкіна В.В.,**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

### ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Невід'ємною складовою конкурентоспроможності будівельної індустрії є впровадження реінжинірингу бізнес-процесів, так як забезпечує домінуючу позицію підприємству на ринку. Водночас, стає можливим ефективний пошук людських ресурсів, аналіз, переосмислення бізнес-процесів, радикально змінювати їх та відсікає дублювання та повторення бізнес-процесів шляхом максимізації переваг використання інформаційних технологій. Метою реінжинірингу бізнес-процесів у будівельній галузі є зниження витрат і збільшення доданої вартості.

Основними об'єктами змін реінжинірингу бізнес-процесів у будівельній галузі стає система управління бізнесом, зокрема, культура, організаційна структура, технологія впровадження робочого процесу, системи стимулювання та методи управління. Це може бути впроваджено шляхом фундаментального перегляду та перепланування робочого процесу для досягнення продуктивності компанії, особливо щодо вартості, якості, сервісу та швидкості.

Вперше розкрито ознаки та характеристика М.Хаммером [6], науковець визначив, що реінжиніринг справляє значний вплив на бізнес-системи, такі як: робочі одиниці змінюються до колективної роботи; робочі місця змінюються від простих до складних робіт; відбувається зміна ролі працівника, яка спочатку



перебувала під наглядом, а стає ініціативною; змінюється робоче місце працівників від підготовки до освіти; визначаються компенсація, яка спочатку базувалася на активності до орієнтації на результати роботи; змінюються критерії просування позицій, які спочатку базувалися на продуктивності, а змінюються на визначення здатності; змінюються функції менеджера, який спочатку був керівником, а перетворився на фасилітатора; змінюється організаційна структура з ієрархічної на рівномірну, тому що робота виконується командою людей, які в основному знаходяться в одній позиції і працюють автономно підтримуючи один одного.

На думку Мукавара [4], реінжиніринг - це спосіб організації комерційних відносин, розподілу відповідальності та ризиків, а також розподіл компенсації за послуги, що мають на меті підвищення вартості будівництва у будівельних проектах.

Як зазначає Г.А.Бріттон «реінжиніринг став популярною методологією розробки та впровадження таких змін. Незважаючи на новизну реінжинірингу для інженерів, дослідники м'яких систем розробили кращі методології реінжинірингу, щоб внести значні зміни в організації. Однією з таких методологій є інтерактивний план, що складається з п'яти етапів: безладний (хаотичний) склад, проектування ідеального дизайну, планування, планування ресурсів і впровадження [2].

За словами Бенніса [1], метою реінжинірингу є підвищення продуктивності, оптимізація прибутку компанії, досягнення найбільших результатів, закріплення різних функцій, усунення непотрібних рівнів і робочих процесів. За словами Морріса [3], реінжиніринг компанії включає в себе три аспекти робочого процесу, ресурсів та інформаційних технологій. Етапи реалізації реінжинірингу [1] полягають у створенні бачення та постановці цілей, бенчмаркінгу та визначення успіху, трансформації компанії та моніторингу процесу реінжинірингу.

Гурочкіна В.В. охарактеризувала реінжиніринг як креативний та інноваційний метод комплексної трансформації підприємства. Він не прагне зробити бізнес краще завдяки поступовим поліпшенням, він дозволяє зробити неочікуваний стрибок інноваційного розвитку. Процеси реінжинірингу (зміни в техніко-технологічній, інтелектуально-кадровій та матеріально-виробничій сферах) змінюють управління та здійснюють розвиток підприємства, при цьому під час реалізації самоудосконалюються. Досягнення синергії завдяки ефективному управлінню активами і ресурсами, здійснюючи інноваційний розвиток є найвищим ступенем сталого розвитку підприємства [5, с.210].

Отже, результатами дослідження характерних ознак реінжинірингу бізнес-процесів підприємств будівельної галузі стали особливості організації робочого процесу з метою досягнення оптимальних результатів у підвищенні продуктивності компанії. При обмеженому оборотному капіталі, технологіях та



недостатньому потенціалі людських ресурсів компанії, має застосовуватись реінжиніринг поступово із детальним визначенням пріоритетів у сформованому процесі роботи. Доцільно здійснювати дослідження комплексно щодо придатності реінжинірингу в проекті будівельних робіт, оскільки у більшості випадках, дослідження здійснюється тільки за обсягом готовності керівництва до виконання реінжинірингу, а не усього персоналу в компанії.

#### **Список використаної літератури**

1. Bennis W., Mische M. Reinventing through Reengineering: A Methodology for Enterprisewide Transformation, *Information System Management* (13:3), Summer 1996, 58-65. (1996).
2. Britton G. A.. *Design Synthesis: Integrated Product and Manufacturing System Design*, London. (2013).
3. Morris J., Wilkinson B . The transfer of Japanese management to alien institutional environments, *Journal of Management Studies*, 32(6), 719-730. (1995)
4. Mukkawat S.V., Rajurkar M.P., Agarwal A.L. Application of Reengineering to Construction Projects, *Journal of Construction Management (NICMAR)* ISSN No. 970-3675, pp. 61-66. (2010).
5. Гурочкіна В.В. Реінжиніринг як інструмент інноваційного розвитку підприємства / В.В. Гурочкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4. Том 3. – С. 207-211. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до збірн.: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3\\_226.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3_226.pdf)
6. Хаммер М., Чампи Д. Реінжиніринг корпорації: Манифест революції в бізнесі. – С.-Петербург : С.-Петербург. ун-т, 1999. – 341 с.

**Ружицька Ірина Вячеславівна,**

студентка групи ПМЦ-19-1

Науковий керівник:

**Мілімко Лариса Василівна**

к. ю. н., доцент, доцент кафедри господарського права та процесу УДФСУ

## **АНАЛІЗ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Одним із визначальних чинників розвитку людської цивілізації є його цифровізація. На сьогодні діджиталізуються, тобто переходять у простір цифрових технологій майже усі сфери діяльності суспільства, починаючи від телебачення закінчуючи економікою.

Актуальність даної тематики зумовлена зростанням електронної складової у розвитку процесів пов'язаних із веденням бізнесу та



підприємництва у цілому, що у свою чергу потребує створення більш прогресивних форм та методів здійснення даних процесів. Саме тому, ми погоджуємось із думкою В. В. Апалькової: «цифрова економіка є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності і економічного розвитку»[1, с. 13].

Незважаючи на те, що процеси діджиталізації є відносно новими, велика кількість зарубіжних та вітчизняних науковців розглядали питання цифровізації у своїх дослідженнях, зокрема: Е. Бринолфссон, Н. Негрепонт, Т. Нібель, Д. Тапскотт, О. Криворучко, В. Гройсман, Ю. Бажал, К. Кононова, Н. Краус, А. Маслова. Але, на жаль, правове регулювання даного процесу перебуває на стадії становлення, і характеризується низькими темпами його законодавчого закріплення.

Поняття «цифрова економіка» у науковий обіг було уведено у 1995 році Доном Тапскотт, і розумілось як економіка, що ґрунтується на цифрових технологіях, так звана інтернет-економіка, яка засновувалась на продажі та постачанні товарів використовуючи інформаційні мережі [2]. З того часу пройшло більше 20 років і дане поняття сформувалось більш чітко та повно, наповнюючись новими особливостями та ознаками.

На території України процес «цифровізації» ще не досяг глобального рівня. Але вже закладені підвалини законодавчого закріплення та правового врегулювання. Першим нормативно-правовим актом став Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», у якому вперше серед головних пріоритетів України зазначено побудову інформаційного суспільства. Серед стратегічних цілей даного Закону важливе місце займає: «прискорення розробки та впровадження новітніх конкурентоспроможних ІКТ в усі сфери суспільного життя, зокрема в економіку України і в діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування» [3].

На основі Конституції України та вище зазначеного Закону у 2013 році було розроблено Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні, дана стратегія не лише визначала розвиток інформаційного суспільства пріоритетним завданням, але й визначала мету, базові принципи, завдання етапи та механізми застосування, враховуючи тенденції майбутнього [4].

Минулим урядом України було розроблено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018 - 2020 роки, тим самим було закладено основу для розвитку даних процесів. Вище зазначена концепція під розвитком цифрової економіки України розуміє створення ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності,



конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення.

Також Концепція закріпила основну мету цифрової модернізації – зростання рівня конкурентоздатності вітчизняної економіки на міжнародному рівні та світовому ринку [5].

Діюча влада також взяла курс на діджиталізацію, зокрема президентом Володимиром Зеленським була запропонована концепція «Держава у смартфоні». Першочерговим завданням даної концепції визначена електронізація державних послуг, що сприятиме зменшенню рівня корупції в середині країни, але на нашу думку дані процеси не оминуть і інші сфери, зокрема і господарську, тому питання законодавчого врегулювання є досить актуальним.

Якщо брати до уваги процеси цифрової трансформації економіки у зарубіжних країнах, то дослідження американської компанії Riverbed Technology, показало, що більшість країн, які приймали участь у даному дослідженні не готові повністю діджиталізувати свої компанії. Але все ж таки більшість прогресивних країн, зокрема Великобританія, Німеччина, Естонія визначили одним із пріоритетних напрямів цифрову економіку [3].

Ще у 2015 році частка цифрової економіки у загальносвітовій становила 20%, з кожним роком відсоток зростає, що з часом призведе до повної цифровізації. Саме тому вважаємо доцільним зупинитись на перевагах даного процесу, зокрема у сфері бізнесу. По-перше, це можливість доступу до світового ринку, у зв'язку із зростанням конкурентоздатності, що у свою чергу дасть змогу збільшити кількість каналів реалізації продукції чи надання послуг.

По-друге, прозорість та оперативність у роботі із державними органами, оскільки доступ до послуг державних органів, які пройшли процес цифрової модернізації буде набагато простіший, що у свою чергу знизить рівень корупції та бюрократії, а також підвищить довіру населення до державних органів влади.

По-третє, якщо розмірковувати про переваги для суспільства, то цифровізація це гарантія постійного удосконалення товарів та послуг їхніми виробниками враховуючи вимоги населення та світові стандарти, адже тепер клієнти зможуть використовувати мережу Інтернет не лише для пошуку товару, але й для їх порівняння.

Тому, враховуючи швидкі темпи цифрової трансформації у світі, вважаємо за доцільне стимулювати її і в Україні, адже це відкриє безліч можливостей для держави, суспільства та громадян, а також стане важливим чинником, який сприятиме підвищенню ефективності та продуктивної всієї економічної системи держави. Саме тому, необхідно чітко врегулювати дані процеси на законодавчому рівні, зокрема шляхом введення в дію законів України, положення яких спрямовані на правове регулювання електронної економіки в нашій державі.





### Список використаної літератури

1. Apalkova, V. V. (2015). Kontsepsiia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Yevrosoiuzi ta perspektyvy Ukrainy. [Concept of the development of the digital economy in the European Union and prospects of Ukraine]. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya: Menedzhment innovatsii, (4), 9-18.
2. Tapscott, D. (1995). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 342.
3. «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» Закон України від 09.01.2007 № 537-V. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, № 12, ст.102.
4. «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р.
5. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018- 2020 роки. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. №67- р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення 12.09.2019)

**Росторгуєва ОксанаОлександрівна,**

студентка

Науковий керівник:

**Піжук О.І.,**

к.е.н, доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

### РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИКОРИСТАННІ МОДЕЛІ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ

Прискорення інтеграції України у світовий та європейський економічний простір вимагає у підприємств застосування комплексу сучасних методів та засобів стратегічного розвитку, зокрема розробки стратегії розвитку. Гарантією гармонійного та цілеспрямованого розвитку підприємства є множина впорядкованих ідей та розробок, які цілковито зможуть визначити орієнтири діяльності підприємства та його потенційні можливості розвитку. Відсутність або неналежна обґрунтованість таких ідей спричиняють втрати підприємства щодо здатності швидкого і стабільного розвитку [1, с. 334]. Саме тому суттєвої уваги потребує удосконалення механізму формування та впровадження стратегії розвитку на підприємстві.

Досягнення цілей стратегії розвитку підприємства в розрізі окремих функціональних елементів потребує запровадження належної системи управління. Останнє, в свою чергу, має базуватись на збалансованій системі показників. Погоджуємося з науковцями в тому, що збалансовану систему



показників варто розглядати як інструмент, який дає змогу розширити можливості вимірювання, оцінювання і контролю на рівні стратегічного й операційного управління підприємством. Останнє зумовлено тим, що збалансована система показників включає фінансові та нефінансові показники, що характеризують ключові сфери діяльності підприємства та від яких залежить результат реалізації стратегії.

Опираючись на модель збалансованої системи показників, можливі напрями стратегії розвитку підприємства було визначено в розрізі чотирьох складових, що наочно відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Пропозиції щодо можливих напрямів стратегії розвитку ПАТ «Світоч» в рамках моделі збалансованої системи показників<sup>7</sup>

Складові компоненти моделі збалансованої системи показників	Цілі стратегії розвитку	Можливі напрями та заходи стратегії розвитку
Фінансова складова	Зростання чистого прибутку та рівня рентабельності діяльності за рахунок зниження собівартості продукції; підтримання на необхідному рівні всіх видів фінансових ресурсів підприємства	Сформувати збалансоване відношення ціни товару до якості; Пошук нових постачальників сировини із нижчими цінами; Знизити собівартість продукції за рахунок зростання обсягів виробництва та економії на умовно-постійних витратах; Скоротити транспортні витрати на доставку; Забезпечити безперебійну поставку основної сировини, що дозволить підприємству уникнути додаткових витрат, викликаних простоями виробництва; Залучити додаткові кошти у вигляді інвестицій.
Складова клієнтів	Забезпечення подальшого зростання позитивного іміджу компанії на ринку, збільшення частки підприємства на ринку	Провести рекламні акції; Здійснити підготовку до можливої зміни сегмента ринку, виходу на нові ринки; Розвивати мережі фірмових закладів з реалізації продукції; Активізувати соціальні ініціативи
Сфера внутрішніх бізнес-процесів	Збільшення обсягів виробництва продукції та оновлення і розширення її асортименту, модернізація технічної бази	Упровадити нові технології; Забезпечити повне завантаження виробничих потужностей; Запровадити виробництво оновленого виду продукції високої якості; Розпочати роботу над збільшенням смакових різновидів продукції

<sup>7</sup> Джерело: розроблено автором



Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»

Складова персоналу	Впровадження дієвої системи мотивації персоналу до ефективної роботи, підвищення кваліфікації персоналу, подальший розвиток корпоративної культури	Здійснити організацію тренінгів і навчання працівників за кордоном; Впровадити додаткові методи стимулювання робітників залежно від якості роботи; Організувати спільні заходи, святкування для всіх працівників
--------------------	--	--

У формуванні пропозицій по заходам в розрізі напрямів стратегії розвитку досліджуваного підприємства було враховано дослідження вітчизняних науковців, а саме результати побудови матриці «темпи зростання ринку – частка ринку» (BCG) для найбільших підприємств кондитерської галузі, згідно якої ПАТ «Світоч» належить до тих підприємств, які конкурують у зростаючій галузі, але займають відносно невелику частку ринку. Саме для такої категорії підприємств доцільним є проведення значного інвестування в розвиток тих напрямів діяльності, що забезпечать зміцнення позицій підприємства на ринку або закриття (перепрофілювання) нерентабельних виробництв у разі неможливості інвестування, удосконалення цінових практик [2].

Багато підприємств мають труднощі під час втілення добре продуманої стратегії. Системи управління багатьох українських і зарубіжних компаній орієнтовані на виконання короткострокових тактичних завдань. Для прийняття рішень у таких системах використовується переважно фінансова інформація [3].

Таким чином, в основі розробки стратегії розвитку ПАТ «Світоч» має стати якомога більш повне використання зовнішніх можливостей та сильних сторін для досягнення мети та реалізації місії діяльності підприємства. Важливим аспектом у процесі формування та реалізації стратегії повинен стати акцент на формування іміджу підприємства, яке здійснює свою діяльність на засадах сталого розвитку. Стратегія повинна бути сфокусована на покупцях, які віддають перевагу продукції високої якості.

Подальше впровадження запропонованої стратегії розвитку підприємства, розробленої з використанням збалансованої системи показників, насамперед передбачає формування переліку показників в розрізі напрямів, що дасть змогу провести попередню оцінку ймовірної результативності даної стратегії.

#### Список використаної літератури

1. Гудзь О.І. Мусійовська О.Б. Методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – №22. – С. 334 – 340.
2. Носов А.О., Кавтиш О.П. Напрями удосконалення конкурентних стратегій підприємств кондитерської галузі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу:[http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14327/1/2015\\_1\\_Nosov.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14327/1/2015_1_Nosov.pdf)
3. Островська Г. Планування на основі збалансованої системи показників // [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Gev/2010\\_3.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gev/2010_3.pdf).



**Сайчишина Віта Леонідівна,**  
студентка групи ЕПБі-15-2  
Науковий керівник:  
**Козятинський О.М.,**  
старший викладач кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Зростання кількості ефективного функціонування сучасного підприємницького сектору – це головний чинник початку модернізації національного господарства та позитивних структурних змін, що ведуть за собою суттєве підвищення якості життя населення. Міжнародний досвід свідчить, що найважливішою складовою конкурентоспроможності національної економіки є насамперед активізація підприємницької діяльності.

Підприємництво — це самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством[1].

Проблеми розвитку підприємництва варто розділяти на зовнішні (знаходяться поза межами підприємства і залежно від ступеня впливу поділяються на фактори ділового, загального та глобального середовища) та внутрішні.

Усі чинники зовнішнього середовища взаємозалежні і взаємодіють між собою як система. Кількість та різноманітність факторів зовнішнього впливу, на які підприємство повинно вчасно реагувати, визначають безпосередньо його зовнішнім оточенням. Для здатності найкраще реалізувати свій потенціал з метою підвищення рентабельності та досягнення поставленої стратегічної мети, підприємство повинно бути не лише спроможним вчасно та ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища, але й адаптуватися до них[1].

Факторами ділового середовища виступають:

1. Споживачі - фізична особа, яка купує, замовляє, використовує, або має намір придбати чи замовити продукцію інноваційного характеру для власного користування. Потреби споживачів надають можливість для пошуку інвенцій;

2. Партнер – це особа, яка забезпечує надходження ресурсів, які необхідні для сталого функціонування протягом інноваційного циклу;

3. Регулятори- це, зазвичай, державні, регіональні або місцеві органи, які встановлюють конкретні правила, регулюють та контролюють інноваційну діяльність та надають можливості для партнерства держави та бізнесу;

4. Конкуренти- особа, група осіб, фірма, підприємство, що змагаються в досягненні ідентичних цілей, володіють та пропонують свої товари і послуги тим самим групам споживачів. Конкуренти надають можливість обрати інший спосіб для вирішення певної проблеми.

Факторами загального середовища є:



1. Економіка – рівень розвитку ринків, державна інноваційна політика регулювання інноваційної діяльності, інноваційна інфраструктура, клімат, ціни, інфляція, наявність ресурсів та доступ до них. Економіка має надавати можливості для розробки нових методів управління;

2. Законодавча база – визначає способи та методи інноваційної діяльності підприємства, регулювання та контроль, а також фінансове та податкове навантаження та надає можливості створення нових механізмів просування продукції на ринок;

3. Культура – звичаї, традиції, норми поведінки, менталітет, система цінностей суспільства, в якому працює організація. Культура визначає можливості до сприйняття та реакції на інновації;

4. Соціум – рівень розвитку освітніх систем, ступінь рівень освіченості населення, динаміка і мобільність фахівців, що відкриває можливості для зміни соціальних відносин на підприємстві[1].

Факторами глобального середовища виступають:

1. Технологічне середовище – рівень продуктивності сил в цілому, що характеризується знаннями, інформацією, розвитком науки та техніка та передбачає можливості для пошуку та виробництва нових видів продуктів та послуг;

2. Міжнародне середовище – це ті фактори, що обумовлені світовими тенденціями: високі технології, гнучкість виробництва, посилення конкуренції, співпраці та кооперації праці, що пропонують можливості для розширення бізнесу в інших країнах [2, с. 258].

Кожний з вище перерахованих факторів спроможний здійснювати позитивний або негативний вплив у певний момент часу та за певних обставин, а також зумовлює появу можливостей для підприємства.

Негативну дію кожного з факторів варто передбачати завчасно як можливі ризики та розробляти відповідні запобіжні заходи[3].

### Список використаної літератури

1. Сиротинська Н. М. Сутність інноваційного потенціалу промислових підприємств / Н. М. Сиротинська // Економічний простір. – 2011. – 55.– с. 255-260.

2. Ступак С. М. Комплексна структура інноваційного потенціалу підприємства. Електронний ресурс [Режим доступу]: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>

3. Федулова Л. І., Александрова В. П., Бажал Ю. М., Данько М.С., Кузнєцова І.С. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / НАН України; Інститут економічного прогнозування / Л.І. Федулова (ред.). – К. : Основа, 2005. – 550 с.



**Саннікова Катерина Віталіївна,**

студентка групи ПТМ 18-1

Науковий керівник:

**Ляшенко Г.П.,**

к.е.н., професор кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **БИОРЕИНЖИНИРИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНФРАСТРУКТУРНИМИ ПРОЕКТАМИ**

Сьогодні за умов трансформаційних змін в економіці, коли відчутний брак бюджетних коштів, гостро постає питання щодо фінансування інфраструктурних проектів. Інфраструктура як для України є одним із ключових стратегічних орієнтирів розвитку економіки, так я для кожного підприємства країни. За умов низького рівня виконання та розбудови інфраструктурних проектів виникають додаткові непродуктивні витрати, які фактично гальмують зростання реального ВВП. Відтак, стає неможливим в повному обсязі профінансувати необхідні інфраструктурні проекти за рахунок державних коштів, що спонукає до залучення альтернативних джерел фінансування інфраструктурних проектів.

Передумовою ефективного функціонування й зростання національної економіки є високий рівень розвитку її інфраструктури. Розширення й оновлення об'єктів цієї сфери має стратегічний характер, оскільки охоплює будівництво доріг, освіту, охорону здоров'я, житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування населення, роздрібну торгівлю й громадське харчування, пасажирський транспорт, надання населенню послуг зв'язку тощо.

Основні засади теорії реінжинірингу в системі управління закладались такими відомими вченими, як Гейтс Б., Хаммер М., Чампі Дж., Робсон М., Давенпорт Т., Росс Д., Уллах Ф. і Шер А.В. Вивченням проблем реінжинірингу бізнес-процесів займалися такі вітчизняні вчені, як Гуцало А.В., Іщук Л. І., Криворучко О. М., Лещук В. П., Полінкевич О. М., Сукач Ю. О.

Якщо зупинитися на дослівному перекладі слова «реінжиніринг» та аналізі його складових, то відповідно до визначення у великому економічному словнику, реінжиніринг (лат. re – знову, ще раз, назад; англ. engineering (лат. ingenium) – винахідливість), тобто – це процес оздоровлення підприємств, фірм, компаній шляхом підйому інжинірингу на новий рівень; діяльність з модернізації раніше реалізованих технічних рішень на діючому об'єкті [1]. Таке трактування визначає реінжиніринг як більш досконалу форму інжинірингу, поглиблення його методів та інструментів. Сам інжиніринг у словниках трактується як сфера діяльності з опрацювання питань створення об'єктів



промисловості, інфраструктури та ін., перш за все у формі надання різних інженерно-консультаційних послуг на комерційній основі [1].

Варто звернути увагу і на те, що в науковій літературі зустрічається термін «біореінжиніринг». «Біореінжиніринг – організоване проектування генетичної архітектури підприємства (як живого організму), що досягається в результаті одночасної роботи у напрямках: перетворення свідомості, реструктуризація, пожвавлення, оновлення»[6]. Дана модель біореінжинірингу, на думку Лещук В. П, є замкненим контуром регулювання постійних змін і поліпшень на підприємстві, направлених на задоволення замовника і забезпечення максимальної ефективності. Перетворення біореінжинірингових процесів вважають чинниками, що сприяють стратегічному потенціалу підприємств та здатні підвищити його адаптивні та потенційні можливості.

Основним процесом для інфраструктурних проектів є все таки сукупність процесів «будівельного майданчику» загально-будівельних та пуско-налагоджувальних, виходом яких є проміжна або кінцева інфраструктурна та будівельна продукція.

До забезпечувальних процесів інфраструктурних проектів в першу чергу варто віднести логістичні – для безпосереднього забезпечення ресурсних входів основних процесів та економіко-правові процеси, які складають необхідну передумову і для основних процесів, і для логістичних, а також забезпечують інші, крім матеріальних, входів основного процесу.

Проектно-організаційні процеси в інфраструктурних проектах одночасно забезпечують як входи основного процесу шляхом оптимізації розподілу ресурсів між роботами, так і супроводжують сам процес, сприяючи отриманню якості продукції, раціональному використанню всіх видів ресурсів та скороченню їх непродуктивних витрат (в тому числі і часових).

Забезпечувальними процесами інфраструктурних проектів є також певна частина ремонтно-відновлювальних процесів, що спрямована на просте й розширене відтворення засобів механізації й автоматизації інфраструктурних та будівельних процесів, а інша – діагностичне, ремонтно-сервісне і технічне обслуговування устаткування та інструменту може забезпечити диверсифікацію видів діяльності, тобто сприяти організаційно-економічній адаптації.

Супровідними процесами інфраструктурних проектів є фінансово-фіскальні та частина адміністративних процесів, адже створення інфраструктурної та будівельної продукції характеризується тривалим виробничим циклом, який перевищує тривалість періодів сплати основних податків та формування, здачі регулярної фінансової звітності.

Важливим чинником реалізації реінжинірингу інфраструктурних проектів є застосування ІТ технологій та ефективного використання інформації.

Оцінювання ефективності розповсюдження інформації під час реалізації інфраструктурних проектів зводиться до визначення корпоративного



коефіцієнту інтелекту. Як зазначає Б. Гейтс, корпоративний коефіцієнт інтелекту характеризує можливість вільно розповсюджувати інформацію в компанії, та наскільки успішно співробітники можуть користуватися ідеями один одного [2, с. 134]. Таким чином, реінжиніринг розглядає ІТ не як технічний засіб реалізації процесу управління, а як діючий елемент усієї бізнес-системи.

Щодо застосування ІТ технологій існують спеціалізовані програми, які допомагають вирішувати задачі пов'язані з організацією процесно-орієнтованого управління та моніторингу бізнес-процесів. До таких програмних продуктів можна віднести [5]:

Таблиця 1

Програмні продукти для забезпечення реінжинірингу в системі  
управління інфраструктурними проектами

№	Назва	Характеристика
1.	SOCAP	Розробка спільно з компаніями Cognos, OpenLink. Передова технологія (OLAP) для аналізу закупівельної, виробничої, економічної та комерційної діяльності.
2.	BPwin	Інструмент моделювання, розроблений фірмою ComputerAssociates Technologies, що дозволяє чітко документувати різні аспекти діяльності – дії, які необхідно зробити, способи їх здійснення, що вимагаються ресурси та ін.
3.	ІС-Інталев: Бізнес-архітектор	Засіб моделювання на платформі «ІС: Підприємство 7.7». Програма «ІСІНТАЛЄВ: Бізнес-архітектор» системи управління підприємством і дозволяє описувати, проектувати і оптимізувати структури бізнес-процесів в різних галузях з урахуванням потреб і завдань конкретної організації.
4.	FoxManager ФМ	Програмний продукт, що спрямований проаналізувати оргструктуру підприємства, побудувати процесну модель, розподілити відповідальність серед персоналу за функціями і бізнес-процесами. FoxManager також містить вбудовану систему документації, яка дозволяє вести облік ревізій і контролювати терміни перегляду документів.

*Джерело:* сформовано автором за даними [5]

Використання сучасних зазначених програмних продуктів ІТ є невід'ємною частиною реінжинірингу бізнес-процесів при реалізації інфраструктурних проектів, які, з одного боку, прискорюють зв'язки між управлінськими ланками підприємства, пришвидшуючи виконання операцій, а з іншого – підвищують якість бізнес-процесів та виваженість прийнятих рішень.

Отже, реінжиніринг та біо-реінжиніринг являються переосмисленням введення та реалізації проектів. Щодо біо-реінжинірингу, то центром є генетична архітектура підприємства. Усі чинники сприяють стратегічному потенціалу підприємств та перетворенню свідомості, реструктуризації, поживлення, оновлення. Рушійною силою є ІТ не як технічний засіб реалізації процесу управління, а як діючий елемент усієї бізнес-системи.

**Список використаної літератури**





1. Большой экономический словарь / Под. ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2008. – 1472 с.
2. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс ; При участии Хемингуэя К.; [Пер. с англ. Кудряшовой И. и др.]. – 2-е изд., испр. – М. : Эксмо-Пресс, 2001. – 477 с.
3. Гуцало А.В. Підприємства підрядного будівництва: проблематика реінжинірингу бізнес-процесів / А.В. Гуцало// Матеріали наук.-практ. конф. «Визначення вартості об'єктів будівництва, проектних, будівельно-монтажних робіт із застосуванням сучасних технологій і матеріалів – 2015» - Ів.-Франківськ: Методичний центр будівництва і сучасних технологій, 2015.- С.88-92.
4. Гуцало А.В. Реінжиніринг бізнес-процесів будівельного підприємства з урахуванням економічних домінант середовища будівельних проектів [Текст] / Гуцало А.В. // Програма та тези доп. I міжнар. наук.-практ. конф. «Перезавантаження будівництва: економіка, організація, менеджмент» (03-06 листопада 2015 року, м. Київ). – К.: КНУБА, 2015. – С. 34-35
5. Криворучко О.М. Формування бізнес-процесної моделі автотранспортного підприємства [Електронний ресурс] / О. М. Криворучко, Ю. О. Сукач // Економіка транспортного комплексу. - 2014. - Вип. 23. - С. 91- 103. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ektk\\_2014\\_23\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ektk_2014_23_10)
6. Лещук В. П. Стратегія управління бізнес-процесами машинобудівних підприємств через реінжиніринг та перепроектування / В. П. Лещук, О. М. Полінкевич, Л. І. Іщук // Економічний часопис-XXI.– 2015.– № 1-2 (1).– С. 52–56.

**Салманова Ксенія Вікторівна,**  
студентка групи ПМЦ-19-1, УДФСУ

Науковий керівник:

**Мілімко Лариса Василівна,**  
к. ю. н., доцент, доцент кафедри  
господарського права та процесу УДФСУ

## **ІНСТИТУТ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ. АНАЛІЗ РЕФОРМУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ БАНКРУТСТВА**

Сучасний етап становлення нашої держави можна охарактеризувати стійким процесом формування ринкових відносин, який має незворотній характер. Наразі даний процес супроводжується окремими негативними факторами, викликаними неефективністю ринкових механізмів. З кожним днем статистика збанкрутілих підприємств, установ, організацій стає все вищою, що спричиняє необхідність створення єдиного дієвого механізму правового регулювання. Реформування законодавства у сфері банкрутства зможе мінімізувати ризики підприємців та фізичних осіб, створить безпечні умови для здійснення підприємницької діяльності.

Питанням правового забезпечення інституту банкрутства, аналізу та реформування чинного законодавства, працювали такі науковці: О. Б.



Андрушко, О. О. Терещенко, Н. П. Шморгун, О. В. Коваленко, А. В. Череп та ін. Не дивлячись на велику кількість доктринальних матеріалів по даній тематиці, ряд питань залишається невирішеними та потребує більш комплексного дослідження.

Правова природа поняття банкрутства органічно притаманна сучасним ринковим відносинам. Відтак, згідно з ст. 1 Закону України «Про банкрутство» банкрутство являє собою визнану господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури [1].

Аналізуючи чинники, що впливають на банкрутство підприємств (організацій) їх можна розділити на дві основні групи: 1) зовнішні, тобто ті, які безпосередньо не залежать від волі суб'єкта і характеризуються загальним рівнем (криза в економічному секторі країни, нестабільність суспільства в політичній площині, посилення конкуренції між державами у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу); 2) внутрішні, що виходять із форм, методів та організації роботи на самому підприємстві (низький рівень техніки, технології й організації виробництва; недобросовісність клієнтів підприємства, яка оплачує надані послуги несвоєчасно або не платить зовсім). Результат вищевказаних причин та їх сукупність і призводить до настання процедури банкрутства [2, с. 24].

Законодавча основа у сфері банкрутства складається з: Господарського процесуального кодексу, Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», Закону України «Про банкрутство» й інших нормативно правових актів.

Покращити інвестиційне середовище в державі, прискорити процес, забезпечити легкість здійснення підприємницької діяльності та зменшити зловживання боржників та кредиторів є основним завданням, що висувують законодавці до Кодексу України з процедур банкрутства, який вступить в дію вже з жовтня 2019.

Основне завдання, що ставить за мету Кодекс є підвищити рівень ефективності процедур банкрутства, всебічно захистити права кредиторів, покращити процес продажу майна боржника на аукціоні. Окрім зазначеного до завдань можна віднести: підвищення показника реалізації договірної діяльності та рішень суду, врегулювання відносин щодо відновлення платоспроможності фізичних осіб [3].

Більше того, абсолютною новелою у Кодексі є четверта книга, де передбачено інститут банкрутства фізичних осіб. Повноваженнями щодо розгляду справ фізосіб наділені господарські суди за участю арбітражного керуючого. Доступними будуть дві форми вирішення спору- судова та досудова.



Щодо інституту реструктуризації боргів, які виникли у фізичної особи, то ця процедура надає декілька можливих варіантів:

- можливість реалізувати майно керуючись системою ProZorro;
- можливість списати борг, відстрочити або розстрочити його;
- продовжити термін виплати боргу або ж сплата його третьою стороною.

Попри це Кодекс передбачив і варіанти зловживанням зазначених способів, саме тому в документі конкретно зазначено заборону реструктуризувати борги, які були спричинені кредитом на відпочинок, розваги або ж сплати аліментів.

Новий порядок розподілу обов'язків встановлюється і до арбітражного керуючого, який являє собою ключову фігуру в процедурах банкрутства. Відтак, Кодекс закріплює вимоги щодо підвищення професійних якостей працівників, ефективного виконання поставлених до них вимог, а також відповідності етичним та моральним засадам. Позитивним є і факт збільшення винагороди за роботу арбітражного керуючого, введення додаткових доплат, а також обов'язкова виплата авансу, як кредитором, так і боржником. Таке зрушення, має спричинити зацікавленість кадрів у наданні якісної допомоги у даній сфері.

Кодексом передбачається створення некомерційної професійної організації арбітражних керуючих, що об'єднує спеціалістів у цій галузі. До основних завдань саморегулювальної організації відносять: контроль за здійсненням повноважень арбітражних керуючих, представництво арбітражних керуючих, захист прав арбітражних керуючих у обраній професії, забезпечення високого професійного та культурного рівня розвитку професії арбітражних керуючих, забезпечення престижності професії арбітражних керуючих [3].

На сьогоднішній день в законодавстві передбачено тільки два види дисциплінарного стягнення, які може понести арбітражний керуючий: позбавлення права на здійснення діяльності арбітражного керуючого та попередження. Кодекс має на меті розширити даний перелік, тобто, додати до вищевказаних такі види стягнення, як догана та тимчасове зупинення діяльності арбітражного керуючого. Повноваження щодо притягнення арбітражного керуючого до відповідальності покладаються на дисциплінарну комісію.

Суттєвою новелою також є спроба введення шляхів вирішення проблем пов'язаних з іпотечним кредитом. Зараз у боржників, у яких виникли проблеми з іпотечними кредитами є два варіанти вирішення цього питання. Перший варіант- це виставити іпотечне майно на аукціон та оголосити про початок процедури банкрутства. Другий- реструктуризація валютної іпотеки, функціонування якої чітко прописана в прикінцевих положеннях новоприйнятого Кодексу.

Доцільно зауважити, що з прийняттям Кодексу, позитивні зрушення передбачаються аналітиками і в позиції України в рейтингу Doing Business



Світового банку – в загальному заліку та за показником "Вирішення неплатоспроможності". За попередніми даними наша держава посіла 145-те місце за показником врегулювання неплатоспроможності, а це означає, що ми знаходимось майже на ряді таких країн як Бангладеш (153 місце) та Зімбабве (159 місце).

Отже, новий Кодекс України з процедур банкрутства є позитивним кроком на шляху до створення оновленої держави, яка б на законодавчому рівні відповідала сучасним світовим стандартам. Зазначені новації у законодавстві про банкрутство є досить прогресивними та революційними, але попри це спричинять ефективну реалізацію механізмів банкрутства, захистять права кредиторів та нададуть можливість реструктуризувати борги фізичної особи. Саме тому імплементація вищезгаданих новел у вигляді створення Кодексу України з процедур банкрутства є вагомим внеском в вітчизняне законодавство.

#### **Список використаної літератури**

1. Про банкрутство: Закон України від 1 вересня 2001 № 784- XIV. Відомості Верховної Ради України. 1999. N 42-43. Ст. 378.
2. Братищенко Ю. К. Підстави банкрутства. Економіка, фінанси, право. 2012. №1. С. 23- 25.
3. Кодекс України з процедур банкрутства від 18 жовтня 2018 № 2597-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2019. № 19. Ст.74.
4. Про відновлення платоспроможності або визнання його банкрутом: Закон України від 30 червня 1999 №784-XIV Відомості Верховної Ради України. 1992. № 31. Ст.440.
5. Бабич Л. М. Актуальні проблеми удосконалення організаційно-методичного механізму запобігання банкрутству на підприємстві. Актуальні проблеми економіки. 2009. №4(22). С.71-75.
6. Пронін К. Н. Методика визначення ймовірності банкрутства підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2009. №7(25). С. 56-62.



**Серветник В'ячеслав Ігорович,**

студент групи ЕМУ-18-1

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Калач Ганна Миколаївна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **КОНТРОЛІНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Будь-яка організація – це багаторівнева система, що складається з певної кількості взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів і процесів, ринковий успіх якої залежить від ступеня їх взаємозв'язку та взаємодії.

Правильна оцінка бізнес-процесів підприємства дає змогу отримати інформацію про протікання виробничих та невиробничих процесів, зафіксувати відхилення та невідповідності від норм та регламентів у процесі перетворення сировини у напівфабрикати та готові вироби, оцінити ефективність кожного бізнес-процесу та відповідних виробничих підрозділів. Тобто постає проблема вибору діагностичного та оціночного інструментарію в процесі визначення ефективності менеджменту підприємства. [1].

Основні питання теорії і практики контролінгу бізнес-процесів висвітлено в наукових працях таких вчених, як М.М. Аксентюк, О.Б. Афанасьєва, М.Д. Білик, С.Л. Виноградов, А. Дайте, Н.Г. Данилочкіна, О.А. Зоріна, О. Іванюта, С.В. Івахненко, В.В. Карцева, О.В. Коваленко, Р. Манн, О.В. Мелих, А.К. Молчанов, С.Н. Петренко, О.П. Полтіна, Л.А. Сухарева, О. О. Терещенко, І.І. Цигилик та ін.

Контролінг є всебічним дослідженням, аналізом та оцінкою ефективності функціонування як системи у цілому, так і всіх складових її елементів. За результатами контролінгу відбувається розуміння того, в якому стані знаходиться підприємство, чи є в організації «вузькі місця», які потребують підвищення ефективності, які проекти потрібно розробити або переглянути, тощо. Контролінг дає змогу зрозуміти, в якому напрямі слід працювати, щоб поліпшити наявний стан підприємства.

Саме процес контролінгу дає змогу визначити ефективність реалізації менеджерами управлінських функцій: формування і збереження організаційної спільноти (групи) та досягнення групової мети. Контролінг дає змогу описати та оцінити поточний стан системи управління за такими критеріями:

- повнота реалізації елементів системи управління;
- взаємний вплив елементів системи управління один на одного;



– якість рекомендацій з оптимізації ключових елементів управління компанією.

Процес контролінгу дозволяє розглядати будь-яку діяльність або комплекс різних видів діяльності як такі, що використовують ресурси для перетворення входів на виходи, тобто як процес або ланцюг (мережу) взаємопов'язаних процесів [10]. Як зазначається в економічній літературі, основними рисами бізнес-процесів є: наявність внутрішніх і зовнішніх користувачів; дія всередині підрозділів компанії і між ними, а також між різними організаціями; заснованість на способі виконання робіт, властивому тій або іншій організації.

Таким чином, оцінка ефективності бізнес-процесів підприємства проведена з використанням елементів контролінгу є засобом функціонування підприємства, який надає керівникам інформацію, необхідну для управління трудовими та фінансовими ресурсами, забезпечує життєдіяльність підприємства на рівнях тактичного й стратегічного управління, допомагає в оптимізації залежності «виручка – витрати – прибуток», а отже, є ефективним засобом управління економічною безпекою підприємства.

#### Список використаної літератури

1. Матюха М. М. Роль контролінгу в процесі оперативного прийняття управлінських рішень / М. М. Матюха // Економічні студії. – 2019. – Вип.2(24). – С. 130-134.
2. Замятіна Н. В. Місце контролінгу в системі управління сучасним підприємством // Економіка та суспільство. – Мукачівський державний університет, 2016. – №7 (фахове видання). — С. 324-328.
3. Коваленко, О. В Конкурентоспроможність підприємств та принципи її фінансового забезпечення/ О. В. Коваленко, Я. О. Голобородько // Системного підходу в економіці. – Київ, 2018. – № 5(67). С.63-66.

**Слободяник Дмитро Григорович,**

студент групи ПТМ – 18-1

Науковий керівник:

**Гурочкіна В.В.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## РЕІНЖІНІРИНГ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Трансформаційні зміни в економічній системі країни мають безпосередній вплив на процеси торговельній діяльності. Постійні зміни в ринковому середовищі здійснюють вплив на комерційні відносини, що водночас



посилують конкуренцію на ринках збуту. Це обумовлює доцільність пошуку нових механізмів управління бізнес-процесами підприємств у торгівлі. Такою ідеологією в управлінні бізнес-процесами є реінжиніринг, який має вплив й відображається через зміни в інформаційних технологіях та поглиблює прихильність споживачів до товарів масового споживання.

Істотний внесок у дослідження процесів реінжинірингу та практичного застосування реінжинірингу бізнес-процесів присвячені праці авторів: М. Портера, Ф. Уллаха, М. Хаммера, Дж. Чампі, які залишаються еталоном даного наукового пізнання. Проте недостатньо вивченими залишаються питання стосовно особливостей реінжинірингу у торгівлі та врахування сутності технологічних, організаційних та економічних аспектів.

Реінжиніринг являється креативним та інноваційним методом комплексної трансформації підприємства. Він не прагне зробити бізнес краще завдяки поступовим поліпшенням, він дозволяє зробити неочікуваний стрибок інноваційного розвитку. Процеси реінжинірингу (зміни в техніко-технологічній, інтелектуально-кадровій та матеріально-виробничій сферах) змінюють управління та здійснюють розвиток підприємства, при цьому під час реалізації самоудосконалюються. Досягнення синергії завдяки ефективному управлінню активами і ресурсами, здійснюючи інноваційний розвиток є найвищим ступенем сталого розвитку підприємства [1, с.210].

Тактичні цілі інформаційних технологій – це підвищення продуктивності, економія фінансів, підготовка обґрунтованих рішень. Стратегічна мета інформаційних технологій – ефективний менеджмент, можливість своєчасно реагувати на динаміку, створювати, підтримувати і поглиблювати конкурентну перевагу [4, с. 131].

Реінжиніринг бізнес-процесів – це якісно новий підхід до реформування організаційної структури, це створення цілком нових і ефективніших бізнес-процесів без урахування існуючих. Для українських підприємств реінжиніринг має особливу привабливість тому, що залишки командно-адміністративних методів управління в галузях економіки України не дають можливості ефективно подолати кризу, виробляти конкурентоспроможну якісну продукцію, виводити товари на міжнародні ринки збуту, залучати інвестиції. [2, с. 163]

Передумовами застосування реінжинірингу бізнес-процесів в оптовій торгівлі виступають: 1) підвищення економічної залежності оптових підприємств від кон'юнктури ринку; 2) створення принципово нових структур в оптовій торгівлі, які відіграють альтернативну роль в організації товарного обігу; 3) зміна ролі оптової торгівлі в системі господарських зв'язків; 4) орієнтація на економічні методи господарювання [Олексин, с. 123].

Принципи реінжинірингу бізнес-процесів є основою для підвищення результативності оптових підприємств (рис. 1). З усієї сукупності категорій бізнес-процесів для оптових підприємств доцільно вибрати такі: 1) процеси, які



безпосередньо забезпечують закупівельно-збутову діяльність; 2) процеси планування й управління; 3) ресурсні процеси; 4) процеси перетворення [3, с. 123].

В центрі діяльності підприємств торгівлі є торговельно-технологічний бізнес-процес, який характеризує наскрізний процес товарного обігу - від визначення обсягу товарів, що підлягає продажу, до постачання їх оптовому покупцеві. Він складається із функціональних зв'язків-блоків, які виокремлюються в результаті декомпозиції бізнес-процесів із угрупованням торгово-технологічних функцій оптового підприємства. Реінжиніринг бізнес-процесів у торгівлі дозволяє посилити якість та відповідний рівень сервісу, в контексті науково-технічного прогресу відбувається поява інноваційних технологій і, як наслідок, посилюється конкурентна позиція підприємства в сфері товарного обігу.

Отже, реінжиніринг бізнес-процесів підприємств торгівлі дозволяє підвищити конкурентоспроможність, рентабельність оптових підприємств за рахунок оптимізації торгово-технологічних операцій. Це дозволяє скоротити тривалість циклу збуту продукції та поставок оптового продажу товарів, оптимізувати використання ресурсів у логістичних бізнес-процесах і в цілому дозволяє мінімізувати витрати обігу. На нашу думку, реінжиніринг бізнес-процесів, що націлені на швидку адаптацію до змін ринкового середовища, сприятиме оптимізації фінансових потоків у результаті використання раціональних схем взаємодії з партнерами та взаємозв'язку бізнес-процесів.

### Список використаної літератури

1. Гурочкіна В.В. Реінжиніринг як інструмент інноваційного розвитку підприємства / В.В. Гурочкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4. Том 3. – С. 207-211. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до збірн.: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3\\_226.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N4-Volume3_226.pdf)
2. Осипова Є. Л. Кризовий реінжиніринг бізнес-процесів як інструмент ефективного управління підприємствами [Електронний ресурс] / Є. Л. Осипова // Водний транспорт. - 2016. - Вип. 2. - С. 162-168. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt\\_2016\\_2\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt_2016_2_25)
3. Олексин С. М. Основні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів підприємств оптової торгівлі / С. М. Олексин // Підприємництво і торгівля. - 2016. - Вип. 20. - С. 122-126. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg\\_2016\\_20\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2016_20_24)
4. Таранюк Л.Н. Методические подходы к совершенствованию процессов управления с использованием информационных систем в условиях трансформационной экономике / Л. Н.Таранюк, К. В. Таранюк, Н. В. Манжос // Матеріали доповідей восьмої Всеукраїнської наукової конференції: «Екологічний менеджмент у загальній системі управління», м.Суми, 22– 23 квітня 2008 р. – Суми: Вид-во «СумДУ», 2008. – С.131– 134.





5. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. – С.-Петербург : С.-Петербург. ун-т, 1999. – 341 с.

**Сокур Марина Борисівна**  
студентка групи ПТМ-18-1  
Науковий керівник: **Гурочкіна В.В.**  
к.е.н., доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

Розвиток національного господарства характеризується ефективністю впровадження державних інвестиційних проектів як єдиного фінансового простору для розбудови соціальної інфраструктури та надання суспільних благ.

Стимулювання державних інвестицій є особливо важливим в умовах, коли вітчизняні інвестори відчувають брак власних коштів для здійснення капіталовкладень, а іноземні інвестори не впевнені в доцільності вкладання коштів у країну. Держава своєю бюджетною політикою повинна давати учасникам інвестиційного ринку чіткий сигнал про можливість вкладання коштів в економіку країни. [3, с. 45.]

Відповідно до Закону “державний інвестиційний проект – інвестиційний проект, що реалізується шляхом державного інвестування в об’єкти державної власності з використанням державних капітальних вкладень та кредитів, залучених державою або під державні гарантії” [3].

Сукупність державних інвестиційних проектів формується в контексті стратегії розвитку країни. Так, проаналізуємо дані Протоколів засідання міжвідомчої комісії з питань державного відбору інвестиційних проектів на 2019-2021 роки заплановано реалізувати державних коштів 60117,8 млн. грн.

На період 2019-2021 рр. було заплановано профінансувати 47 проектів загальною вартістю 60117,8 млн. грн., проте на наступний період 2020-2022 рр. запланована значно більша сума впровадження у державні інвестиційні проекти - 93527 млрд.грн., детальний розподіл планового фінансування згруповано у таблиці 1.

За результатами розгляду Плану державних інвестиційних проектів за сферами впровадження на період на 2020-2022 рр. слід відмітити, що змінилися напрями впровадження, значно збільшились суми державних інвестицій у транспортну інфраструктуру, а щодо сфери охорони здоров’я навпаки не заплановано жодного проекту, що є вкрай негативно.



План державних інвестиційних проектів за сферами впровадження  
на період на 2020-2022 рр.

№	Напрями впровадження проектів	Кількість проектів	2020 р.	2021 р.	2022 р.
1	Сфера охорони здоров'я	2	53062,40 тис.грн	0	0
2	Соціально-культурна сфера	7	651173,68 тис.грн	830411,82 тис.грн	260598,3 тис.грн
3	Сфера функціонування органів влади та надання ними послуг	3	99935,700 тис.грн	50000,000 тис.грн	75150,000 тис.грн.
4	Транспортна інфраструктура	12	13784589,519 тис.грн	15751227,355 тис.грн	21732026,649 тис.грн
	Разом	24	93527 млрд.грн.		

Джерело : складено за даними [2].

Отже, стратегічною метою реалізації державних інвестиційних проектів має бути не лише приріст вартості державних активів, а створення умов для стійкого соціально-економічного розвитку суспільства. На сьогодні результати огляду планових показників характеризуються як вкрай нелогічними із показниками 0 у 2021 р. та 2022 р. Не слід забувати, що роль держави, як інвестора, сприятиме покращенню інвестиційного клімату. Саме для цього вкрай важливим є формування механізму державної підтримки соціальних проектів, що орієнтовані на покращення соціального простору та в цілому інвестиційного клімату країни.

#### Список використаних джерел

1. Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо державних інвестиційних проектів : Закон України від 07 квіт. 2015 р. № 288-VIII // Відом. Верхов. Ради України. – 2015. – № 24. – Ст. 172.
2. Протокол засідання міжвідомчої комісії з питань державних інвестиційних проектів від 19 червня 2018 р.
3. Протокол засідання міжвідомчої комісії з питань державних інвестиційних проектів від 06 червня 2019 р.
4. Федорчак О. В. Проблеми державного інвестування в Україні. Механізми державного управління, № 4. 2017.  
<http://visnyk.academy.gov.ua/pages/dop/74/files/01502d68-86dd-4dcd-9c8a-fe697330c2fb.pdf>



**Синяк Максим Русланович,**  
студент групи ЕПБ-16-1 УДФСУ  
Науковий керівник:  
**Марченко Ольга Іванівна,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Вже тривалий час спостерігається загальносвітова тенденція до формування нового типу суспільства, для якого характерним виступає інтенсивний шлях розвитку на основі широкого створення і впровадження інновацій у всіх сферах життя.

Як відомо, у цьому разі у змаганнях між країнами, конкретними регіонами та окремими компаніями перемагає той, хто не лише зумів реалізувати власну стратегію розвитку в контексті умов зовнішнього середовища, а і досягнув суттєвих успіхів у комерціалізації інновацій. Відповідно до цього, в процесі формування суб'єктами господарювання положень комплексної стратегії особлива увага має приділятися інноваційним засадам розвитку, що забезпечує формування потенціалу та подальше ефективне функціонування в умовах глобальної конкуренції. Ключовою ж умовою виступає інноваційно-інвестиційний клімат, що в Україні виступає бар'єром для здійснення інноваційної діяльності. Це підтверджує низка негативних тенденцій[3].

Інноваційна діяльність, відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», представляє собою сукупність заходів, спрямованих на створення, впровадження, поширення та реалізацію інновацій з метою отримання комерційного та соціального ефекту, які здійснюються шляхом реалізації інвестицій, вкладених в об'єкти інноваційної діяльності [2].

Питанням стратегічного планування та інноваційного розвитку суб'єктів господарювання, що створили фундамент у розвиток зазначеної сфери, присвячували свої праці І. Ансофф, Д. Гудштейн, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Г. Мінцеберг, К. Омае, А. Стрікланд, А. Томпсон, Д. Хан, А. Чандлер, Г. Штайнер, Й. Шумпетер та інші.

Так, як відомо, основними індикаторами ефективності стратегічного планування інноваційного розвитку у підсумку вважається динаміка інноваційної активності та впровадження інноваційних видів продукції у комплексі з обсягами їх фінансування. За даними Державної служби статистики України за період 2012-2017 рр. більш ніж у 2,3 рази скоротилась кількість підприємств, що займалися інноваційною діяльністю [1].



Загальна ж частка цих промислових підприємств у загальній структурі певною мірою скоротилася. Це дозволяє зробити припущення, що кількість інноваційно активних підприємств скорочується дещо більшими темпами, ніж чисельність суб'єктів господарювання загалом.

Якщо розглядати показники динаміка кількості суб'єктів підприємництва протягом періоду 2012-2017 рр., можна побачити, що загальна кількість суб'єктів підприємництва в останні роки істотно скоротилась, причому переважно це відбулося за рахунок фізичних осіб підприємців, що функціонували у торгівельній сфері, потенціал яких реагування на прояви глибоких криз є значно меншим. Наприклад, в 2016 році кількість фізичних осіб-підприємців становила 1 559 161 чоловік, а в 2017 році вже 1 466 803 осіб.

В свою чергу, така ситуація дозволяє замислитися над структурністю змін в контексті підприємств, оскільки інноваційна діяльність є більш притаманною саме для них. Відповідно до даних Державної служби статистики, можна констатувати кризу великого та середнього бізнесу [1]. Так, за зазначений період кількість великих підприємств скоротилася на 42,8%, а середніх – на 26%, які зазвичай є основними реалізаторами інновацій та виступають рушійною силою розвитку економіки країни. Окрім того, в контексті зазначеної проблеми, варто відмітити, що протягом останніх років результати прояву кризових тенденцій у вітчизняній економіці істотно відобразились саме на промисловості, а також сфері наукових досліджень та розробок [1].

Важливим індикатором екстенсивності вітчизняної економіки виступає питома вага реалізованої підприємствами інноваційної продукції в загальному обсязі промислового виробництва, що за матеріалами Державної служби статистики України скоротилося за зазначений період 3,3% до 0,7% і це, не порівнюючи з 2000 р., коли дане значення знаходилося на рівні 9,4% [1].

Наостанок відмітимо скорочення на кінець аналітичного періоду обсягів фінансування інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств (табл. 1) [1], у яких істотно переважали власні кошти, поряд з чим державне фінансування складало вельми незначну частину.

Стратегічне планування інноваційного розвитку підприємства являє собою процес виявлення напрямів розробки та прогнозування ймовірних результатів впровадження суб'єктом підприємництва положень інноваційної стратегії, які включають оптимальний комплекс інновацій як на вході та виході, так і у самій системі, що дозволяє за рахунок адаптивної реалізації в умовах змінного зовнішнього та внутрішнього середовища досягти головної мети функціонування, а саме забезпечення можливості сталого ефективного розвитку на ринку. І саме він є вірним шляхом вирішення проблем малого та середнього бізнесу, скорочення кількості підприємців та інших в особливо короткий термін.



Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України за 2012-2017 рр., млн. грн.

Рік	Загалом	Зокрема, за рахунок			
		Власні кошти	Кошти державного бюджету	Кошти іноземних інвесторів	Інші джерела
2012	11480,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6
2013	9562,6	6973,4	24,7	1253,2	1311,3
2014	7695,9	6540,3	344,1	138,7	672,8
2015	13813,7	13427,0	55,1	58,6	273,0
2016	23229,5	22036,0	179,0	23,4	991,1
2017	9117,5	7704,1	227,3	107,8	1078,3

Будучи чітко вираженими, стратегічні цілі стають потужним засобом підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства в довгостроковій перспективі, її координації і контролю результативності, а також основою для прийняття рішень на всіх стадіях інноваційного процесу.

#### Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Дідченко О. І. Сутність поняття «інноваційний розвиток» підприємства / О. І. Дідченко, А. В. Ткачук // Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет». – 2015. – № 2. – С. 36- 41. 3
3. Діденко Є. О., Андрушко А. А. Основи стратегічного планування інноваційного розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6670> (дата звернення: 17.09.2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.67



**Синяк Максим Русланович**,  
студент групи ЕПБ-16-1, УДФСУ  
Науковий керівник:  
**Піжук Ольга Іванівна**, к.е.н.,  
доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Кожне підприємство, що діє в умовах ринкової економіки, є унікальним за своїми характеристиками. А отже формування стратегії розвитку підприємства є процесом унікальним. Тому форми і методи останнього не можуть братися як еталон для всіх підприємств.

Разом з тим, нині спостерігається активізація пошуку шляхів ефективного розвитку вітчизняних підприємств в умовах цифрової трансформації економіки України. Все це обумовлює необхідність подальших досліджень у визначенні передумов та ключових аспектів формування стратегії цифрової трансформації вітчизняних підприємств.

Вивченню проблем і тенденцій розвитку цифрової економіки присвячені роботи таких зарубіжних і українських вчених, як В. Апалькова [1], В. Компанієць [2], С. Кубів [3], О. Вишневський [4], Т. Юдіна [5], В. Фіщук [6], А. Черненко [7], К. Шваб [8] та інших.

Нині підприємства і цілі галузі вибирають для себе шлях цифровізації розвитку як єдину можливість відповідати умовам навколишнього світу, що нестримно змінюються. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібною торгівлі, державного сектора і інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожного підприємства.

Цифрова економіка характеризується як інноваційна і динамічна, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, дозволяючи підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих підприємств, економіки загалом та рівень життя населення. Цифрова економіка виступає основою Четвертої промислової революції та третьої хвилі глобалізації [8].

На сьогодні цифрову економіку в світі оцінюють у три трильйони доларів. Вона хоча ще набула глобального масштабу, однак 9 компаній спираючись на цю економіку виробляють 90% свого доходу та прибутку – Apple, Google, Facebook а також Amazon (відома як "чотири вершники"), Microsoft і чотири китайських цифрових гіганти (Baidu, Alibaba, JD.com and Tencent). Всі інші (наприклад, Yahoo, Twitter, eBay, Snapchat, Pinterest, Uber або інші) ледь перевищують 10% цієї економіки [9]. Тобто, компанії з найбільшою



капіталізацією у світі уже давно перейшли на цифрову економіку, що спричинило значне підвищення ефективності їхньої роботи.

Цифровізація економіки України є природним продовженням міжнародної тенденції поширення цифрових технологій і різкого збільшення їх впливу на всі сторони економічного життя. Однак, наша країна явно відстає за низкою показників від найбільших країн-лідерів в сфері інформатизації економічних процесів.

Для оцінки рівня використання ІКТ при визначенні рейтингу WEF використовують чотири показники, рейтинг України у 2016-2017 р. за якими складає: кількість інтернет користувачів – 80 місце (у 2015-2016 рр. – 80), підключення до широкосмугового Інтернету – 64 (72), пропускна спроможність Інтернету – 68 (64), мобільні підключення до широкосмугового зв'язку – 131 (121). Причому Україна за двома останніми складовими щодо використання ІКТ суттєво погіршила свої позиції порівняно з попереднім роком.

Очевидно, що цифровий перехід одним стрибком неможливий. Спочатку потрібно проаналізувати технологічну готовність до роботи з цифрою – ступінь проникнення ІКТ у виробництво. Не менш важливо оцінити організаційно-методологічну готовність підприємства – наявність і зрілість процесів управління, їх ефективність, поточний рівень готовності інформаційних систем. Далі слід зрозуміти, які блоки є найбільш проблемними з точки зору бізнесу – тобто, де найкращим чином можна реалізувати стратегію «швидких перемог» з точки зору демонстрації можливостей концепції цифровізації.

Цифрова епоха вже настала, і бізнес змінюється швидше, ніж коли-небудь раніше, тому бізнесу не можна ігнорувати тенденції, які на даний момент формуються і набирають оберти: великі дані, машинне навчання, нейронні мережі, інтернет речей та інші сучасні інструменти, що ґрунтуються на використанні цифрових технологій. За таких умов підтримка конкурентоспроможності підприємств вимагає його постійної модернізації, адаптації і розвитку на принципах цифрової трансформації, причому ефективність даних процесів забезпечується адекватною системою стратегічного управління.

### **Література:**

1. Апалькова В.В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України / В.В. Апалькова // Вісник Дніпропетровського університету. – Серія «Менеджмент інновацій». – 2015. – Випуск 4. – С. 9-18.
2. Компаниец В.В. Развитие и будущее экономики на основе цифровых технологий: критическое осмысление / В.В. Компаниец // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2018. - № 61. - С. 36-46.
3. Кубів С. Цифрова економіка. Про нові можливості для України [Електронний ресурс] / С. Кубів. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion>



kubiv/tsifrova-ekonomika-pro-novimozhливosti-dlja-ukrajini-2282520.html. – Назва з екрана.

4. Ляшенко В.І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія [Електронний ресурс] / В.І. Ляшенко, О.С. Вишневський. – Київ, 2018. – 252 с. – Режим доступу: [http://ier.com.ua/7/Lyashenko\\_Vishnevsky\\_2018.pdf](http://ier.com.ua/7/Lyashenko_Vishnevsky_2018.pdf) – Назва з екрана.

5. Тушканов И.М. Форсаж цифровой экономики / И.М. Тушканов, Т.Н. Юдина // Системное моделирование социально-экономических процессов: труды 39-ой международной научной школы-семинара ( г. Санкт-Петербург, 30 сентября – 6 октября 2016 г.). – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2016.- С. 246- 247.

6. Фіщук В. Цифрова економіка – це реально / В. Фіщук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.nv.ua/ukr/> – Назва з екрана.

7. Черненко А. Цифрова трансформація економіки в Україні: як адаптувати суспільство до сучасних реалій цифрового світу [Електронний ресурс] / А. Черненко // Deloitte Ukraine. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/pressrelease/2018/digital-transformation-ofukrainianeconomics.html>. – Назва з екрана.

8. Шваб Клаус Четвертая промышленная революция: перевод с анлийского / Клаус Шваб .- Москва : Издательство «Э». – 2017. – 208 с.

9. Kosha Gada The Digital Economy In 5 Minutes [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.forbes.com/sites/koshagada/2016/06/16/what-is-the-digitaleconomy/#5c6ffc707628>. – Title from the screen.

**Сліпородський Едуард Володимирович,**  
студент групи ПТБ-16-2,

ННІ економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ

Науковий керівник:

**Мельничук Ганна Сергіївна,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

В умовах ринкової економіки одним із вагомих інструментів регулювання діяльності суб'єктів малого підприємництва є податкова політика держави, яка має бути спрямована, перш за все, на зростання зайнятості, збільшення доходів населення, забезпечення ефективного розвитку суб'єктів господарювання, подолання кризових явищ в економіці. В Україні податкове стимулювання підприємництва впродовж усіх років незалежності було недостатньо





ефективним, а отже, не приносило очікуваних результатів. Саме тому, вирішення такої важливої проблеми як активізація та розвиток малого підприємництва в Україні, потребує системного вивчення передового зарубіжного досвіду та його подальшого використання у вітчизняній практиці.

Однією з функцій податку є стимулююча, однак в Україні більша роль та значимість віддаються його фіскальній та контролюючій функціям. Стимулювання розвитку економіки в цілому і підприємницької діяльності зокрема, як однієї з основних джерел формування доходів бюджету, повинно знаходити своє першочергове відображення у сфері податкової політики. Проблема діючої системи оподаткування України полягає у тому, що остання спричиняє великий податковий тиск на платників податків, у тому числі і підприємців, а особливо це актуально для суб'єктів малого підприємництва.

Досвід розвинених країн у вирішенні податкових проблем, у формуванні і проведенні збалансованої податкової політики доводить, що остання може як перешкоджати розвитку підприємництва в державі, так і навпаки – сприяти, бути важливим стимулом детінізації сфери підприємництва. Розрізняють такі форми податкового стимулювання розвитку підприємництва в країнах світу:

- спрощена система обліку та звітності;
- зниження ставок прибуткового податку;
- стимулювання інвестицій у капітальні активи;
- надання податкових канікул новоствореним підприємствам.

Проаналізуємо більш детально досвід застосування перелічених методів податкового стимулювання суб'єктів підприємництва урядами окремих країн світу. При цьому насамперед варто зазначити про те, що перераховані вище заходи більш спрямовані саме на мале підприємництво, так як ця категорія суб'єктів господарювання найбільше піддається впливу зовнішнього середовища, як позитивному, так і негативному.

Спрощена система обліку та звітності існує та успішно функціонує в багатьох європейських країнах. Зокрема, у Франції даний інструмент реалізований наступним чином: малі підприємства ведуть лише облік закупівель та фінансових надходжень, а також складають формальні розрахунки з ПДВ, у яких зазначається, що ПДВ не стягується. У Великобританії підприємства з річним доходом до 15 тис. фунтів стерлінгів заповнюють просту податкову декларацію без детальних даних про свою діяльність або активи чи зобов'язання. За шведським законодавством малі підприємства подають спрощену податкову декларацію, використовують касовий метод обліку доходів і зобов'язані реєструватися лише у податковій інспекції. Малі підприємства в США з річним доходом до 110 тис. дол. США подають податкову декларацію лише один раз на рік, а не щомісячно [3, с. 570].

Також як один з найважливіших інструментів податкового стимулювання, застосовується знижена ставка податку на прибуток для малих підприємств.



Так, у Франції малі підприємства сплачують прибутковий податок за ставкою 19 % (замість 33 % за стандартною ставкою); литовське податкове законодавство дозволяє підприємствам, валовий дохід яких не перевищує 25 тис. дол. США в місяць, сплачувати прибутковий податок за ставкою 15 % (за загальною схемою – 29 %); для підприємств та фізичних осіб Великобританії ставка прибуткового податку становить 10 % за щомісячного доходу до 1520 фунтів стерлінгів, 22 % – до 28,4 тис. фунтів стерлінгів та 40 % – понад 28,4 тис [1, с. 165].

Податкові інструменти використовуються в багатьох країнах як один із способів заохочення реінвестування у розвиток власного бізнесу. Зокрема, у Франції частина оподаткованого прибутку малого підприємства, з якого стягується зменшена ставка податку, повинна бути використана для капіталовкладень у це ж підприємство. В Естонії звільненню від оподаткування підлягає та частина прибутку, яка реінвестується підприємством у його розвиток; крім того, звільнено від прибуткового податку будь-які інвестиції естонських підприємств, у т. ч. ті, що інвестуються в інші країни.

Аналізуючи досвід податкового стимулювання у розглянутих країнах, можна стверджувати, що прогресивний розвиток економіки цих країн багато в чому зумовлений вдалою податковою політикою держави зі стимулюючою спрямованістю. Тому, для покращення бізнес-клімату в Україні потрібно вдосконалити механізм та знизити податкове навантаження, спричинене справлянням низки прямих податків, що безпосередньо впливають на фінансові результати малих підприємств. Так, наприклад, для активізації інвестиційної діяльності необхідно впровадити стимулюючу модель податку на прибуток із відповідним механізмом його адміністрування. За прикладом європейських країн доцільно ввести диференційовану ставку податку на прибуток для прибутку, що реінвестується в операційну та інвестиційну діяльність суб'єкта господарювання. Також важливим є впровадження цифрової системи для відображення господарських операцій підприємств та сплати податків, адже це дозволить спростити справляння та адміністрування податків [2, с. 435].

Отже, задля стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні, буде доцільним здійснити ряд заходів, а саме: заохочувати реінвестування прибутку підприємства в його подальший розвиток; розширити механізм застосування прискореної амортизації під час використання основних засобів та нематеріальних активів; спростити умови розстрочення і відстрочення податкових зобов'язань шляхом перенесення термінів сплати податків; удосконалити електронний кабінет платника податків – онлайн-доступ платників податків до управління особовим рахунком (облік платежів, авансів, переplat, заліки, податковий борг тощо); створити повноцінно діючий інститут податкових консультантів з використанням найбільш вдалого зарубіжного досвіду (забезпечення якості надання бухгалтерських послуг, допомога



суб'єктам малого підприємствам у сплаті податків та зборів, складанні звітності, представлення інтересів платника у судах та податкових органах).

### Список використаної літератури

1. Букало Н. А., Збирун Д.В. Шляхи впровадження міжнародного досвіду оподаткування підприємств податком на прибуток. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Випуск 5. С. 165-167.
2. Гомон М. В. Податкова політика держави у сфері стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 12. С. 434-438.
3. Грановська І. В. Вплив оподаткування на економічну діяльність підприємств. Молодий вчений. 2017. № 1. С. 568-571.

**Солоний Дмитро Олегович,**

студент групи ПТБ-16-2,

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Мельничук Ганна Сергіївна,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Важливою умовою ефективного розвитку бізнесу в Україні є достатній обсяг інвестиційних ресурсів. А це, в свою чергу, залежить від сформованого в Україні інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості як вітчизняних підприємств, так і економіки країни в цілому. Враховуючи той факт, що надходження зовнішніх інвестицій спроможне покращити загальний стан економіки країни, забезпечення сприятливого інвестиційного клімату є важливим завданням, що потребує вирішення на рівні держави.

Інвестиційна привабливість різних країн світу та можливостей ведення бізнесу активно вивчаються іноземними інвесторами у процесі планування їх власної бізнес-діяльності. З цією метою досить часто використовують розроблені спеціалізованими організаціями, такими як рейтингові агентства, науково-дослідні організації, міжнародні організації, інформаційні агентства, консалтингові фірми, індекси та рейтинги. В таких рейтингах інвестиційна привабливість визначається на базі повного врахування всіх факторів політичного, правового, фінансово-економічного та соціального середовища країни. Серед найбільш відомих міжнародних рейтингів та індексів варто відмітити такі як: Рейтинг ведення бізнесу (Doing Business), Індекс інвестиційної привабливості (International Business Compass), Індекс фактичного



надходження прямих іноземних інвестицій UNCTAD, Індекс інвестиційної привабливості ЄБА [1, с. 201].

Й хоча за даними Doing Business 2019, Україна піднялася на п'ять позицій та зайняла 71 місце, залишаються невирішеними ряд проблем, які негативно впливають на інвестиційну привабливість бізнесу. Якщо розглядати статистику залучення інвестицій в Україну, то варто враховувати той факт, що частина з них – це гроші українських підприємців, які спочатку були виведені у закордонні банки, а потім перераховані як інвестиції в економіку України. Тобто, йдеться про реінвестування. Відповідно до оприлюднених Державною службою статистики даних, у 2018 році в Україну надійшло близько 2 869,9 млн дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу), що на 350 млн дол. США більше, ніж у 2017 році. Серед ключових країн-інвесторів варто відзначити Нідерланди, Російську Федерацію, Кіпр та Австрію. Основною галуззю інвестування стала фінансова та страхова діяльність [2].

Протягом декількох останніх років в Україні спостерігається інтерес інвесторів до галузі корпоративного права, ІТ технологій, аграрної сфери, а також інфраструктури [3]. Згідно з рейтингом інвестиційної привабливості галузей, сформованим компанією «МТ-інвест» на основі опитування експертів, у 2017 р. десятку найпривабливіших галузей складають: 1. Сільське господарство – управління, вирощування рослин. 2. Торгівля зерном, її інфраструктура. 3. Олійно-жирова промисловість. 4. Фармацевтична галузь – виробництво і дистрибуція. 5. Інформаційні технології, зв'язок, телекомунікації. 6. Виробництво «альтернативної» електроенергії. 7. Видобуток, переробка нафти і газу. 8. Переробна промисловість. 9. Молочна промисловість. 10. Продовольчий рітейл [4].

Безумовно, одним із актуальних завдань для України залишається подальше покращення інвестиційного клімату, що насамперед пов'язане з належним законодавчим регулюванням економіки в цілому та інвестиційним законодавством зокрема. Окрім того, необхідно працювати над усуненням факторів, які негативно впливають на інвестиційний клімат та інвестиційну привабливість бізнесу в Україні. Відмітимо, що серед таких факторів вже четвертий рік поспіль інвестори відзначають корупцію та недовіру до судової системи. Саме ці два чинники є лідерами у створенні перешкод за результатами регулярного опитування іноземних інвесторів в Україні, яке провели Dragon Capital, Європейська Бізнес Асоціація та Центр Економічної Стратегії в квітні 2019 року. Разом з тим, військовий конфлікт на сході країни все менше хвилює інвесторів [2].

Серед причин, які призводять до того, що інвестування в Україну залишається в зоні ризикованого, науковці відмічають такі як, недосконалість інвестиційного законодавства, непослідовність дій в економічних реформах, корумпованість влади, нестабільність політичної ситуації в Україні, недостатня



розвиненість фондового ринку. Окрім того, в країні не створено раціональної системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств, що призводить до недоінвестування інноваційних продуктів й зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання [1, с. 203].

Підсумовуючи вищевикладене, варто зазначити про те, що не зважаючи на позитивну тенденцію до законодавчих змін з метою покращення інвестиційного клімату України та інвестиційної привабливості бізнесу, актуальним на сьогодні є не лише питання подальшого удосконалення правового законодавства, але й покращення механізмів його реалізації, зокрема, забезпечення належної роботи судової системи.

### Список використаної літератури

1. Костирко Л.А., Костирко Р.О., Мадіярова Е.С., Серeda О.О. Комплексний аналіз інвестиційної привабливості підприємств в контексті фінансового забезпечення розвитку підприємств. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2018. Вип. 2. С. 198-207. Режим доступу: <http://dspace.ubs.edu.ua/jspui/handle/123456789/1428>
2. Ширман В. Законодавчі новинки, що покращують та погіршують інвестиційний клімат в Україні. Юридична газета онлайн. 2019. № 20 (674). Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/zakonodavchi-novinki-shcho-pokrashchuyut-ta-pogirshuyut-investiciyniy-klimat-v-ukrayini-.html>
3. Гундер А. Що заважає українському бізнесу стати привабливим. Вісник. Офіційно про податки. 2017. № 3-4 (6). Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005785-scho-zavazhaye-ukrayinskomu-biznesu-stati-privablivim>
4. Табахарнюк М. Час інвестувати в Україну. Як обійти ризики? Економічна правда. 2017. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/03/31/623300/>

**Стефановський Олександр Олександрович,**

студент 4-го курсу; групи ЕПБ-16-1

ННІ Економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Ткаченко Володимир Валентинович,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

За сучасних умов господарювання маркетинг є єдиним засобом встановлення зв'язків між підприємцем і споживачем, дієвим інструментом отримання інформації про бажання, уявлення та мотиви споживачів, ефективним засобом досягнення поставлених цілей.



Основним завданням маркетингу є вивчення потреб ринку в цілях максимального задоволення потреб споживачів і забезпечення умов отримання найбільшого прибутку підприємства від збуту виробленої ним продукції або надання послуг (виконання робіт) [2, с.178]. Які вироби і чому хочуть купувати споживачі; які споживчі властивості товару є пріоритетними; яку ціну споживачі готові заплатити; у яких регіонах попит на відповідну продукцію найбільш високий; де збут продукції підприємства може принести найбільший прибуток? – це далеко не єдині запитання, відповіді на які підприємці отримують засобами маркетингу при їх вмілому використанні.

Відомий вчений Пітер Друкер відзначав, що “завдання маркетингу полягає у зведенні до мінімуму зусиль зі збуту. Мета маркетингу – досягнення такого рівня знань і розуміння потреб клієнтів, при якому товари та послуги, які ви пропонуєте, будуть повністю їм відповідати і самі себе продавати” [3, с.322].

Американські фахівці в області маркетингу Б. Берман і Дж. Еванс пишуть, що «маркетинг – це передбачення, керування й задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території й ідеї за допомогою обміну» [1, с.63].

Цілями маркетингової діяльності є:

- 1) збільшення споживання, яке максимізує виробництво, рівень зайнятості, а також добробут суспільства;
- 2) збільшення ступеню задоволення споживачів (досягнення росту ступеню задоволеності споживачів);
- 3) необхідність забезпечення різноманітності продукції, щоб покупці могли знайти товари, що задовольняють їхні потреби;
- 4) підвищення якості життя; виходячи із цієї мети, маркетинг повинен забезпечувати не тільки якість, кількість, доступність продукції за прийнятними цінами, але і якість культурного, фізичного середовища проживання людей.

Результатом маркетингової діяльності є досягнення даних цілей за допомогою маркетингових функцій.

Найважливішою ланкою в керуванні підприємством служить маркетингова діяльність, яка забезпечує фірмі необхідний збут продукції. Від ефективності й результативності маркетингової діяльності фірми прямо залежить ефективність функціонування всього підприємства. Необхідно організувати спеціалізовану маркетингову службу на підприємстві для ефективного управління виробництвом у сучасних умовах нестійкої кон'юнктури ринку. Саме маркетинг є керівництвом до дії в умовах сучасної ринкової економіки, до керування й планування.

Досить перспективним та ефективним інструментом за сучасних умов може стати маркетинг соціальних мереж, що є порівняно новою сферою діяльності для сучасних підприємств, яку вони активно опановують незалежно від масштабу та специфіки їх діяльності [4, с.30]. Запускаючи механізми



вірусного маркетингу, вони збільшують не лише кількість інформації, висвітленої на сайті, а також підвищують його рейтинг у пошукових системах.

Важливим напрямком підвищення ефективності маркетингового забезпечення підприємства може стати формування ефективної системи маркетингової діяльності та розвитку персоналу засобами розробки та впровадження дієвої системи мотивації управлінців і працівників відділу маркетингу з формуванням відповідної системи їх навчання та підвищення кваліфікації [5, с.85].

Висновок. Маркетингова діяльність як особлива діяльність у керуванні підприємством повинна забезпечувати правильний вплив на споживача, ринок, попит; достовірну інформацію про стан ринку, структуру потреби й попиту, смаки і бажання покупців, про зовнішні умови функціонування організації; створення такого товару і його асортиментів, який повинен відповідати вимогам ринку, підвищенню конкурентоспроможності виробленої продукції. У цьому зв'язку службам маркетингу повинне бути відведене провідне місце в системі керування. Вони повинні добре розуміти запити споживачів, уміти чітко прогнозувати діалектику попиту, знати можливості виробництва, уміти забезпечити гнучкість, динамічність, еластичність системи.

#### **Список використаної літератури**

1. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. М.: Сирин, 2018. 278 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. М.: Вильямс, 2017. 646 с.
3. Букерель Ф., Дайн А., Ксардель Д., Ланкар Р., Олливье А., Оллье Р. Урсе Р. Академия рынка: маркетинг. М.: Экономика, 2017. 572 с.
4. Старостіна, А. О. Зміст та основні етапи маркетингової діяльності. Маркетинг в Україні. 2018. № 4. 33с.
5. Данченко Л.А. Основы маркетинга. М.: ММИЭИФП, 2018. 239 с.

**Стасюк Роман Васильович,**

студент УДФСУ

Науковий керівник:

**Ткаченко Володимир Валентинович,**

к .е. н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА**

Опираючись на досвід провідних країн світу, можна стверджувати, що підприємництво є досить суттєвою ознакою конкурентоспроможності національної економіки. Підприємництво є джерелом стійкого економічного



зростання, стабільності суспільства та забезпечення зайнятості в країні, що безпосередньо впливає на підвищення рівня та якості життя населення.

Підприємництво — це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством[1]. За останні роки українське підприємництво суттєво просувається вперед, це проявляється у розвитку інформаційних технологій, глобалізації конкуренції, диференціації попиту, та в багатьох інших факторах. Також необхідно враховувати військові дії, які ведуться на сході нашої країни, та негативно впливають на курс національної валюти, що в свою чергу знижує інвестиційну привабливість економіки.

Слід відзначити, що за роки незалежності національної економіки в Україні поступово відбулося утвердження сектору малого та середнього підприємництва, в якому зайнята майже половини працюючого населення країни. Але не зважаючи на це ми всерівно втрачаємо позиції серед загального світового рейтингу по економічній конкурентоспроможності. За даними Всесвітнього економічного форуму, Індекса глобальної конкурентоспроможності 2016-2017, Україна зайняла 85-е місце серед 138 країн, за один рік Україна опустилась на шість сходинок. Несприятливими умовами для розвитку підприємництва являються такі фактори: інфляція, високий рівень корупції, політична нестабільність, високі податкові ставки, низький рівень інновацій, недосконалість чинного законодавства, відсутність інвестицій.[2].

В Україні діє закон, який передбачає підтримку малого підприємництва, згідно з ним найважливішими завданнями державної політики являються: формування інфраструктури підтримки і розвитку малого підприємництва; створення сприятливих умов для використання суб'єктами малого підприємництва державних фінансових, матеріально-технічних та інформаційних ресурсів, а також науково-технічних розробок і технологій; запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності; удосконалення підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого підприємництва; фінансова підтримка інноваційних проектів.[3].

Незважаючи на складність фінансово-економічної ситуації в країні, опитування керівників українських підприємств, проведене Національним банком України в IV-му кварталі 2016 року, показало, що вітчизняний бізнес позитивно оцінює перспективи економічного зростання на наступний рік, очікуючи підвищення економічної активності вітчизняного підприємницького сектору. Основними негативними чинниками розвитку підприємств за результатами опитування є нестабільна політична ситуація в країні та занадто





високі ціни на енергоносії [4]. Важливим напрямком підтримки має стати стимулювання розвитку інноваційного підприємництва в країні. За сучасних умов інноваційний шлях розвитку для підприємства є найбільш перспективним. Широко визнається, що інновації є центральним фактором зростання виробництва та продуктивності праці. Завдяки прогресу в технологіях та збільшенню інформаційних потоків знання розглядаються як основна рушійна сила економічного зростання. Саме інноваційні рішення орієнтують підприємства на якісні зміни в усіх процесах господарювання та є основою досягнення позитивного результату [5]. Відновлення економічного зростання в Україні вимагає побудови нової моделі економічного розвитку, заснованої на інноваціях при їх інвестиційному забезпеченні.

### Список використаної літератури

1. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – URL:<http://uk.wikipedia.org>.
2. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyikonkurentospromozhnosti-1>
3. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва в Україні» від 08.09.2011, № 3715–VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.
4. Ділові очікування підприємств України. IV квартал 2016 року. НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=37944604>.
5. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень : навчальний посібник / В. В. Кавецький, І. В. Причепя, Л. О. Нікіфорова – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 136 с.

**Тимчук Олег Зеновійович,**

студент УДФСУ

Науковий керівник:

**Ружинська Н.О.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

### ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК КАТЕГОРІЙНЕ ПОНЯТТЯ

В сучасних умовах, коли ситуація в країні характеризується фінансово-економічною нестабільністю та більшість промислових підприємств України є збитковими, гостро постає проблема забезпечення фінансової стійкості підприємств. Фінансова стійкість підприємства є однією з головних умов життєдіяльності, розвитку й забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства. Для розкриття поняття «фінансова



стійкість» науковці, як зарубіжні, так і вітчизняні, використовують різні підходи, внаслідок чого виникає велика кількість трактувань цієї категорії, які висвітлюють різні сторони цього поняття. Неузгодженість категоріального апарату генерує різні підходи для визначення фінансової стійкості підприємства.

Значну увагу дослідженню фінансової стійкості підприємства приділили як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, а саме: А.М. Поддєрьогін, що дослідив фінансову стійкість підприємств в економіці України [1]; М.Д. Білик, О.В. Павловська, які досліджували значення та методичні основи аналізу фінансової стійкості [2]. Т.В. Донченко зосереджено увагу на вивченні теоретичних основ формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [3] та ін.

Зазначимо, що в економічній літературі відсутня однаковість у трактуванні терміну «фінансова стійкість». Одні вчені характеризують фінансову стійкість як довготривалу платоспроможність, інші – як раціональну структуру та склад оборотних активів, їх використання.

О.Н. Волкова і В.В. Ковальов стверджують, що найважливішою характеристикою фінансового стану будь-якого підприємства є стабільність його діяльності у світлі довгострокової перспективи, яка пов'язана із загальною фінансовою структурою підприємства, а також ступенем його залежності від інвесторів та кредиторів. Отже, фінансова стійкість характеризується співвідношенням власних і позикових коштів [4, с. 115].

А.В. Грачов і М.С. Абрютина стверджують, що фінансова стійкість підприємства є не що інше, як надійно гарантована платоспроможність, незалежність від випадків ринкової кон'юнктури і поведінки партнерів. Вони ж виділяють і головну ознаку стійкості підприємства, тобто наявності чистих ліквідних активів, які визначаються як різниця між короткостроковими зобов'язаннями та усіма ліквідними активами на той чи інший момент часу [5, с. 39].

На думку автора Ю.О. Русіна фінансова стійкість – це більш узагальнена характеристика фінансового стану підприємства, тобто здатність суб'єкта господарювання розвиватися та функціонувати, забезпечувати фінансову незалежність та зберігати рівновагу своїх пасивів та активів, що гарантує інвестиційну привабливість та платоспроможність підприємства [6, с. 93].

Таким чином, фінансова стійкість підприємства — це такий стан фінансових ресурсів, при якому досягається фінансова незалежність підприємства від запозичених коштів, забезпечується його платоспроможність та стабільна продуктивність. При цьому, з нашої точки зору, повинні враховуватися, як зовнішні, так і внутрішні фактори впливу, проводитись постійний моніторинг за показниками фінансової стійкості, та оцінюватися вірогідність банкрутства за різними методиками. В основі досягнення внутрішньої стійкості підприємства лежить своєчасне та гнучке управління



внутрішніми та зовнішніми факторами його діяльності, тобто головна роль в системі антикризового управління повинна належати широкому застосуванню внутрішніх механізмів фінансової стабілізації.

### Список використаної літератури

1. Поддєрьогін А.М. Фінансова стійкість підприємств в економіці України : [монографія] – К. : КНЕУ, 2011. – 184 с.
2. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / М.Д. Білик [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2005. – 592 с.
3. Донченко Т.В. Теоретичні основи формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – С. 23–27.
4. Ковалев В.В, Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. — М.: ТК Велби, Изд- во Проспект, 2006. — 424 с.
5. Абрютіна М. С., Грачов А. В. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства: Навчально-практичний посібник – 2-е вид., Испр. – М.; Вид-во «Дело и сервис», 2013. – 256 с.
6. Русіна Ю.О. Економічна сутність фінансової стійкості підприємств та фактори, що на неї впливають // Міжнародний науковий журнал. – 2015. – №2. – С. 91-94.

**Трішина Анна Володимирівна,**  
студентка групи ЕПБ 16-1

Науковий керівник:

**Ружинська Наталія Олексіївна,**  
к.е.н, доцент кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ СКЛАДОВІ БЕЗПЕКИ**

Сучасні підприємства змушені функціонувати в умовах нестабільності, глобалізації та мінливого зовнішнього середовища. Адаптація до цього вимагає від підприємств формування певного потенціалу ресурсів для забезпечення їх розвитку.

Досліджували економічну безпеку підприємств такі науковці, як Барташевська Ю.М. [1], Смоквіна Г.А. [2] та ін.

В основі цих досліджень лежать спроби визначитися з категорією економічної безпеки, фактори впливу та шляхи їх вирішення, а також оцінки економічної безпеки промислового підприємства.

Ефективна діяльність промислових підприємств залежить від багатьох факторів: фінансових, інформативних, екологічних втрат, підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності, зниження ризиків, пов'язаних з



інвестиційною та виробничою діяльністю. Саме ці фактори впливають на економічну безпеку підприємства, яка може забезпечити стійке функціонування та розвиток суб'єкта господарювання [2].

Під економічною безпекою підприємства розуміється комплекс заходів, реалізація яких дає змогу забезпечувати економічну стабільність підприємства та його розвиток за невизначеності внутрішнього і зовнішнього середовища та ризику інвестиційної діяльності [1].

Для досягнення та підтримки стану економічної безпеки на рівні держави розробляються відповідні закони, програми та стратегії. Прикладом є Стратегія національної безпеки України [3], елементами якої є політична, економічна, інформаційна, енергетична, екологічна тощо безпеки.

Також питання національної безпеки України розглянуті у Законі «Про основи національної безпеки України» [4], згідно з яким політика держави повинна бути спрямована на захист національних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз в усіх сферах життєдіяльності і гарантування безпеки особи, суспільства і держави. Тільки держава реалізовує заходи щодо захисту національних економічних інтересів тощо.

Економічна безпека економічної діяльності виявляється через стійкий стан підприємств, що входять до її складу, та сукупність заходів, які забезпечують ефективне функціонування і розвиток відповідної галузі. Безпека цього рівня, як і безпека держави, впливає на рівень безпеки підприємства [1].

У складі економічної безпеки виділяють декілька функціональних складових підприємства:

1) фінансова – відображає спроможність пристосовуватись зовнішнього середовища;

2) кадрова – збереження та розвиток інтелектуального потенціалу підприємства, ефективне планування та управління персоналом;

3) техніко-технологічна – відповідність технологій підприємства стандартам та потенціал для їх розвитку;

4) інформаційна – визначає ефективність інформаційно-аналітичного забезпечення господарської діяльності підприємства;

5) екологічна – стосується дотримання підприємством усіх чинних вимог законодавства щодо норм впливу на навколишнє середовище;

6) силова – визначає фізичну безпеку працівників підприємства, ступінь збереження майна від негативного впливу та захищеність інформаційних ресурсів підприємства;

7) політико-правова – стосується формування правового забезпечення діяльності підприємства, можливості його адаптації до змін в законодавстві.

Для забезпечення функціонального підприємства та його розвитку, потрібно брати до уваги економічну безпеку підприємства, тому що вона може вплинути на підприємство, як позитивно, так і негативно.



### Список використаної літератури

1. Барташевська Ю.М. Економічна безпека підприємства: фактори впливу та шляхи забезпечення / Барташевська Ю.М// журнал Економіка та суспільство1, випуск 7/2016р. – С. 189–194.
2. Смоквіна Г.А. Сучасні підходи до оцінки економічної безпеки промислового підприємства: теоретичний досвід і практичне використання / Г.А. Смоквіна // Бізнес-Інформ. – 2015. – № 11. – С. 231–239.
3. Закон України «Стратегія національної безпеки України» від 06.05.2015 №287/2015/ Відомості Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>.
4. Закон України «Про основи національної безпеки України» від 07.08.2015 №2469-VIII/ Відомості Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15>.

**Остроухова Ярослава,**

студентка 4 курсу,

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Козятинський О.М.,**

ст.викладач кафедри економіки підприємства УДФСУ

### ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Оцінка ефективності системи управління якістю є стандартною вимогою для підприємств, що адоптували й використовують стандарти ISO серії 9000. Оцінка ефективності полягає на тому, що підприємство розуміє під ефективністю. Система управління якістю як інструмент конкурентоспроможності підприємства мусить постійно розвиватися. Тобто поняття ефективності щодо системи управління якістю потрібно розглядати у двох аспектах: ефективність статичного стану системи та ефективність розвитку системи. Ефективність статичного стану системи управління якістю є поняттям добре розробленим у теорії та практиці. Статичність в даному випадку є поняттям відносним. Бо незначні зміни у системі в результаті її удосконалення відбуваються постійно.

Під ефективністю статичного стану управління якістю слід розуміти додатковий прибуток підприємства, що отримано за рахунок витрат підприємства, пов'язаних з якістю його діяльності. При цьому враховуються як результативні, так і нерезультативні витрати (втрати). Розвиток системи управління якістю на підприємстві може відбуватися в напрямку її удосконалення у різних формах. Наприклад, завдяки впровадженню нових



функцій, як це відбулося з прийняттям нової редакції стандарту ISO 9001. Тепер обов'язковим завданням підприємств є управління ризиком в рамках системи управління якістю.

Розвиток системи управління якістю може відбуватись також завдяки значним змінам, що пов'язано з інтеграцією стандартизованих систем управління. Інтеграційні процеси у системі управління підприємством ускладнюють завдання визначення ефективності такої системи. Інтеграція стандартизованих систем управління на підприємстві може відбуватись різними шляхами.

Можна виділити два підходи до будування інтегрованої системи менеджменту підприємства: 1) усі підсистеми мають рівний статус; 2) підсистема управління якістю розглядається як платформа, у яку далі вбудовуються інші підсистеми. Ми підтримуємо другий підхід до побудови інтегрованої системи менеджменту на підприємстві. За своєю суттю система управління якістю як інструмент управління повинен охоплювати усі процеси (виробничі та невиробничі, зокрема процеси управління), які забезпечують конкурентоспроможність підприємства через підтримання стійких результатів діяльності підприємства. Інші стандартні підсистеми доповнюють систему якості новими аспектами: екологічним, соціальним, енергетичним, інформаційним.

В структурі інтегрованої системи управління підприємством виділяють три ключових аспекти інтеграції підсистем менеджменту: інтегровані процеси, інтегрований ризик, інтегрований аудит [1]. Спостерігається тенденція накопичення стандартизованих підсистем управління у загальній організаційній структурі підприємства. З часом кожна складова інтегрованої системи менеджменту розвивається в результаті нових викликів бізнес-оточення. Таким чином кожна наступна підсистема ускладнює (обтяжує) загальну систему управління підприємством. Такий процес спостерігається не тільки на великих підприємствах, але також на середніх та малих. Як наслідок, виникає питання межі ефективності ускладнення системи управління підприємством із збереженням її холістичності та можливості відповідати викликам зовнішнього середовища.

Для побудови механізму оцінки ефективності ускладнення інтегрованої системи управління підприємством слід вирішити наступні питання: а) визначення поняття ускладнення інтегрованої системи управління, б) визначення поняття ефективності ускладнення інтегрованої системи управління.

Ефективність є поняттям відносним, яке виражається через співвідношення результату та витрат. В нашому розумінні, ефективність - це відносна комплексна оцінка доцільності та ступеню успішності певних дій підприємства. Ефективність може бути виражена одним або групою показників. Для того, щоб вирішити які саме показники ефективності слід обрати для



оцінки функціонування інтегрованої системи менеджменту, треба розуміти, яких саме результатів вона повинна досягати. Побудова ієрархії результатів функціонування інтегрованої системи управління підприємством дозволить сформулювати комплексний (інтегральний) показник результативності підвищення рівня складності інтегрованої системи управління.

#### Список використаної літератури

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : Підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2018. – 699 с. 66 67
2. Рибаківа О. В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення / О. В. Рибаківа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuu.gov.ua>.

Паплінський Віталій Володимирович,  
студент 4-го курсу УДФСУ

### ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІД: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ МОЖЛИВОСТІ

В даний період свого розвитку Україна та Українська економіка перебувають на такому етапі розвитку де важливу роль посідають інновації, тому стимулювання інноваційної діяльності є досить важливим. Стимулювання інноваційної діяльності з допомогою податкового стимулювання вимагає від держави активних дій у розвитку даного напрямку, але ці дії мають бути продумані та зважені, оскільки непродумана податкова система може призвести до негативних наслідків, та зловживань. Перед впровадженням податкових пільг та податкового стимулювання інноваційної діяльності необхідно звернути увагу на міжнародний досвід, оскільки можна не допуститись помилок інших, або ж запозичити здобутки які можуть допомогти на етапі планування податкового стимулювання.

Розглянемо міжнародний досвід стимулювання ІД через податкові стимули на прикладі деяких Європейських країн.

Одним з найпопулярніших податкових преференцій є податковий кредит, що являє собою певну величину коштів на яку будуть зменшенні податки при введенні інноваційної діяльності, однією з країн в яких розвинуте інтенсивне податкове стимулювання інноваційної діяльності є Франція.

«З 2004 р. до 2008 р. Франція застосовує комбіновану систему використання податкового дослідницького кредиту, одну частину якого розраховували за старою схемою, а інша частина кредиту залежала від загальної величини витрат, спрямованих на інноваційну діяльність, тобто не залежала від їх приросту. Також паралельно до податкового дослідницького кредиту для стимулювання створення та росту малих та молодих дослідних підприємств у



2004 р. запроваджено програму Young Innovative Companies (далі YIC) – “Молоді інноваційні підприємства”. З 2008 р. і досі податковий дослідницький кредит залежить виключно від обсягу витрат на інноваційну діяльність. Він складається з двох частин: перша частина – 30 % від загальних витрат на науково-дослідні роботи, якщо сума зазначених витрат не перевищує 100 млн. євро, та 5 % на перевищену суму витрат на науково-дослідні роботи»[1].

Ще однією країною яка активно розвиває податкові преференції є Велика Британія яка так як і Франція є однією з країн Європи, яка також інтенсивно стимулює розвиток інноваційної діяльності за допомогою податкового стимулювання.

«Податкові пільги Великобританія ввела досить недавно. Так, в 2000 р. запроваджено пільги для малих та середніх підприємств, для великих підприємств введено податкові преференції в 2002–2003 рр. Так, компанії мали право зменшувати свої податкові платежі, податок на прибуток, на відповідні суми. Якщо компанії не мали достатньо прибутку, то могли переносити величину податкових пільг на наступні періоди. В 2008 р. відбулися істотні зміни в системі податкового стимулювання ІД, зокрема, збільшено ставки відрахувань для малих та великих підприємств. З 2008 р. і дотепер величина вирахування з оподатковуваної бази витрат на ІД для малих підприємств становить 175 %, для великих компаній – 130 %. Так, до 2008 р. для малого та середнього бізнесу ставка становила 150 %, для великого бізнесу – 125 %»[2].

В інших країнах Європи також розвивається податкове стимулювання інноваційної діяльності Австрія використовує вирахування з оподатковуваної бази витрат на ІД в розмірі від 125 % до 135 %; Іспанія, Ірландія та Португалія, своєю чергою, використовують податкові преференції у вигляді податкового кредиту, який становить 25 % від величини витрат на ІД в Ірландії, від 32,5 до 50 % у Португалії та від 25 % до 42 % в Іспанії.

Таким чином розглянувши міжнародні приклади податкового стимулювання, на прикладі Європейських країн можна оцінити можливості України в даному напрямку. Найоптимальнішим для України може бути використання податкового кредиту, який застосовується у Франції, та зміни бази нарахування податків, пов'язані із витратами на інноваційний процес на підприємстві, що інтенсивно застосовує Великобританія. Для України також буде корисний досвід застосування різних стимулів у інших країнах Європи, з порівнянням припливу коштів у інноваційну діяльність підприємств.

#### **Список використаної літератури**

1. Алексєєв А. В. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ [Електронний ресурс] / А. В. Алексєєв, Р. Ю. Желізняк // “Львівська політехніка”. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14096/1/3\\_7-16\\_Vis\\_725\\_Ekonomika.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14096/1/3_7-16_Vis_725_Ekonomika.pdf).





2. HM Revenue & Customs An Evaluation of Research and Development Tax Credits  
[Електронний ресурс] / Режим доступу:  
<http://www.hmrc.gov.uk/research/report107.pdf>

**Позднякова Ольга Олегівна,**  
студентка ННІ ФБС ФБД-17-2

Науковий керівник:

**Онишко Олег Володимирович,**

к.ю.н., доцент кафедри господарського права та  
процесу УДФСУ

## **РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Формування ефективної ринкової системи господарювання в Україні пов'язане з розвитком масштабів підприємницької діяльності в усіх галузях економіки. Підприємництво має на меті, з одного боку, одержання прибутку в результаті застосування новітніх технологій, розвитку нових методів організації виробництва, надання послуг; з іншого - найбільш ефективного використання ресурсів[1, с.36].

Роль і значення підприємництва в економічному розвитку країни полягає у тому, що:

- підприємництво впливає на структурну перебудову в економіці, збільшення обсягів виробництва і надання послуг, інвестиційної діяльності та на формування інфраструктури бізнесу;

- підприємництво сприяє розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, здійсненню інноваційних процесів, швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції;

- підприємництво забезпечує сильнодіючі стимули до високоефективної праці, сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. У більшості випадків особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники[2, с.53].

Роль підприємництва в економіці країни виявляється в основних його функціях:

- змінюється структура економіки (розвиваються нові напрями господарської діяльності, результати бізнесу в яких обіцяють перевищити середні показники в економіці в цілому).

- створюється сприятливе середовище для конкуренції, забезпечується освоєння нових перспективних виробництв і модернізацію застарілих.

- змінюється структура економіки, зростає конкуренція, стимулюється інвестиційна діяльність, яка, у свою чергу, є фактором збільшення сукупного



попиту та сукупної пропозиції. Створюються нові підприємства, збільшується попит на сировину, матеріали, робочу силу, зростання ринку нових товарів і послуг, тобто прискорюються темпи економічного розвитку суспільства в цілому.

- раціонально використовуються всі види ресурсів. Присутність багатьох видів ризику потребує від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсів, найму робочої сили тощо[3, с.212].

Суттєвим моментом при визначенні ролі підприємництва є масштаби діяльності. В цьому розумінні підприємництво охоплює малий, середній і великий бізнес, що формує особливе середовище, яке функціонує для одержання прибутку і структурно перетворює економічну систему відповідної держави або її окремої території.

Основні функції малого, середнього і великого підприємництва в загальних рисах співпадають, проте є і певні відміни. Суб'єкти малого підприємництва кількісно переважають в усіх розвинених країнах світу.

Малі фірми дозволяють створити різноманітну економічну базу розвитку регіону, дають значну кількість нових робочих місць, створюють умови для задоволення потреб населення, в певній мірі знижують наслідки соціальних потрясінь, зв'язаних з економічною перебудовою суспільства. З іншого боку, малі фірми вимагають набагато менше капіталу для їхнього запуску, вони охоче здійснюють ризикові заходи з метою одержання більших доходів. Бізнесу потребує ефективної державної підтримки як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях.

Середні підприємства здійснюють виробництво невеликої, але стійкої номенклатури виробів з малою капіталомісткістю та незначними витратами у значних обсягах. Вони, як правило, здатні швидко пристосовуватись до регіональних ринків, краще використовувати місцеві виробничі ресурси (трудові і сировинні) та забезпечувати насичення ринку регіону необхідними товарами та послугами.

Порівняно з великим бізнесом середнє підприємництво більш тісно пов'язане з національними інтересами, значною мірою залежить від внутрішньої економічної кон'юнктури і тому зацікавлене у захисті з боку держави на внутрішньому ринку.

Великі підприємства створюють сприятливі умови для розробки науково-технічних проектів з метою швидкого впровадження новітніх досягнень науки і техніки і виготовлення найновішої високоякісної продукції наукоємних галузей - електронних виробів, персональних комп'ютерів тощо. Завдяки ефекту економії на масштабах виробництва великий бізнес забезпечує більш результативну діяльність, стійкість розвитку[4, с. 46].



Отже, підприємництво виконує особливу роль в економіці і народному господарстві, змістова сутність якої зводиться до оновлення економічної системи, створення інноваційного середовища, що спричиняє руйнацію традиційних структур і відкриття шляху до перетворень, зрештою стає тією силою, котра прискорює рух економіки по шляху ефективності, раціоналізації, бережливості і постійного оновлення.

#### Список використаної літератури

1. Венгер А. Підприємництво, його організаційні форми в Україні//Географія та основи економіки в школі. - 2000. - № 4. - С. 36
2. Дадалко С.В. Розвиток підприємництва та формування системи його державної підтримки. -Мн.: АРМІТ, 2000. – с. 53
3. Виноградська А. М. Основи підприємництва: Навчальний посібник. Друге видання, перероб. і допов. – К.: Кондор, 2005. стр. 212.
4. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: Навч.пос. - 3-тє вид., доп.і переробл. - К.: Знання - Прес, 2008. – с. 46.

**Пельц Сніжанна Миколаївна,**  
студентка УДФСУ  
Науковий керівник:

**Ткаченко Володимир Валентинович,**  
к. е. н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

### **ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Швидкий розвиток сучасної економіки та інтеграційних процесів спрямовують на пошук нових альтернативних шляхів для розвитку та ефективного залучення і використання ресурсів підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках. Використання вертикально - інтегрованої бізнес-моделі дає можливість підприємству ефективно використовувати всі наявні фактори, та в результаті призводить до ефекту синергії. Дослідженню цього питання присвячено низку праць як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, таких як Безземельна Т.О.[1], Вільямсон О.І. [2], Кузьмін О.Є. [3], Кравченко Т.А. [1], Порожня В.М. [1] та ін.

Вертикальна інтеграція - це процес придбання або включення до складу підприємства нових виробництв, які входять в технологічний ланцюг випуску старого продукту на ступенях до і після виробничого процесу. При вертикальній інтеграції стадії виробництва та розподілу координуються між собою, та утворюють симбіоз [4].



Яскравим прикладом використання вертикальної інтеграції в Україні є група компаній ПрАТ «Миронівський хлібопродукт». ПрАТ «МХП» – це компанія-лідер з промислового виробництва курятини в Україні з часткою сукупного виробництва м'ясної продукції 64% та часткою ринку близько 38%. Також компанія є лідером з експорту курятини (майже 90 %). ПрАТ «МХП» контролює всі етапи виробництва курятини: від вирощування зернових і олійних культур, виробництва комбікормів до виробництва інкубаційних яєць та вирощування бройлерного поголів'я, переробки, збуту, дистрибуції та продажу м'яса [5]. Станом на 1 січня 2019 р. земельний банк підприємства склав 370 тис. га землі. Головною перевагою компанії порівняно з конкурентами є унікальна бізнес-модель та інтенсивні капіталовкладення у розвиток і будівництво нових виробничих об'єктів з високим рівнем ефективності.

Вертикальна інтеграція бізнесу гарантує ПрАТ «МХП» стабільно високі стандарти якості, а також контроль над собівартістю кінцевої продукції. Вертикальна інтеграція зменшує залежність ПрАТ «МХП» від постачальників і цін на сировину. Крім економічної ефективності, вертикальна інтеграція дозволяє групі компаній ПрАТ «МХП» втілювати сувору політику біобезпеки, контролювати якість сировини і кінцеву якість і безпечність продукції.

Ключовими складовими унікальності бізнес-моделі вертикальної інтеграції для даного підприємства є наступні етапи виробництва [6].

Група компаній ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» є яскравим прикладом того, що українські компанії можуть конкурувати і конкурують на світових ринках, при цьому покращують економічну ситуацію в країні завдяки доцільності й ефективності впровадження вертикальної інтеграції. Саме використовуючи принцип самофінансування та високої ділової активності ефективно використання вертикально інтегрованої бізнес-моделі дає можливість для зростання галузевих ринків шляхом підвищення конкурентоспроможності даних підприємств, зменшення витрат на виробництво кінцевої продукції, можливостей запровадження інновацій та заохочення додаткових інвестицій [7].

Отже, варто зазначити, що вертикальна інтеграція підприємства забезпечує контроль повного виробничого циклу за рахунок роботи декількох заводів у межах однієї фірми. Це дає можливість виробництва високоякісної продукції за низьких затрат, використання кваліфікованих кадрів, отримання більшої віддачі від витрат на інвестування в дослідження інноваційних розробок, розвитку та просування продукції на ринку підвищити конкурентоспроможність; зменшити рівень зовнішніх ризиків; запроваджувати прогресивні технології виробництва та системи управління. тощо.

#### **Список використаної літератури**

1. Порохня В.М., Безземельна Т.О., Кравченко Т.А. Стратегічне управління Навчальний посібник /В.М. Порохня, Т.О. Безземельна, Т.А. Кравченко – К.: ЦУЛ, 2012. - 224 с.



2. Уильямсон О.И. Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка [Текст] / О. И. Уильямсон ; под ред. В. М. Гальперина // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. – С.Пб. : Экономическая школа, 2000. – Т. 2. – 534 с.
3. Кузьмін О.Є. Вертикальна інтеграція підприємств як фактор підвищення їх діяльності [Електронний ресурс] / О. Є. Кузьмін, Р. В. Шуляр. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9579/1/24.pdf>
4. Вертикальна інтеграція на промисловому ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Vertically\\_integrated\\_structures\\_in\\_industry\\_markets\\_of\\_Ukraine\\_14206.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Vertically_integrated_structures_in_industry_markets_of_Ukraine_14206.pdf)
5. 8 принципів управління Юрія Косюка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/magazine/forbes/1342976-8-principov-uspeha-yuriya-kosyuka>
6. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mhp.com.ua/ru/home>
7. Вертикальная интеграция: чему учит опыт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finance.obozrevatel.com/business-and-finance/vertikalnaya-integratsiya-chemu-uchitopyit.htm>

Стативко Олег,  
студент УДФСУ

## ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Проблема фінансової стійкості для закладів вищої освіти набула гостроти в період недостатності бюджетного фінансування – в 1990-х роках в умовах становлення незалежності України. При цьому система освіти продовжувала функціонувати. Були створені нові вищі навчальні заклади, збільшувався контингент здобувачів, в тому числі тих, хто навчаються за рахунок коштів бюджетів. Все це дозволяло говорити про стійкість системи освіти з фінансового аспекту.

Систему факторів, що формують фінансову стійкість закладів вищої освіти систематизовано у табл.1:



Система показників оцінки рівня фінансової стійкості [2]

Фактор	Група факторів	Показники	Змінна
P <sub>1</sub>	Фінансове забезпечення діяльності ЗВО	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	X <sub>1</sub>
		Коефіцієнт фінансової незалежності	X <sub>2</sub>
		Коефіцієнт фінансового ризику	X <sub>3</sub>
		Коефіцієнт співвідношення видатків та доходів	X <sub>4</sub>
		Коефіцієнт співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості	X <sub>5</sub>
		Коефіцієнт співвідношення затверджених кошторисом видатків спеціального і загального фондів	X <sub>6</sub>
		Коефіцієнт співвідношення касових і фактичних видатків	X <sub>7</sub>
P <sub>2</sub>	Рейтингова оцінка ЗВО на ринку освітніх послуг	Оцінка якості науково-педагогічного потенціалу	Y <sub>1</sub>
		Оцінка якості навчання	Y <sub>2</sub>
		Оцінка міжнародного визнання	Y <sub>3</sub>

Здійснивши розрахунок показників оцінки фінансової стійкості закладу освіти, стає можливим визначення інтегрального показника фінансової стійкості ЗВО.

На підставі вищевикладеного, можна сформувати підсумкову модель аналізу рівня фінансової стійкості закладу вищої освіти. Дана модель включає в себе оцінки всіх компонентів фінансової стійкості. Модель побудована таким чином, що кожен компонент може розглядатися в її складі окремо і виступати в якості самостійного об'єкта аналізу. Варто зазначити, що в основі оцінки кожного компонента лежать індекси, що характеризують різні аспекти аналізу компонента [1].

Здійснимо оцінку фінансової стійкості деяких ЗВО на основі запропонованої вище моделі. У зв'язку зі специфікою даного показника, що може застосовуватися для закладів вищої освіти, для порівняльного аналізу об'єктами оцінки рівня фінансової стійкості, зокрема будуть:

- Університет ДФС України;
- Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана;
- Університет митної справи та фінансів (м. Дніпро);

Для обчислення показників, що складають групу факторів P<sub>1</sub> «Фінансове забезпечення діяльності ЗВО» було використано форми фінансової звітності вибірки навчальних закладів за 2018 рік. Відповідно до розрахунків, результати даного блоку дослідження такі:

Показник	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>
Університет ДФС України	0,1003	0,9960	0,0041	0,9637	0,1370	0,2130	0,9463
КНЕУ ім.В. Гетьмана	0,0015	0,9727	0,0024	1,0015	0,1865	0,9480	0,9123
Університет МС та Ф	0,0191	0,9925	0,0709	1,0216	0,1429	0,4906	0,9314



Враховуючи, що величини, що складають інтегральний показник групи фінансового забезпечення діяльності ЗВО, мають стимулюючий та дестимулюючий впливи, доцільно здійснювати стандартизацію.

Таблиця 3

Змінна / $a_i$	Показники	Сутність показника	Нормативне значення
$X_1$ 25,00	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	здатність ЗВО підтримувати рівень власного оборотного капіталу за рахунок власних джерел	0,2-0,5 ↑
$X_2$ 21,43	Коефіцієнт фінансової незалежності	частка власних коштів у структуру капіталу ЗВО	> 0,5 ↑
$X_3$ 17,86	Коефіцієнт фінансового ризику	частка залучених коштів у власному капіталі ЗВО	< 0,5 ↓
$X_4$ 14,29	Коефіцієнт співвідношення видатків та доходів	оцінка ефективності використання коштів ЗВО	< 1,0 ↓
$X_5$ 10,71	Коефіцієнт співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості	можливість ЗВО покрити кредиторську заборгованість за рахунок дебіторської заборгованості	= 1,0
$X_6$ 7,14	Коефіцієнт співвідношення затверджених кошторисом видатків спеціального і загального фондів	можливість здійснення основної діяльності ЗВО оптимально за рахунок коштів загального та спеціального фондів	= 1,0
$X_7$ 3,57	Коефіцієнт співвідношення касових і фактичних видатків	відповідність сплачених коштів за договорами та напрямками витрат	= 1,0

Отже, інтегральний показник  $P_1$  «Фінансове забезпечення діяльності ЗВО» для кожного об'єкта дослідження має значення:

Університет ДФС України	КНЕУ ім.В.Гетьмана	Університет МС та Ф
47,6243	47,2531	45,8347

Інформаційна база для визначення показників, що складають групу факторів  $P_2$  «Рейтингова оцінка ЗВО на ринку освітніх послуг» обмежується Рейтингом вищих навчальних закладів «Топ-200 Україна». Результати рейтингу матимуть наступний вигляд:

Університет	Змінна / $b_i$	$Y_1$	$Y_2$	$Y_3$
Університет ДФС України		34,19	39,14	26,67
Університет ДФС України		7,4939	7,6634	4,8238
КНЕУ ім.В.Гетьмана		11,8940	18,4732	11,7261
Університет митної справи та фінансів		6,4326	6,1496	4,8920

Зауважимо, що Рейтингом «Топ-200 Україна» не передбачена стандартизація інтегрального показника, який у рейтингу знаходиться сумою трьох вищезазначених показників. З нашого погляду, при оцінці фінансової стійкості, доцільно розглядати прихований фактор конкурентоспроможності закладу освіти на ринку освітніх послуг, тому за стандартизовану одиницю приймемо величини показників ЗВО, що очолює даний рейтинг [3]. Враховуючи дане припущення та надавши кожному показнику кореляційну частку, матимемо наступні дані:

Університет	Змінна / $b_i$	$Y_1$	$Y_2$	$Y_3$
Університет		34,19	39,14	26,67



**Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»**

Університет ДФС України	0,20027	0,31561	0,19703
КНЕУ ім.В.Гетьмана	0,31787	0,7608	0,47895
Університет митної справи та фінансів	0,17191	0,25326	0,19981

Отже, інтегральний показник  $P_2$  «Рейтингова оцінка ЗВО на ринку освітніх послуг» для кожного об'єкта дослідження має значення:

Університет ДФС України	КНЕУ ім.В.Гетьмана	Університет МС та Ф
45,8603	67,3054	42,4504

Отже, обчисливши показники факторних груп, що формують фінансову стійкість закладу вищого освіти, та надавши кожній з цих груп вагового значення 80% на 20%, можна визначити інтегральну оцінку фінансової стійкості досліджуваних вищих навчальних закладів:

Університет ДФС України	КНЕУ ім.В.Гетьмана	Університет МС та Ф
47,2715	51,26356	45,15784
середній	помірний	середній

Таким чином, відповідно до проведеного дослідження Університет ДФС України та Університет митної справи та фінансів мають середній (близький до помірнього) рівень фінансової стійкості, а Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана – помірний рівень фінансової стійкості. Дослідивши питання сутності та підходів до розуміння фінансової стійкості закладів вищої освіти, можна стверджувати про необхідність системного підходу до аналізу та оцінки даного показника.

### Список використаної літератури

1. Бенедик Ю.Ю. Взаємозв'язок між фінансовою стійкістю державного вищого навчального закладу та якістю освітніх послуг, які він надає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eprints.oa.edu.ua/922/1/vzaemozviazok.pdf>
2. Александров В. Освітня послуга: суть та моделі якості / В. Александров // Освіта і управління. – 2006. – Т.9. №1. – С. 156–164
3. Антошкіна Л. І. Економіка вищої освіти: тенденції та перспективи реформування / Л. І. Антошкіна. – К. : Видавничий дім «Корпорація», 2005. – 368 с.





**Синяк Максим,**

студент групи ЕПБ-16-1

ННІ економіки оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Гаєвська Лариса Миколаївна,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО РОЗВИТКУ**

Економічний розвиток національної економіки та її складників у сучасному світі все більше залежить від технологічних зрушень на основі інновацій. Уміння формувати та ефективно застосовувати інноваційний потенціал стає основним фактором забезпечення конкурентоспроможності та розвитку українських підприємств. Саме тому вирішального значення набуває процес здійснення оцінки інноваційного потенціалу підприємства та ретельного аналізу його складників. Оцінки стану інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання дає змогу визначити подальший напрям його інноваційного розвитку і здійснювати ефективно управління інноваційною діяльністю. За сучасних умов господарювання визначальним чинником у сфері інноваційних досліджень та забезпечення економічної безпеки підприємства є формування його інноваційного потенціалу. Економічне зростання на основі інноваційного розвитку підприємств забезпечить вирішення комплексних завдань та системних перетворень у його діяльності.

Головною умовою стимулювання інноваційного розвитку підприємства є здійснення ним інноваційної діяльності, яка уможливить спроможність нарощувати й активно використовувати організаційно-економічні, техніко-технологічні та інші інноваційні можливості, що становлять інноваційний потенціал. Таким чином, актуальними залишаються питання розвитку методичних і практичних підходів до управління інноваційною діяльністю. Аналіз останніх досліджень і публікацій[1]. Питанню формування інноваційного потенціалу підприємства присвячено велику кількість робіт вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як М. Бондарчук, Ю. Бажал, М. Войнаренко, Т. Васильців, В. Геєць, Т. Іванюта, С. Ілляшенко, С. Кіреєв, О. Кириченко, А. Єпіфанова, В. Семиноженко, В. Стадник, Л. Федулова й інші. Проте дослідження показують, що сьогодні єдиний та цілісний підхід до створення механізму формування та управління інноваційним потенціалом підприємств відсутній. Це зумовлює необхідність подальших досліджень у цьому напрямі. Для забезпечення сталого розвитку інноваційного потенціалу



підприємства необхідно впроваджувати ефективний механізм управління, який забезпечить формування та реалізацію інноваційної стратегії.

Реалізація інноваційного потенціалу не відбувається випадково, тобто без цілеспрямованого впливу на нього та управління цим процесом. Тому варто визнати, що є виділяють два завдання, які стоять перед підприємством: оцінка потенціалу та його швидка реалізація[1].

Для оцінки потенціалу підприємства пропонується застосовувати відповідну систему показників, а для його реалізації необхідні:

- Стратегічний аналіз зовнішнього середовища;
- визначення інноваційних цілей підприємства;
- оцінка досягнення поставлених цілей та результатів реалізації програми розвитку інноваційного потенціалу підприємства;
- оцінка інноваційного потенціалу ;
- розробка інноваційної стратегії розвитку підприємства ;
- розробка та реалізація програми розвитку інноваційного потенціалу підприємства – розроблення системи модулів зміни, які відображають певні зрушення у інноваційному потенціалі;
- поділ сукупності інноваційних проблем на блоки перспективних та поточних завдань підприємства;
- розробка системи взаємовідносин персоналу, що пов'язана із вирішенням поточних та інноваційних завдань;
- розроблення системи інформації щодо впровадженням інноваційного потенціалу та оцінка його ефективності із позицій прибутковості на різних стадіях життєвого циклу інноваційного процесу;
- формування системи цільових показників при здійсненні інноваційної діяльності [2, с. 60].

Залежно від стану інноваційного потенціалу підприємства проходить вибір та реалізація інноваційної стратегії, тому визначення його впливу на розвиток підприємства має надзвичайно важливе науково-практичне значення і є необхідним елементом постійного моніторингу рівня розвитку підприємства. Інноваційний потенціал підприємства є багатокomпонентною динамічною системою, що є важливою умовою для його економічного розвитку. Наявність необхідної технічної бази, відповідного наукового потенціалу, фінансових ресурсів, контролю якості продукції, вивчення потреб ринку, розвиток технологічної інфраструктури і наявність резервів капіталу та ресурсів дають можливість реалізовувати наявний інноваційний потенціал і зробити певні кроки з метою можливості його підвищення [3, с. 237].

Отже, створення ефективного механізму управління інноваційним потенціалом на підприємстві дає змогу приймати обґрунтовані рішення у сфері управління на відповідному стратегічному рівні, мінімізувати ризик інноваційної діяльності за допомогою впровадження комплексного оцінювання



інноваційного потенціалу, підвищення ефективності використання наявних ресурсів підприємства.

### Список використаної літератури

1. Тисько М.М. Інноваційний потенціал підприємства як основа його розвитку // Класичний приватний університет// Випуск 3(03) 2017.-С.54-57
2. Шипуліна Ю.С. Критерії та методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства// Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 3(1). – С. 58-63.
3. Бондарчук М.К. Характеристика складових інноваційного потенціалу господарських структур в системі «інновації – фінанси – виробництво» // Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 197-198.

**Тігорчук Тетяна Ігорівна,**

студентка групи ЕПБ-17-1

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Гурочкіна Вікторія Вікторівна,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД БІЗНЕСУ

На сьогоднішній день соціальне підприємництво в Україні перебуває на початковій стадії розвитку, але почало досить стрімко розвиватися. Початком розвитку соціального підприємництва слід вважати 60-70-х роки ХХ ст. Соціальне підприємництво у всьому світі набуло поширення і розвивається у всіх різноманітних формах. Цей вид діяльності є зовсім новим та інноваційним для створення бізнесу та підприємництва. Соціальне підприємництво є якісно новим видом діяльності, що поєднує підприємництво та соціальні заходи, з метою вирішення певних соціальних проблем. Соціальне підприємництво відрізняється від благодійних установ, фірм чи організацій, а також від підприємництва у класичному його розумінні. Соціальне підприємництво є діяльністю, що пов'язане із виробництвом суспільно необхідного продукту або послуги. Отже, її головна мета не отримання прибутку, а виробити цей продукт або послугу, щоб вирішити суспільні проблеми.

Соціальне підприємництво – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємництва спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем. [1]



Все ж таки є певні риси, що поєднують соціальне підприємництво та інші, традиційні види діяльності. Соціальному підприємництву притаманні такі критерії як: фінансова самостійність; ініціативність; інноваційність; масштабність; ризиковий характер. Поряд з тим, йому притаманні і специфічні риси, зокрема: пріоритетність соціальної мети; реінвестування прибутку у розвиток соціального підприємства; відкритість і прозорість діяльності та публічна звітність [3].

Соціальне підприємництво набуло важливості у багатьох провідних країн світу, де як інструмент державного регулювання ринку праці, використовується в соціально-економічній сфері життя, що також є актуальним і для України. У європейських країнах завдяки соціальному підприємництву вирішуються ряд проблем, як наприклад, проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо. Однак стрімкий розвиток соціального підприємництва в окремих європейських країнах зумовлений не тільки загостренням соціальних проблем, але й формуванням належного нормативно-правового забезпечення даного виду діяльності [2]

За нормативно-правовими актами в Україні немає соціального підприємництва, але у різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можуть бути класифіковані як соціальні. Більшість соціальних підприємств України забезпечують робочими місцями представників цільових груп, з якими вони пов'язані своєю основною діяльністю. В останні роки дана галузь набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад.

Отже, соціальне підприємництво є зовсім новим інноваційним методом створення підприємницької діяльності, який повністю відрізняється від тих, що розглядаються в межах капіталістичної теорії. Соціальне підприємництво вирішує проблеми суспільства, саме тому їх має надаватись державна підтримка та на їх діяльність спрямовуватись міжнародне фінансування.

### **Список використаної літератури**

1. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації. [Електронний ресурс] / О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько // Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Науковий журнал. – 2016. – Випуск 6 – С. 129-132. – Режим доступу до журн.: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/12383/1/.pdf>
2. Шаульська Л.В., Кабаченко Г.С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці [Електронний ресурс] / Л.В. Шаульська, Г.С. Кабаченко // Економіка і організація управління. Науковий журнал. – 2016. - № 2. – С. 300-309. – Режим доступу до журн.:



<https://www.google.com/url?Sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=2ahukewisr8bztcvkahxks4skhcnjbiefjagegqibhac&url=http%3A%2F%2Fjeou.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F4823%2F4854&usg=aovvaw2txxdydv8mxy5hrkazkmnv>

3. Ткачук І. Я. Соціальне підприємництво як фактор розвитку малого та середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Ткачук І. Я. // АГРОСВІТ. Науковий журнал. – 2017.- № 9. – С. 57-61. – Режим доступу до журн.: [http://www.agrosvit.info/pdf/9\\_2017/11.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/9_2017/11.pdf)

4. Наумова М. К. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально- економічному розвитку суспільства [Електронний ресурс] / Наумова М. К. // Соціальна Політика. Науковий журнал. – 2017. - № 4. – С. 34-39. Режим доступу до журн.: [www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua)

**Раціборський Назар Віталійович,**

студент ННІ ФБС ФБД-17-2

Науковий керівник:

**Онишко Олег Володимирович,**

к.ю.н., доцент, доцент кафедри

господарського права та процесу УДФСУ

## **ПЕРЕДОВІ МАРКЕТИНГОВІ ТА ЛОГІСТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕННЯ РОЗВИТКУ ТА СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ**

Логістика сьогодні є загальноживаним терміном, оскільки вона посідає важливе місце в ланцюгах постачання, а також конкуренції між підприємствами. Існує декілька визначень логістики. Логістика – це планування, контроль, організація та координація потоку матеріалів, інформації, енергії, грошей та цінностей в логістичній системі. Крім реалізації цих процесів, логістика також є дисципліною, яка синтезує та використовує сучасні знання та методи кількох дисциплін, пов'язаних з логістикою, для розв'язання заданої матеріально-технічної задачі. Логістика включає управління транспортуванням, складським господарством, запасами, кадрами, організацією інформаційних систем та комерційної діяльності підприємства, тобто органічне поєднання вище наведених сфер логістики в єдину систему [3].

Останніми роками глобалізація, посилення конкуренції на світовому ринку, більш складні продукти з коротким життєвим циклом, постійне прагнення до зниження витрат та коливання потреб споживачів породили нові технології та бізнес-процеси, тому логістичний сектор сьогодні має бути готовим зустріти в майбутньому нові практичні завдання, а швидке реагування на них стане ключем до успіху для підприємств. Один з напрямів реформування економіки України лежить у площині інноваційних технологій логістичної



системи та створенні механізму, який би гнучким та ефективним чином забезпечував взаємодію основних елементів логістики «постачання – виробництво – складування – транспортування – збут».

Необхідно створити ланцюги, які забезпечать інтеграцію роботи державного та приватного секторів економіки на основі міжгалузевої логістичної координації. Найбільш прогресивними інноваційними технологіями в логістиці сьогодні є RFID, автономні транспортні засоби, БПЛА, роботизація складів. Технологія відстеження RFID (англ. “Radio Frequency Identification”) – це метод відстеження, який використовує радіочастоту для передачі інформації за допомогою прикріплених до об’єкта міток. RFID-мітка прикріплюється до таких об’єктів, як паперова валюта, предмети повсякденного одягу, навіть наше фізичне тіло. Під сумнів ставиться питання конфіденційності персональних даних. Незважаючи на ризик вторгнення в особисте життя, ця технологія має велику вигоду для таких учасників логістичного процесу, як постачальник, покупець, склад, перевізник [1].

Переваги RFID полягають у повнішому контролі та більшій прозорості складських запасів, що забезпечує простоту інвентаризації, а також скорочення крадіжок. RFID – це реалізація вже наявних технологій радіо та радіолокаційної техніки. Технологія RFID має два компоненти: один зберігає в собі інформацію, а інший зчитує інформацію на штрих коді, наприклад ціну, розташування комірки з товаром, запаси товару на складі. Використання RFID підвищує ефективність ланцюжка поставок. Наприклад, розподільні центри використовують цю технологію для відстеження своїх запасів або обладнання. Під час здійснення залізничних контейнерних перевезень мітки встановлюються на контейнері із зазначенням коду власника обладнання, місця навантаження та розвантаження, походження товарів, найменування товарів, що перевозяться. Це підвищує прозорість та наочність всього циклу руху вантажу [4, с. 142].

У 2019 році на трасі Німеччини виїдуть вантажівки, керовані штучним інтелектом, які будуть курсувати на маршруті Мюнхен – Нюрнберг. У рейс будуть відправляти по дві вантажівки одночасно. В одній вантажівці за кермом буде водій, а друга управлятиметься автопілотом. Також американська компанія “PepsiCo” підписала контракт з виробником електрокарів “Tesla” на поставку 100 вантажівок “Semi”. Нині запровадити таку інновацію в Україні досить важко через слабо розвинуту транспортну інфраструктуру та часто відсутню розмітку на дорогах, що є важливою умовою орієнтації безпілотного транспортного засобу під час руху.

Прогресивна автоматизація відкриває нові можливості, перш за все для прискорення процесів навантаження та розвантаження. Тут компанії повинні обов’язково стежити за сучасними розробками. Завдяки прогресивним технологіям нові роботи та вдосконалена автоматизація стануть важливим елементом для збереження конкурентоспроможності та посилення конкурентної



позиції за рахунок прискорення процесів транспортування [2]. «Остання миля» – це одна з найдорожчих програм в логістиці, яка передбачає доставку товару від центрального складу для відправки в магазин або до дверей замовника. Це етап найбільшого навантаження та найбільших ризиків, де чіткість виконання замовлення залежить від усіх учасників перевізного процесу. Отже, всі компанії прагнуть максимально скоротити транспортні витрати й час доставки до споживача.

В Україні проблему «останньої милі» вирішують за допомогою іншого способу, а саме розвитку мережі постаматів, автоматизованих терміналів видачі відправлень (без участі людини), які є платіжними терміналами та автоматизованими осередками для зберігання відправлень, з яких можна забрати куплені товари в будь-якому зручному місці та будь-який зручний час. Також сьогодні розробляється велика кількість засобів для спрощення перевезення таких габаритних та крихких вантажів, як, наприклад, скло. Так, австралійська компанія “Quattrolifts” випустила візок, за допомогою якого можна переміщати та встановлювати скло в цехах, на складах та будівельних майданчиках. Щоби за допомогою цього пристрою перевезти листове скло вагою до 400 кг і довжиною 4 500 мм, а також підняти його на висоту до 4,5 м, будуть потрібні лише один чи два працівники. Скло можна розвантажити без посередньо зі стійки вантажного автомобіля, перевезти та встановити у віконні отвори. Крім того, сам візок легко демонтується. Це може зацікавити різноманітні будівельні компанії та логістичні фірми, які здійснюють перевезення й установку скла.

Отже, сьогодні спостерігається тенденція поступової серйозної зміни в індустрії логістики. Як зростаюча автоматизація, так і поява нових методів складування приводять до скорочення витрат підприємств. Логістичною інновацією, яка зараз найбільш прогресивно розвивається, є, безумовно, використання безпілотних автомобілів. Їх використання приводить до появи багатьох нових можливостей для компанії та створює значний потенціал економії витрат. Політика на ринку праці відкриває нові шляхи пошуку відповідного персоналу, тому вкрай важлива узгодженість дій бізнесу та держави в найближчому майбутньому. Безумовно, інноваційні концепції мають бути обов'язково опрацьовані на практиці, щоби забезпечити згодом успішну інтеграцію впроваджуваної новації в наявні робочі процеси.

### **Список використаної літератури**

1. Дякова Д. Інноваційна логістика: перспективи та реалії. Товарознавчі та маркетингові дослідження товарних ринків: збірник наукових праць за матеріалами студентської науково-практичної інтернет-конференції (20 лютого 2014 року) / голова ред. кол. С. Гирич. Вінниця, 2014. С. 50–52.
2. Кузик К. Перспективи використання дронів для оптимізації логістичного процесу. *International Scientific Journal*. 2015. С. 3.



3. Основні тенденції в розвитку логістики 2017 року. Logist.fm. URL: <http://logist.fm/publications/osnovnyetendencii-v-razvitii-logistiki-2017-goda>.
4. Состав будущего от AMAZON: как устроена работа гигантского онлайн-ритейлера. Логистика: проблемы и решения. 2019. № 4–5. С. 20–28.

**Рожко Юрій Вікторович,**  
магістр групи ЕМУ-18-1

ННІ економіки оподаткування та митної справи  
Науковий керівник:

**Гаєвська Лариса Миколаївна,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## **ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ МОТИВАЦІЯ**

## **ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ МОТИВАЦІЯ**

В сучасних економічних умовах де підприємства обмежені у використанні предметів та засобів праці, а доступ до якісної сировини потребує значних фінансових витрат, основним способом підвищення прибутковості та конкурентоспроможності є персонал. Підприємства особливо зацікавлені у використанні кваліфікованих кадрів, які мають відповідну професійну і технічну підготовку. Система управління персоналом на виробничих підприємствах обов'язково повинна включати впровадження інноваційних технологій мотивації працівників, які прийдуть креативному мисленню та прояву лідерських якостей працівників.

Організація праці на підприємстві - це сукупність комплексу заходів, що забезпечують необхідну пропорційність в розстановці працюючих і раціональне використання робочої сили при даному ступені механізації робіт і досконалості технології з метою підвищення продуктивності праці і створення умов для всебічного розвитку працівників [1, с. 152 ].

Організацію праці на підприємстві варто розглядати у функціональному сенсі - що виступає системою взаємозв'язків виробничого характеру працівників із засобами виробництва та між собою, що утворює раціональний порядок здійснення трудового процесу, її необхідно здійснювати в конкретних формах, різноманітність яких залежить від основних чинників, котрі відображені на рис. 1.





Рис. 1. Фактори впливу на організацію праці на підприємстві<sup>8</sup>

Зміна цих факторів безпосередньо впливає на вдосконалення організації праці. Основним фактором є система організації виробництва, дана система включає в себе оптимізацію та координацію як матеріальних так і трудових ресурсів в просторі та часі. Таким чином система організації виробництва виступає засобом організації праці. Психофізіологічні фактори – це такі фактори як збереження здоров'я людини процесі праці, підвищення естетики праці, вони мають на меті позитивно впливати на покращення організації праці на підприємстві. Значними факторами впливу на організацію праці є зовнішнє і внутрішнє середовища. Внутрішні умови являються освітленість, виробничий шум, вібрація, забруднення повітря та інші чинники. Зовнішніми чинниками є нестабільність економіки, зміни у законодавчій базі, від яких залежать теоретичні основи організації праці.

Основним елементом психофізіологічних факторів виступає індивідуальна мотивація кожного працівника, яка спонукає його до підвищення власної продуктивності. Мотивація – це не тільки внутрішні сили людини, але і зовнішні мотиви, які знаходяться поза нею, що збуджують в ній ентузіазм і завзятість для виконання певної діяльності [3, с. 53].

Мотивація персоналу неодмінно повинна включати такі елементи як: культурні цінності компанії, її місія та бачення майбутнього розвитку, різноманітні корпоративні символи та норми, які є важливим джерелом нематеріальних стимулів на підприємстві.

В основі мотивації поведінки працівників закладені їхні потреби і цінності, які стимулюють людину постійно розвиватися і вдосконалювати свої професійні навички, саме тому раціональна організація праці може слугувати тим мотиваційним полем, яке зможе об'єднати персонал для досягнення стратегічних цілей компанії, спонукати їх до творчої праці та максимальної ефективності. Мотив не тільки спонукає людину до дії, але і визначає потребу зробити щось найкращим способом.

Використання сучасних інноваційних систем мотивації персоналу передбачає роботу у двох напрямках: по-перше - це створення належних умов праці, тобто це привабливість праці, престижність, колектив і психологічних клімат в ньому, можливості кар'єрного зростання. По-друге - це система безпосереднього впливу на виробничу діяльність та продуктивність працівника, а саме матеріальне та нематеріальне заохочення персоналу [15, с. 52].

Існує декілька основних методів, які сприяють ефективному підвищенню мотивації на підприємстві: підвищення різних вмінь, навичок та комплексності роботи, значення важливості виконуваних завдань, збільшення автономії,

<sup>8</sup> Джерело: розроблено автором на основі джерел [2]



нормування темпу виконання роботи, посилення зворотного зв'язку, а також економічна мотивація.

Економічна мотивація як комплекс заходів може реалізовуватися на двох рівнях. Рівень локальних заходів (зовнішній рівень) являє собою фіксовані й обов'язкові матеріальні блага, а також внутрішню мотивацію працівників.

Керівники вітчизняних підприємств ще неповністю усвідомили вадливість нематеріальної мотивації. Досить часто причинами невдач підприємств є не ефективні системи мотивації персоналу, що призводить до втрати кваліфікований кадрів, а відповідно і погіршення економічних показників. Таким чином розробка системи мотивації працівників має стратегічне значення для підприємства, яке прагне бути конкурентоспроможним на ринку. Головним елементом успіху такої системи є розуміння потреб і можливостей персоналу.

### Список використаної літератури:

1. Шовкун В. А. Організація праці: теоретичні та інституційні аспекти. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2017. - №1. – С. 150-157.
2. Харчишина О. В. Мотивація персоналу на основі теорії організаційної культури. Економіка. Управління. Інновації. - 2014. - № 1. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_1\\_106](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_106)
3. Бондаренко С.А., Селіхов С.В. Формування системи мотивації персоналу виноробних підприємств на засадах інноваційних технологій/ Економіка харчової промисловості. - 2016. - Т. 8, Вип. 2. - С. 52–58. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp\\_2016\\_8\\_2\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2016_8_2_9)

**Стефанюк Вікторія Миколаївна,**  
студентка УДФСУ  
Науковий керівник:  
**Ружинська Наталія Олексіївна,**  
к.е.н., ст. викладач кафедри  
економіки підприємства УДФСУ

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ВЕДЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день оптимізація витрат на підприємстві відіграє визначну роль в ефективному управлінні підприємством, та має ваговим вплив на розвиток господарської діяльності в цілому. Для рентабельності виробництва необхідно, щоб витрати були ефективними, тобто кожна витрачена гривня приносила максимально можливий прибуток. Особливості господарської діяльності вимагають від підприємств постійного аналізу власних доходів,



витрат та розробки операційних планів. У цій ситуації управління витратами виступає важливим елементом ефективного управління підприємством.

Згідно з П(с)БО 16 «Витрати – зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства, за умови, що ці витрати можуть бути оцінені [1].

Для визначення витрат на кожну одиницю готової продукції використовують класифікацію за калькуляційними витратами. Відповідно до даної класифікації виділяють наступні витрати:

- витрати на оплату праці;
- сировина і матеріали;
- паливо і енергія;
- напівфабрикати та комплектуючі вироби;
- заробітна плата виробничого персоналу;
- відрахування на соціальні заходи;
- загальновиробничі витрати (амортизація ОЗ, витрати на управління виробництвом);
- та інші [6, с. 14].

Методичні основи формування інформації про витрати підприємства, зокрема виробничі витрати регламентуються П(с)БО 16. Відповідно до цього стандарту витрати підприємства формуються в три основні групи за економічними елементами: операційні фінансові та інвестиційні, залежно від певного виду діяльності. Відповідно до першої групи операційних витрат відносять: виробничі витрати на сировину, матеріали та заробітну плату; адміністративні витрати; всі супутні витрати на збут; загальновиробничі та інші операційні витрати. Тоді як до витрат фінансової та інвестиційної діяльності відносять фінансові витрати (відсотки за користування кредитами), витрати від участі в капіталі та інші не операційні витрати [4, с.3].

В економічній літературі існує декілька концепцій, в основі яких лежить низка прийомів і заходів в результаті використання яких досягається ефективність в управлінні витратами підприємства. Кожна з концепцій передбачає застосування певного методологічного підходу у формуванні та розподілі витрат. До найбільш поширених концепцій управління витратами на підприємстві відносять: калькулювання собівартості продукції; нормування витрат; концепція планування і контролю виробничих витрат; стратегічне управління витратами на підприємстві [3, с. 10].

В основі будь-якого методологічного підходу щодо формування та розподілу витрат лежать об'єкти витрат підприємства, основними показниками яких є:

- собівартість виробленої продукції, робіт, послуг;
- адміністративні витрати підприємства;
- витрати на реалізацію та збут;



- окремі статті витрат, які залежать від специфіки діяльності підприємства;
- витрати на одну гривню чистого доходу;
- інші показники.

На формування витрат підприємства впливає низка чинників, які прийнято поділяти на виробничі та позавиробничі, більш детально вони відображені в табл. 1.1.

Таблиця 1

Чинники, що впливають на формування витрат підприємства<sup>[2]</sup>

№	Виробничі	Позавиробничі
1	Організація виробництва	Фінансування виробництва
2	Розмір підприємства	Витрати на реалізацію та збут
3	Виробнича програма	Дослідження та розвиток
4	Асортимент та номенклатура продукції	
5	Виробнича потужність	
6	Фактори виробництва	

Проаналізувавши перераховані фактори можна стверджувати, що між ними існує певний взаємозв'язок та взаємозалежність і зміна величини будь-якого з них може спричинити зміни в структурі витрат підприємства, в іншому випадку, якщо фактори не змінюються, то і величина витрат залишається незмінною.

Представленні методики формування витрат є система, яка забезпечує ефективне функціонування підприємства. Величина і вплив кожного фактора на витрати підприємства безпосередньо залежить від сфери економіки в якій працює підприємства, стадії життєвого циклу продукції та конкурентоспроможності підприємства [5, с. 189].

На думку О. Боярова розподіл загальноновиробничих витрат підприємства необхідно відносячи їх до собівартості продукції. Тому калькулювання собівартості продукції виступає одним із основних методів розподілу витрат, особливо актуальним він являється для підприємств харчової промисловості, адже на підприємствах які працюють з окремими замовленнями, всі витрати можна віднести до собівартості виробленої продукції. Отже доцільним буде розглянути такий метод формування витрат як калькулювання собівартості продукції [6, с. 396].

Процес калькулювання є основним при розрахунку собівартості продукції. Калькулювання собівартості – це сукупність методів і прийомів, за допомогою яких розраховується собівартість усієї виробленої продукції або її окремих



видів, величина витрат окремих підрозділів на виготовлення конкретного виду продукції [7, с. 495].

В табл. 2. наведенні основні практичні підходи до калькулювання собівартості.

Таблиця 2

Основні види калькуляції собівартості продукції. [3]

№	Назва	Сутність
1	Прогнозна калькуляція	Складається на основі прогнозних норм для характеристика витрат на виготовлення продукції
2	Проектна калькуляція	Призначається для економічного обґрунтування нового будівництва, випуск нового продукту або розширення підприємства.
3	Планова калькуляція	Виражені в грошовому виразі витрати підприємства на виробництва продукції, розраховані за статтями витрат на основі норм і нормативів для планового періоду.
4	Нормативна калькуляція	Розрахунок собівартості продукції на основі діючих норм витрат сировини на виготовлення одиниці продукції.

Таким чином калькулювання собівартості продукції виступає одним із основних методів розрахунку витрат. Даний метод дозволяє виявити який фактор виробництва займає найбільшу частку в загальній вартості продукції, що дає змогу краще регулювати та оптимізувати витрати. При цьому підприємство самостійно встановлює норми витрат відповідно до специфіки своєї діяльності і вимог ринку.

Отже на сьогоднішній день існує декілька основних методів формування та розподілу витрат підприємства. До найбільш поширених методів відносять калькулювання собівартості продукції, нормування витрат та стратегічне управління витратами на підприємстві.

#### Список використаної літератури

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрат»: Закон України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.help/law/318/>
2. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління / Ф. Ф. Бутинець // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – Житомир, 2015. Вип. 1(22). – С. 6-18.
3. Свиноус І. В. Методичні засади формування системи управління витратами на сільськогосподарських підприємствах / І. В. Свиноус, О. Ю. Гаврик, С. М. Хомовий // Економіка та держава. - 2016. - № 9. - С. 9-12.
4. Проскура К. П. Методичні підходи до розподілу загальновиробничих витрат та їх вплив на рівень податкового навантаження виробничого підприємства / К.



- П. Проскура, Л. В. Горбуненко // Ефективна економіка. – Дніпропетровськ, 2016. – С. 3-9
5. Долик К. М. Методика формування витрат на підприємстві / К. М. Долик, Є. В. Семчишин // Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. - Т. : ТНТУ, 2015 — Том 2. — С. 189-190.
6. Дроздова О. Г. Бухгалтерський облік розподілу загальновиробничих витрат: методичний аспект / О. Г. Дроздова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. - 2016. - Вип. 1(2). - С. 396–400.
7. Мендюх С. В. Особливості методики калькулювання собівартості продукції / С. В. Мендюх, Л. В. Мельянова // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. - 2013. - Вип. 10(3). - С. 494-498.
8. Праскура К. П. Методичні підходи до розподілу загальновиробничих витрат та їх вплив на рівень податкового навантаження підприємства.

**Соловей Кристина Романівна,**

студентка групи ЕМУ-18-1

Науковий керівник:

**Лазебник Л. Л.,**

д.е.н., професор, завідувач кафедри

економіки підприємства УДФСУ

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПП ВТК “ЛУКАС”**

Стратегічне планування в умовах сьогодення є ефективним функціоналом розвитку підприємства. Саме воно дає можливість мінімізувати ризики, підвищувати інвестиційну привабливість підприємства за рахунок формування конкретних цілей та стратегій розвитку підприємства, забезпечує економічну стабільність, прогнозує майбутні події та готується до них, допомагає визначити найкращу модель використання ресурсів підприємства та пропонує економічну політику підприємства.

Здійснення стратегічного планування – це необхідний крок для виявлення потенціалу майбутнього успіху підприємства.

Завдяки стратегічному плануванню у підприємства є можливість пристосуватись до зовнішнього середовища, розподілити ресурси, щоб виявити сильні і слабкі сторони. Стратегічний план на підприємствах, зазвичай, довгостроковий. Адже кожне підприємство планує досягнення високих темпів економічного росту та розвитку у перспективі [1, с. 107-112].



Державне регулювання економічної політики, обґрунтування перспективних напрямків розвитку всієї ринкової системи відіграє надзвичайно важливу роль у стратегічному плануванні. Адже, для початку потрібно вибрати місію та ціль підприємства, тобто його головну мету. Саме мета та місія у подальшому є показником для усіх етапів планування роботи підприємства.

Процес стратегічного планування представляється у вигляді послідовного вирішення стратегічних проблем. При цьому на кожному етапі використовуються свої специфічні методи. На першому етапі встановлюються стратегічно важливі зони діяльності підприємства, другий етап характеризується аналізом окремих стратегічних зон. На третьому етапі визначаються цілі та завдання підприємства, розділяються сфери діяльності, затверджуються довгострокові цільові перспективи, на четвертому етапі розробляється стратегія на тривалий період часу, як правило це до 10-ти років. Відмітимо, що якщо підприємство працює в декількох стратегічних зонах, то для кожної з них плануються свої цілі й ресурси. На п'ятому етапі реалізується стратегічне планування стосовно рівня окремої сфери діяльності. На шостому етапі розробляється функціональна стратегія як на рівні окремої зони, так і в цілому підприємства.

Одним із головних напрямів стратегічного планування є конкурентна стратегія фірми, яка формує конкурентну поведінку та передбачає перспективу ефективного функціонування й розвитку підприємства [1].

Практика діяльності української компанії ПП ВТК «Лукас» показує, що на даний час компанія входить в число кращих кондитерських підприємств України, завдяки раціональному використанню стратегічного планування, що є запорукою подальшого успіху та одним із головних механізмів розвитку потенціалу компанії. Компанія реалізує стратегію зростання, яка використовується для нарощування обсягів продаж, переважно шляхом проникнення на нові ринки і їх захоплення та підвищення показників ефективності виробництва. Але якщо розглядати більш детально, то ВТК «Лукас» використовує стратегію інтегрованого росту, тобто підприємство зростає за рахунок відкриття фірмових магазинів та експорту продукції на зовнішні ринки - 41 країну світу [2].

Для подальшого ефективного функціонування та забезпечення економічного потенціалу розвитку підприємству доцільно перейти на стратегію диверсифікації. Ця стратегія передбачає надання товару відмітних властивостей, які важливі для покупця і які відрізняють даний товар від товарів фірм-конкурентів. На основі цієї стратегії ПП ВТК «Лукас» можна запропонувати, наприклад, доставку продукції додому, покращити смакові якості цукерок та шоколаду за рахунок збільшення вмісту натуральних кондитерських добавок. Проведення стратегічного планування й управління розвитком потенціалу



підприємства буде сприяти постійному економічному зростанню за рахунок використання всіх видів ресурсів.

### Список використаної літератури

1. Холява І.П. Стратегічне планування в управлінні діяльністю підприємства / [І.П. Холява, А.М. Олійник, Д.Р. Цьвок] // Вісник Національного технічного університету «ХП». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами, 2015. № 2. С. 107–112.
2. Офіційний сайт ПП ВТК «Лукас». URL: <https://lukas.ua>.

**Срібний Костянтин Володимирович,**

студент УДФСУ

Науковий керівник:

**Піжук Ольга Іванівна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

На даний момент проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних продуктів на міжнародному ринку набуває все більшої актуальності. Дуже важливим фактором є створення сприятливих умов та майбутній розвиток ринкових процесів для її успішної інтеграції в світову спільноту і визначення свого місця на міжнародному ринку.

Україна має великий природний потенціал: досить вигідне географічне положення, достатній запас природних ресурсів, сприятливі кліматичні умови, велику кількість кваліфікованої робочої сили тощо. Але тільки потенційні переваги, які потрібно розвинути та реалізувати.

Позитивна кон'юнктура світових сільськогосподарських ринків сприяла зростанню привабливості аграрного сектору економіки держави для залучення інвестицій. За інформацією прес-служби Мінагрополітики, станом на початок 2018 року в агропромисловому комплексі України реалізується 474 інвестиційних проекти загальною вартістю майже 41,3 млрд грн, що на 94 проекти та 13,4 млрд грн (або 32,4%) більше ніж в минулому році. В результаті їх завершення планується створення близько 16 тисяч нових робочих місць. Варто відзначити, що головним джерелом фінансування інвестицій є власні кошти виробників (74,3%) [1].

Агропромисловий комплекс України один із найважливіших секторів вітчизняної економіки, що об'єднує різні види економічної діяльності при виробництві продуктів харчування, сільськогосподарської продукції, а також





доставці їх до кінцевого споживача. В агропромисловому комплексі формується близько 18 % ВВП, він є одним з основних бюджетоутворюючих та експорт орієнтованих напрямів національної економіки.

Н. Клима та С. Бляшук виокремлюють наступні проблеми розвитку аграрного сектору економіки: недосконалість логістики зберігання, інфраструктури аграрного ринку і, як наслідок, значні втрати продукції; використання застарілого обладнання, техніки, що призводить до ризику збільшення виробничих витрат; неповна адаптованість вітчизняної продукції до умов міжнародного ринку, а також певна невідповідність вимогам щодо якості та безпечності сировини та харчових продуктів [2, с. 77].

Розвиток аграрного сектору України можливо досягнути шляхом:

- гарантування продовольчої безпеки держави;
- забезпечення прогнозованості розвитку та довгострокової стійкості аграрного сектору на основі його багатокладності;
- сприяння розвитку сільських поселень та формування середнього класу на селі через забезпечення зайнятості сільського населення та підвищення їх доходів;
- підвищення інвестиційної привабливості галузей аграрного сектору та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств;
- підвищення конкурентоспроможності продукції, ефективності галузей, стабільність ринків;
- розширення участі України у забезпеченні світового ринку продукцією сільського господарства та продовольства;
- раціональне використання сільськогосподарських земель та зменшення техногенного навантаження аграрного сектору на довкілля [3].

Для збільшення врожайності потрібно сконцентрувати зусилля на культурах які мають найбільшу врожайність на вітчизняних землях; зменшити об'єми відходів у зв'язку з виробництвом органічної продукції; забезпечити утилізацію відходів та побічних продуктів рослинного і тваринного походження у процесі виробництва органічної продукції; запобігати використанню не органічних речовин при вирощуванні органічної продукції та сировини; враховувати географічне положення при виборі продукції для виробництва; забезпечувати збереження та відтворення родючості ґрунтів.

Для покращення якості вирощуваних тварин потрібно: вирощування високопродуктивного поголів'я; підвищення рівня генетично якісних тварин; створення нових видів тварин за рахунок селекції; захист зникаючих та існуючих тварин.

Задля досягнення значних результатів в агропромисловому комплексі окрім підтримки держави та створених умов праці потрібні люди які б мали бажання вкладати свої знання та навички в дану справу. Щоб посилити конкурентоздатність вітчизняної продукції на закордонному ринку слід



зосередити свої зусилля на розвитку креативного людського капіталу, конкурентоспроможних продуктів та сировини, а також технологій.

### Список використаної літератури

1. В АПК внедряется 474 инвестиционных проекта на 41 млрд грн [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://agrostory.com/info-centre/market-news/v-ark-vnedryaetsya474-investitsionnykh-proekta-na-41-mlrd-grn/>
2. Климаш Н. І., Бляшук С. Г. Стан та особливості розвитку аграрного сектора економіки в сучасних умовах / Н. І. Климаш, С. Г. Бляшук // Вісник аграрної науки Причорномор'я – 2014. – Вип. 1. – С. 71-79.
3. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р. від 17.10.2013 р. № 806-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-p>.

**Сушло Ігор Олександрович,**  
студент УДФСУ

Науковий керівник:

**Залізко Василь Дмитрович,**  
д.е.н., професор кафедри економіки  
підприємства УДФСУ

## РОЛЬ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ У ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ

Виконання завдань та функцій, які покладені на відповідні органи державної влади та органи місцевого самоврядування протягом бюджетного періоду, здійснюються внаслідок формування та використання фінансових ресурсів. Основним потоком надходження бюджетних коштів виступають місцеві та загальнодержавні податки і збори, тому можна стверджувати про ключову роль податкових надходжень, як елемента формування дохідної частини бюджету.

Своє основне призначення податкові надходження виконують внаслідок забезпечення дохідної частини бюджету, фінансовими ресурсами, які в свою чергу використовуються для задоволення потреб суспільства.

При цьому формування бюджету не є основною метою податкових надходжень, за основну мету ставиться ефективний перерозподіл коштів платників податків між фізичними та юридичними особами для активного їхнього нагромадження та впровадження в подальший розвиток економіки країни. Податки в своєму функціонуванні виконують роль регулятора та запобіжника негативних тенденцій в економіці. Податки - це свого роду механізм, що забезпечує взаємний зв'язок між інтересами держави та суб'єктів господарювання. Отже, саме податки визначають характер відносин між підприємцями та підприємствами всіх форм власності з державним та



місцевими бюджетами, з банківськими установами, державними органами виконавчої влади тощо. І.В. Барановська [1] пояснює сутність податкових надходжень як обов'язкових платежів юридичних і фізичних осіб, які відраховуються до бюджету з метою забезпечення загальнодержавних централізованих фондів грошовими коштами. В.І. Островецький [2] ключове призначення податкових надходжень вбачає у забезпеченні країни фінансовими ресурсами з метою фінансування державних видатків.

У сучасних умовах, основна частина місцевих бюджетів в Україні мають дуже низький рівень власних і фіксованих джерел доходів, податкові надходження не забезпечують органи місцевого самоврядування достатніми й стабільними фінансовими ресурсами, що як наслідок призводить до фіскального дисбалансу у регіонах країни. Податкові надходження до Державного бюджету та місцевих бюджетів України за 2016–2018 роки відображено в табл. 1.

За проаналізованими даними, податкові надходження до місцевих бюджетів у 2018 р. становлять 229 815 млн. грн. і збільшились порівняно з 2016 р. на 56,44 % та на 14,33 % порівняно з 2017 р. Основна частка податкових надходжень за 2018 р. складається з податку на доходи фізичних осіб і становить 59,02 % місцевих бюджетів; місцевих податків і зборів 25,63 % та з акцизного податку 5,93 %.

Податкові надходження до Державного бюджету у 2018 р. склали 881 821 млн. грн. і збільшились порівняно з 2016 р. на 47,39 % та на 18,01 % порівняно з 2017 р. Основна частка податкових надходжень за 2018 р. складається зі збору ПДВ 57,40%: податку на доходи фізичних осіб 10,34 % та акцизного податку 14,07 %.

Підсумовуючи наведені дані, можна стверджувати про тенденцію збільшення податкових надходжень до Державного бюджету та місцевих бюджетів. До основних шляхів збільшення податкових надходжень можна віднести: зменшення частки тіньової економіки, створення сприятливих умов для розвитку виробництва, приватного підприємництва, своєчасне внесення фізичними і юридичними особами встановлених законом обов'язкових платежів і зборів до державного бюджету країни, створення стабільної податкової системи.

Отже, посилення ролі податкових надходжень можливе за таких умов:

- роз'яснення щодо порядку застосування податкового законодавства та організація навчання платників податків;
- підвищення ролі органів місцевого самоврядування та податкової служби в легалізації доходів підприємців;
- удосконалення практики справляння податку на нерухомість, який є потенційним джерелом диверсифікації доходів місцевих бюджетів в Україні;



- збільшення впливу органів місцевого самоврядування на наповнення місцевих бюджетів шляхом розширення їхніх прав стосовно місцевого оподаткування [3].

Таблиця 1

Динаміка податкових надходжень до Державного бюджету та місцевих бюджетів України за 2016–2018 роки, млн. грн.

	2016	2017	2018	Відносне відхилення	
	рік	рік	рік	2018/2016	2108/2017
<b>Місцеві бюджети:</b>					
Податок на доходи фізичних осіб	78 971	110 653	135 647	71,77	22,59
Акцизний податок	11 628	13 156	13 623	17,16	3,55
Податок на прибуток підприємств	5 879	6 485	8 782	49,38	35,42
Місцеві податки і збори	42 261	52 587	58 902	39,38	12,01
Плата за користування надрами	1 082	1 103	2 878	165,99	160,92
Інше	7 080	17 021	9 982	40,99	-41,35
Всього	146 902	201 005	229 815	56,44	14,33
<b>Державний бюджет:</b>					
Збір ПДВ	329 911	434 041	506 168	53,43	16,62
Податок на доходи фізичних осіб	59 810	75 033	91 124	52,36	21,45
Акцизний податок	90 122	108 293	124 104	37,71	14,60
Податок на прибуток підприємств	54 344	66 912	82 327	51,49	23,04
Плата за користування надрами	39 699	43 876	40 974	3,21	-6,61
Ввізне мито	20 001	23 898	28 077	40,38	17,49
Інше	7 080	5 535	9 049	27,81	63,49
Всього	598 285	747 214	881 821	47,39	18,01

За умови реалізації вищезазначених умов в Україні будуть збільшуватися податкові надходження, що призведе в цілому до розвитку економіки нашої країни.

### Список використаної літератури

1. Барановська І.В. Проблеми реформування податкової системи у умовах кризи / І.В. Барановська // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 8. – С. 193-197.



2. Островецький В.І. Формування податкових надходжень бюджету в умовах трансформації економіки України: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.04.01 / В.І. Островецький; Науково-дослідний фінансовий ін-т при Міністерстві фінансів України. – К., 2016. – 222 с.

3. Іваницька М.П. Напрями посилення ролі податкових надходжень у системі доходів місцевих бюджетів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://irbis-nduv.gov.ua>

**Шелігацька Анна Олександрівна,**

студентка групи ЕМУ-18-1,

ННІ економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Мельничук Ганна Сергіївна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Функціонування та розвиток підприємства в сучасних умовах має досить різносторонній характер, що обумовлює необхідність розробки певного переліку взаємопов'язаних стратегій різних типів і на різних рівнях. При цьому в основі формування цих стратегій є генеральна (або ж загальнокорпоративна) стратегія підприємства. Остання визначає вибір підприємством загального вектора діяльності на довгостроковий період із таких альтернатив, як: розвиток, стабілізація, скорочення, реорганізація та ліквідація. Водночас будь-яка функціональна стратегія підприємства направлена на підтримку його довгострокової конкурентної позиції, а оскільки персонал є головним елементом функціонування підприємства як взаємопов'язаної відкритої системи, тому саме розробка та реалізація кадрової стратегії набуває особливого значення в теперішній час.

Кадрова стратегія, будучи спрямованою на досягнення конкретних короткострокових і довгострокових цілей підприємства, визначає основні напрями роботи, містить перелік заходів, терміни виконання та показники, за якими оцінюється ефективність її реалізації. Основними напрямками кадрової стратегії на підприємстві є [1]: організація відносин та зв'язків з ринком праці і внутрішньофірмовими трудовими ресурсами; вибір і реалізація стилю управління кадрами, організація горизонтальної кооперації; організація робочого місця та умов праці; розробка політики визнання особистих успіхів у праці; вибір оптимальної системи оплати праці; розробка політики підготовки і підвищення кваліфікації персоналу; розробка комунікаційної політики.



Кадрову стратегію варто розробляти, виходячи із наявних внутрішніх ресурсів і традицій підприємства, а також можливостей, наданих зовнішнім середовищем. Найефективнішим способом формування кадрової стратегії науковці вважають засіб «зверху-вниз», де домінуюча роль у її розробці належить вищому керівництву. Останнє спочатку визначає загальну стратегію управління персоналом підприємства, а потім – стратегії для кожного конкретного структурного підрозділу [3, с. 50].

Механізм реалізації кадрової стратегії являє собою систему планів, програм, норм і нормативів, організаційних, адміністративних, соціальних, економічних та інших заходів, спрямованих на вирішення кадрових проблем і задоволення потреб підприємства в персоналі. Результатом використання цих інструментів має стати зміна поведінки працівників, створення умов для їх ефективної роботи, покращення структури персоналу підприємства тощо [2].

Процес реалізації сформованої кадрової стратегії підприємства доцільно організовувати на рівні чотирьох основних напрямів управління персоналом, а саме: аналіз поточної величини трудового потенціалу підприємства, управління рухом персоналу, реалізація професійних і творчих здібностей працівників та розвиток персоналу підприємства.

Здійснення заходів в межах окреслених напрямів кадрової стратегії в сучасних динамічних умовах господарювання слугуватиме забезпеченню підприємства висококваліфікованим персоналом, створенню привабливих та безпечних умов праці, можливостей для кадрового зростання працівників з метою підвищення ступеня їх задоволеності роботою на даному підприємстві, що в підсумку забезпечить досягнення довгострокових цілей зі створення високопрофесійного, відповідального і згуртованого колективу з урахуванням стратегічних цілей розвитку підприємства та його ресурсних можливостей.

#### **Список використаної літератури**

1. Стратегический кадровый менеджмент: учебное пособие / В.М. Колпаков, Г.А. Дмитренко. – 2-е изд., перераб. и доп. К. : МАУП, 2005. 752 с.
2. Щёкин Г.В. Основы кадрового менеджмента: учебник / Под ред. Г.В. Щёкина. К. : МАУП, 2004. 280 с.
3. Мамотенко Д.Ю. Розробка кадрової стратегії організації в сучасних умовах. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Випуск 14. Частина 3. с. 49-52.



**Черненко Олександр Сергійович,**

студент 4-го курсу; групи ЕПБ 16-1

ННІ Економіки, оподаткування та митної справи

Науковий керівник:

**Ткаченко Володимир Валентинович,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Економічна безпека є необхідною умовою існування будь-якого підприємства, вона забезпечує захищеність його життєво важливих інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз та є підґрунтям стійкого функціонування. Підвищена увага суспільства до проблем економічної безпеки обумовлена посиленням загроз, спричинених невизначеністю, що об'єктивно існує у будь-якому суспільстві, зростанням впливу людського чинника на економічні процеси та загостренням протиріч у стосунках між економічними суб'єктами, що проявляється у різних формах недобросовісної конкуренції та партнерства.

Економічна безпека підприємств та бізнесу – відносно новий напрямок розвитку економічної науки. Необхідність її постійного забезпечення зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільного функціонування і досягнення головних цілей своєї діяльності [4, с.176].

Економічну безпеку підприємства характеризують якісні та кількісні показники, що залежать від спроможності керівництва підприємства та спеціалістів ефективно уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Так, наприклад, Грунін О. А. визначає економічну безпеку підприємства як стан господарчого суб'єкта, у якому він при найбільш ефективному використанні корпоративних ресурсів досягає послаблення, запобігання або захисту від існуючих небезпек та загроз або непередбачених обставин і в основному забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та господарчого ризику [1, с.63]. Олейніков Є. А. – «Стан найбільш ефективного використання ресурсів для подолання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства сьогодні і в майбутньому» [3, с.532].

Поняттю економічної безпеки підприємства та чинникам впливу на діяльність підприємства приділена увага в працях вітчизняних вчених, таких як: О.І. Барановський, І. О. Бланк, О. І. Захаров, П. Я. Пригунов, В. С. Сідак, М. І. Камлик, В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк, Шкарлет С. М. та ін [2, с.78].



Наукова новизна полягає в розкритті залежності між типом розвитку підприємств і видом його безпеки, що відображається в динаміці економічних показників, в удосконаленні структури економічної безпеки підприємства в умовах кризи на основі виділення фінансової, інтелектуальної, кадрової, соціальної, технічної, технологічної, юридичної, інформаційної, екологічної, силової, енергетичної, інноваційної. Проведений аналіз комплексного вивчення структури показує, що для досягнення високого рівня економічної безпеки підприємство має забезпечувати структурну рівновагу основних функціональних складових.

Ефективність сучасних підприємств визначається стратегіями, спрямованими на активне використання внутрішнього потенціалу для зміни зовнішнього середовища, а не тільки до пристосування. При цьому активна адаптація є процесом, що створює приріст вартості підприємств.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що структура економічної безпеки підприємства виражається забезпеченістю підприємства якісними ресурсами, їх оптимальними запасами з урахуванням можливих ризиків господарської діяльності. [5, с.57]. При цьому всі ресурси повинні бути ефективно задіяні в рентабельне виробництво для забезпечення отримання прибутку та підтримки ліквідності підприємства. Це дозволить витримати цільові установки розвитку підприємства з точки зору економічної безпеки.

Висновок. Надійна економічна безпека підприємства можлива лише за комплексного і системного підходу, що дозволяє забезпечити стратегічний розвиток підприємства, розробити тактичні та оперативні дії для мінімізації наслідків кризи та негативного впливу загроз. Перспективою подальших досліджень є вдосконалення структури економічної безпеки підприємств за видами діяльності, розробка підходів до оцінювання рівня та оптимальної структури економічної безпеки підприємства.

### Список використаної літератури

1. Череп А. В., Лубенець І. О. Концептуальні засади економічної безпеки підприємств: Вісник Запорізького національного університету №1 (5) – Запорізький національний університет, Україна – 2018. 66 с.
2. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення). – К.: Національний торговельно-економічний університет. – 2017. 759 с.
3. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. К.: Ника-центр, Эльг. – 2017. 784 с.
4. Захаров О. І., Пригунов П. Я. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності: Навч. посібник. – К., 2018. 257 с.
5. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: Монографія / Кириченко О. А., Сідак В. С. та ін. – К.: Університет «Крок». – 2018. 403 с.





**Chernenko Olexander**

4th year student;

EPB Groups 16-1

Educational - Scientific Institute

Economy, taxation and customs

Supervisor:

**Kravchenko Margarita Anatoliivna**

Associate Professor,

Department of Economics, UDFSU

## **DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN UKRAINE**

Ukraine on the business environment is one of the most risky countries in Europe. Among a number of other indicators that is shown about this is a crucial index of ease of doing business that was founded by the World Bank to compare the ease of doing business between countries. Higher score in the index indicates about more efficient business regulation and stronger degree of protection of various forms of ownership in a particular country. In 2018, Ukraine ranked 145th place according to the criteria of last report, having lost two positions compared to 2017.

According to the State Statistics Committee of Ukraine, the volume of Ukrainian investments in the Polish economy as of January 10, 2011 totaled 49.5 million US dollars, representing 0.7% of the total volume of Ukrainian investments abroad. According to available information, the amount of actual Ukrainian investments in Poland, which for various reasons do not count the Ukrainian statistics, is more than \$ 1 billion US dollars [3, c.34].

Today, Ukraine investors gradually start shifting the emphasis from conventional production, concentrated in small business (building and decoration materials, wood, paint industry, etc.) in the direction of modern industries, providing high level information technology development. Already there is a serious growing interest of investors in the Ukrainian media market (after opening in 2017, one of the largest publishing company Agora of the Ukrainian branch of Agora Ukraine Ltd., this market is actively interested in other powerful media group in Poland - TVN). In addition, the Poles are increasingly attracted to the cooperation of Ukrainian programmers. In particular, the Cracow Technology Park, which are well-known international companies such as Motorola, Delphi, Onet, Interia, ComArch etc., working with Ukrainian experts in the field of information technology and Wroclaw authorities even developed a special motivation program for talented Ukrainian. In the future, such a partnership can develop in the creation of technology parks, with the participation of capital in Ukraine, including Lviv, Volyn and Ivano-Frankivsk. This allows to expect a high level of domestic personnel relevant universities and higher percentage learners of Polish among Ukrainian specialists and university graduates [1, c.91]. Very important in services innovation, particularly in tourism and recreation



industry, which in terms of the Ukrainian investment cooperation is one of the highest priority and potentially competitive in the international market. Moreover, some recreational resources Ukraine have a unique character that makes them the object of attention from wealthy Western consumers and investors.

Small business is unevenly distributed by the regions of Ukraine. The number of entrepreneurs is affected in some regions by the fact of large industrial enterprises and educational institutions presence. In Ukraine the number of employed in small business decreased from 2.011 mln persons in 2015 to 1.687 mln persons in 2016 (that us by 16%) (Diyalnist..., 2015: 42). [2, c.199] We calculated the percentage of people employed in small business in the total population by the regions of Ukraine. Data are taken for 2013, before the annexation of the Autonomous Republic of Crimea and temporary occupation of parts of Donetsk and Lugansk regions by Russian Federation. The results are shown in Table 1. Many people rented housing in big cities, but they are not registered. In addition, the "day population" of such cities is much higher than its official number (workers arrive early morning and leave cities after work). Because of these circumstances the obvious leaders by percentage of the employed in small business in the total population are big cities.

To simplify the business environment appropriate for freelancers it is needed to change also the tax paymentsystem. For example, payment of the single social tax should be done only for those months when a freelance has provided the actual services.

Some help for freelance entrepreneurship development is also provided by local authorities. For example, in the city of Lviv they established a business incubator "Startup Depot", for which the City Council has given a benua. "Startup Depot" is a business incubator for IT projects and a place for consultation and cooperation of entrepreneurs, designers and other creative people (Startup Depot, 2016). Employees of small businesses thus gain new skills and improve their employability. Local initiatives are the most important way of attracting investment capital to particular territories [5, c.14].

Local economic development will become the key factor of territory development on the basis of using strong points of a particular territorial community. Joint activity of local authorities, business and the public facilitates the process of determining the goals of community and adopting programs of territorial development. The measures that territorial communities can take to stimulate local economic development are: consultations for entrepreneurs, creation of local information centers, spreading new technologies that will enhance the process of attracting local workforce etc [4, c.27].

Conclusion. Entrepreneurship development helps strengthen the competitiveness of national economy. Entrepreneurs drive the economy because they create wealth through innovations. Activities and social behavior of entrepreneurs will determine the direction of Ukrainian society development in the near future.



Ukrainian legislation regulating entrepreneurial activity is constantly changing. It is necessary to support changes in national policy that will facilitate better local economic development and create an enabling environment for growth and innovation among small enterprises. While stimulating entrepreneurship development at the local level it is necessary to use the resource potential inherent to a particular territory. Prospects for further research include the development of the program-performance approach to planning local economic development. It is an effective instrument for planning of local economic development, concentration of recourses on its priority directions and the way of improving relations between local authorities, entrepreneurs, research and public institutions.

### References:

1. Goncharov E. V., Analysis of the Polish social and economic practices of public administration development of the region, electronic resource. Mode of access: <http://www.nbu.gov.ua> - Vernadsky National Library.
2. Zayarna N. M., Gnat N. A. International experience of small business supporting and current Ukrainian realities, Scientific Bulletin of the National Forestry University of Ukraine 2018. – No. 3. - S.198-202.
3. Government of Canada (2015). Background Information: Support to Small and Medium-Sized Enterprises in Ukraine // [www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca).
4. Hontz, E. (2016). Building Sustainable Feedback into Ukraine's Economic Reform Efforts // [www.cipe.org](http://www.cipe.org)
5. CESD (2012). EU issues 10 mln to support small business in Eastern Partnership states // [cesd.az](http://cesd.az).

**Ходаківська Марія Юріївна**  
студентка групи ФМР-18-1  
ННІ фінансів, банківської справи  
Науковий керівник:  
**Минюк Олена Юріївна,**  
к.ю.н., доцент, доцент кафедри господарського  
права та процесу УДФСУ

## ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ефективне правове регулювання малого підприємництва відіграє важливу роль у контексті розвитку всієї вітчизняної економіки, оскільки, саме мале підприємництво є найбільш поширеною формою реалізації свободи підприємницької діяльності для основної маси громадян, передумовою здорової економічної конкуренції, а також зайнятості та підтримання добробуту для значної частини населення.



Дослідженню питань розвитку малого підприємництва в Україні та визначенню проблем правового регулювання малого підприємництва присвячено багато робіт, серед яких роботи вчених: Дикань О. В. [2], Звонар Й.П., Кашуба О. М. [3], Табінський В.А., Холоменюк І.М. [4], Швець Г., Шраменко О.В. та ін. Однак, малий бізнес є чутливим до політичних та регуляторних умов, що потребує поглибленого дослідження проблем розвитку та визначення шляхів поліпшення правового регулювання малого підприємництва.

Метою роботи є дослідження проблем розвитку та визначення шляхів поліпшення правового регулювання вітчизняного малого підприємництва.

Процвітання будь-якої країни потребує максимальної зайнятості працездатного населення і стабільного економічного розвитку, сприяючи розвитку соціальної сфери та економіки безпосередньо. Розвиток малого підприємництва є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. В економічно-розвинених державах саме малі підприємства є основою економіки [2].

До проблем розвитку вітчизняного малого бізнесу слід віднести:

— відсутність дієвого механізму підтримки, розвитку і захисту малого бізнесу і малого підприємництва. Про це свідчать недоліки і складнощі, що зустрічаються в процесі функціонування підприємств бізнесу.

— поширеність корупції. За даними Індексу глобальної конкуренції, корупція є найбільш суттєвою проблемою для розвитку бізнесу в Україні. Наслідками існування даної проблеми є суттєва тінізація бізнесу, поширеність нелегальних схем та засобів впливу, зневіра значної частини підприємців, що загрожує руйнуванням системи публічної влади та нівелюванням функціонування вітчизняної правової системи.

— обмеженість та непрозорість доступу до державних і комунальних ресурсів. В Україні досі не вироблені прозорі та зрозумілі механізми доступу суб'єктів господарювання до державних та комунальних ресурсів (земель, майна, фінансування).

Що стосується безпосередньо проблем правового регулювання малого підприємництва в Україні, то суттєвою проблемою, яка є перешкодою для розвитку малого бізнесу є брак дієвих правових механізмів захисту суб'єктів господарювання. Наслідками існування даної проблеми є спотворене застосування норм права органами публічної влади, зневіра значної частини підприємців у спроможності держави захистити їх права та інтереси у порядку і спосіб, що передбачені законом, а також значна поширеність неправових звичаїв та практик, що не відповідають законодавству України. Також у контексті правового регулювання малого підприємництва проблемою є нерозвиненість механізмів фінансово-кредитної підтримки з боку держави,



оскільки у період кризи, саме держава має стати каталізатором до поживлення та розвитку економічних відносин [3].

Таким чином, до основних завдань держави щодо розвитку правового регулювання вітчизняного малого підприємництва пропонуємо віднести:

1. створення відповідної нормативно-правової бази. Приведення чинних нормативно-правових актів у відповідність до європейських стандартів;
2. реформування податкового законодавства (держава може піти шляхом зниження податкового навантаження, що стимулюватиме вивільнення коштів підприємств для інвестицій, або застосування гнучкої системи податкових пільг і податкових канікул для інноваційних інвестицій у малому бізнесі);
3. впровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності малих підприємств;
4. оптимізація державного регулювання підприємницького сектора за допомогою заходів дерегуляції, спрямованих на досягнення європейських стандартів.

Отже, мале підприємництво є фундаментом для ринкової економіки та створює необхідну атмосферу конкуренції, тому його ефективне правове регулювання відіграє важливу роль для успішного розвитку всієї вітчизняної економіки. Виходячи із здійсненого дослідження можна дійти висновків, що актуальними проблемами правового регулювання малого підприємництва є недосконалість законодавства та механізмів фінансово-кредитної підтримки з боку держави, а також високий рівень корупційної складової.

#### **Список використаної літератури**

1. Гаврилюк Г. Є. Сучасний стан і проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. Економічний простір. 2017. № 5. С. 115–118. URL: [www.irbisnbuv.gov.ua/](http://www.irbisnbuv.gov.ua/) (дата звернення: 13.09.2019)
2. Дикань О. В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. № 57. С.58-66. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/7\\_2015/23.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/7_2015/23.pdf) (дата звернення: 14.09.2019)
3. Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. № 59. С.74-81. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/7\\_2015/23.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/7_2015/23.pdf) (дата звернення: 14.09.2019).
4. Холоменюк І.М. Джерела та проблеми фінансування розвитку малого та середнього бізнесу: вітчизняний та закордонний досвід. Економічні новини. URL: <http://www.vestnikeconom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/25.pdf> (дата звернення: 16.09.2019)



**Челюк Анастасія Ігорівна,**

студентка УДФСУ

Науковий керівник:

**Мельничук Ганна Сергіївна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства УДФСУ

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогоднішній день при формуванні конкурентоспроможності підприємства експортний потенціал виступає однією із головних характеристик його економічної потужності. Для ефективного функціонування підприємства потрібно мати точне уявлення про його можливості на міжнародних ринках, перед виходом на зовнішні ринки підприємству необхідно проаналізувати свій експортний потенціал, саме тому можна сказати, що конкурентоспроможність промислових підприємств безпосередньо залежить від росту його експортного потенціалу [2, с. 35]. Аналізуючи наукову літературу, було виявлено, що існує низка підходів щодо трактування сутності поняття «експортний потенціал», найпоширенішими серед яких є: ресурсний, корпоративний і системний.

Ресурсний підхід ґрунтується на конкурентних перевагах ефективності використання ресурсів підприємства, тобто вагомим значення набувають внутрішні фактори, такі як: ефективність виробництва, володіння патентами, менеджментом і рекламою. Основним недоліком даного підходу є те, що він розглядає експортний потенціал лише з однієї сторони, не враховуючи інших факторів, а також не враховується можливість підприємства адаптуватися до умов нестабільного зовнішнього середовища [3, с. 282].

Корпоративний підхід розроблений М. Портером, і ґрунтується на теорії конкурентних переваг, відповідно до якої конкурентоспроможність підприємства формує її експортний потенціал в рамках певної групи підприємств однієї галузі, які випускають однорідну продукцію [1, с. 153].

Системний підхід до дослідження експортного потенціалу промислового підприємства характеризується вивченням процесів, які відбуваються у внутрішньому середовищі суб'єкта господарювання, та його взаємодію із зовнішнім середовищем. Відповідно до даного підходу експортний потенціал можна пояснити як збалансовану систему ресурсів, які використовують в процесі адаптації підприємства до вимог міжнародних ринків [1, с. 154]

Проаналізувавши всі вище зазначені підходи, в узагальненому вигляді пропонуємо трактувати сутність експортного потенціалу підприємства як потенційно існуючі засоби підприємства, якісні ознаки яких характеризують



функціональну можливість нарощування конкурентних переваг на міжнародних ринках в умовах динамічного економічного середовища.

Оскільки експортний потенціал уособлює принцип діяльності системи «підприємство – зовнішні ринки», то основним критерієм можливостей підприємства як суб'єкта міжнародних економічних зв'язків є задоволення потреб зовнішніх ринків. Саме тому експортний потенціал, як один із об'єктів управління підприємством, створює зворотний сигнал, який має корегуватися відповідно до вимог міжнародних ринків, щоб бути конкурентоспроможним.

Таким чином «експортний потенціал підприємства» повинен розглядатися як системне явище, що зумовлює можливості підприємства виконувати функцію повноцінного елемента зовнішньоекономічних відносин та задовольняти потреби міжнародних ринків [4, с. 225].

Отже, при формуванні конкурентоспроможного підприємства одним із основних факторів, які потрібно розглянути, виступає експортний потенціал підприємства, тобто можливість підприємства задовольнити потреби зовнішніх ринків в умовах конкурентного середовища, використовуючи всі наявні ресурси.

#### **Список використаної літератури**

1. Байдала Н. М. Експортний потенціал: сутнісна характеристика, фактори формування та механізми стимулювання / Н. М. Байдала. – Л. : Сучасні проблеми економіки і менеджменту, 2016. – С. 153–154
2. Матвеев В.В. Експортний потенціал підприємства: сутність і особливості формування / В. В. Матвеев, І. К. Ярмоленко. – Д. : Ефективна економіка, 2015. – № 1. С. 33-38.
3. Кобзева К. В. Визначення експортного потенціалу промислового підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс] / К. В. Кобзева // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія : Економіка. – 2013. – Т. 14, Вип. 266. – С. 93-101.
4. Мельник О.Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу / О. Г. Мельник. – Х. : Проблеми економіки, 2017. – № 1. – С. 226-231.



**Шаповалюк Іванна Олександрівна,**

студентка ННІ ФБС ФБД-17-2

Науковий керівник:

**Онишко Олег Володимирович,**

к.ю.н., доцент, доцент кафедри

господарського права та процесу УДФСУ

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Україна - європейська держава. Вхідження її в світову спільноту як рівноправного ринкового партнера пов'язане з таким багатогранним процесом, як розвиток підприємництва. Проблема становлення та розвитку підприємництва в економіці будь-якої країни, в тому числі і України, належить до категорій особливо актуальних, оскільки вона безпосередньо пов'язана з рівнем соціальної комфортності населення. Розвиток підприємництва забезпечує не тільки матеріальну стабільність населення, але в розвиває інтелектуальні, моральні, культурні та інші якості людини. Підсумки реалізації людського потенціалу є знання і творчість, стимулюючі поява нових технологій, які, у свою чергу, забезпечують досягнення у сферах медицини, зв'язку, сільського господарства, енергетики, промислового виробництва та ін.[1, с 8-10].

Незважаючи на ту велику роль, яка відводиться малому і середньому бізнесу, розвиток підприємництва як в Україні в цілому, так і в нашому регіоні не відповідає вимогам часу.

Як стверджують самі підприємці ,найхарактернішими факторами, які гальмують цей розвиток є наступні:

1) Організаційно-правові труднощі започаткування бізнесу, особливо на стадії переходу від реєстрації до початку діяльності.

2) Недоступність кредитних ресурсів як для започаткування, так і для ведення бізнесу чи його відновлення, недостатні зв'язки міжнародними фінансовими організаціями по залученню інвестицій і грантів.

3) Переважно декларативний характер державної підтримки підприємства, неоднозначність та суперечливість чинної нормативно-правової бази.

4) Територіальні диспропорції, тобто концентрація малих підприємств довкола промислових центрів і майже відсутність їх у віддалених районах і селах.

5) Неприятлива (тобто фіскальна) податкова політика, непомірний тягар оподаткування (особливо в питаннях начислення на заробітну плату, що призводить до значної тінізації в малому бізнесі.)

6) Доволі громіздка система бухгалтерського обліку та звітності.





7) Обмежені можливості для захисту від протиправних посягань.

Однією з найвагоміших перепон на шляху розвитку малого бізнесу є відсутність фінансових ресурсів для інвестиційного розвитку, а значить і сповільнення розвитку інвестиційних процесів, які є рушійною силою економічного зростання[2,с 45-48] .

В країнах з розвинутою економікою найбільш поширеною формою фінансової підтримки малого бізнесу (70%) є кредитні ресурси банків. Держава всіляко сприяє зацікавленості кредитним установам надавати пільгові кредити початківцям і залучає до цієї справи різні верстви населення. Для цього створюють спеціальні урядові програми для молоді, безробітних, непрацюючих жінок ,реалізація яких здійснюється через вибрані банки .З метою заохочення виконання таких програм держава формує систему мотивацій-виділення додаткових кредитних ресурсів ,встановлення пільгової системи оподаткування для кредитодавця тощо[3, с.124-125].

В Україні існують спеціалізовані джерела підтримки малих підприємств-це державна фінансова допомога та міжнародна донорська допомога .Державна фінансова допомога реалізується через Український фонд підтримки підприємництва, Український державний фонд підтримки фермерських господарств та державний інноваційний фонд[4 с.13-14].

Намагаючись якось вирішити проблему відсутності інвестиційних ресурсів, підприємці утворюють громадські організації-кредитні спілки та позичкові кола взаємного кредитування. Однак великого поширення такі форми ще не отримали і основна причина криється в таки же мізерних доходах, які отримують підприємці[5 с.27].

Отже, у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні можна визначити такі перспективи розвитку:

- спрощення дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів підприємництва та скорочення строку проведення таких процедур;
- удосконалення порядку ведення податкового і статистичного обліку та звітності суб'єктів господарської діяльності, зниження податкового тиску на економіку та забезпечення його рівномірності.
- ниження тиску на суб'єктів господарювання з боку контролюючих органів, протидія рейдерству та корупції;
- вдосконалення інфраструктури розвитку підприємництва;
- впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва.
- створення сприятливих фінансових передумов для започаткування та здійснення підприємницької діяльності, доступності фінансових ресурсів для суб'єктів підприємницької діяльності.



### Список використаної літератури

1. Економіка, фінанси, право 2016р. № 9 стр 6-8
2. Богиня Д., Волинський Т. Питання економічної стабілізації в Україні. Економіка України, 2014, №2, с.4-13.
3. Громовик Е.П. Особливості, проблеми та перспективи вітчизняного підприємництва // Слово.- 2015.-№4.-С.3-П.
4. Економіка підприємства. За заг. Ред. С.Ф. Покропивного. - К.: КНЕУ, 2013 - 608с.
5. Енциклопедія малого бізнесу,-М .: І-КК "Дека", 2016.

**Шайко Дар'я Русланівна**

студентка групи МЕМ-19-1

Науковий керівник:

**Белінська Яніна Василівна,**

д.е.н., професор, завідувач кафедри  
міжнародної економіки УДФСУ

### АНАЛІЗ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Підприємницька діяльність є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

Мале і середнє підприємництво сприяє створенню нових робочих місць, зростання валового внутрішнього продукту, а також стимулюванню розвитку конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу економіки. Сьогодні саме з малим та середнім підприємництвом держава пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для розширення впровадження ринкових реформ.

Наразі простежується доступність значної кількості різноманітних товарів, ріст освітнього і культурного рівня, динамізм життя, підвищення інформованості. Таким чином, знижується виробництво стандартизованих товарів з певними характеристиками і збільшується виробництво товарів з особливими характеристиками, призначених для певної групи споживачів і здебільшого коротким життєвим циклом .

За останні 20 років умови ведення підприємницької діяльності в Україні суттєво змінились. Вдосконалення законодавчої бази, поступове входження на світовий ринок, стабілізація економіки держави – все це впливає на діяльність як українських, так і закордонних підприємств, що працюють в Україні [2].

Проаналізувавши дані з 2013 року, можна спостерігати, що протягом 2013–2015 років, навіть попри складне соціально-економічне становище України, кількість суб'єктів господарювання стабільно збільшувалася, але вже з



2016 року вона почала стрімко зменшуватися і у 2017 році становила 1805059 одиниць, що на 60471 одиниць менше порівняно з цим показником у 2016 році (1865530 одиниць) [1]. Найбільшою у загальній кількості суб'єктів господарювання протягом останніх років в Україні була частка суб'єктів малого підприємництва (у тому числі суб'єктів мікропідприємництва), вона мала тенденцію до збільшення протягом досліджуваного періоду і станом на 2017 рік дорівнювала 99,1%.

Найбільша кількість малих і середніх підприємств традиційно зосереджена в м. Києві – 25%, Дніпропетровській – 11,2%, Донецькі – 6,8%, Харківській – 6,7%, Львівській – 5,5%, Київській – 5,5%, Одеській – 5,2% областях [1].

Також спостерігається тенденція зменшення кількості зайнятих та найманих працівників з 2013 року. Найгірше становище у цьому контексті було у суб'єктів великого підприємництва (станом на 2017 рік кількість зайнятих і найманих працівників дорівнювала 1560,9 тис. осіб), а найкраще – у суб'єктів малого, у тому числі мікропідприємництва (у 2017 році кількість зайнятих та найманих працівників становила відповідно 3956,3 і 2393,3 тис. осіб) [4].

Наслідки різних видів діяльності вітчизняних підприємств найкраще показують фінансові результати їхньої діяльності. Статистика фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств за розмірами до оподаткування протягом 2013-2017 рр. свідчить про існування негативних тенденцій розвитку великих і середніх (у 2014 та 2015 рр.) та особливо малих і мікропідприємств (протягом усього досліджуваного періоду), адже, значення фінансового результату (сальдо) від діяльності різних видів підприємств за розмірами переважно було від'ємним.

Якщо порівнювати з іншими країнами частку малого і середнього підприємництва в обсягах реалізації продукції (товарів, послуг), то у 2014 році в Україні вона склала 60,9%, що більше, ніж в Польщі (55,9%), Німеччині (47,1%), Словаччині (54,8%), Чехії (57,7%), але менше, ніж в Естонії, Латвії, Литві і Болгарії [3].

Така ситуація зумовлює гостру потребу сектору підприємництва в ефективній державній підтримці, що має бути спрямована насамперед на формування позитивного правового та економічного клімату.

Основними завданнями держави у процесі стимулювання розвитку вітчизняного підприємництва мають бути такі: спрощення процедури започаткування бізнесу та створення сприятливих умов для ефективного та успішного розвитку підприємництва у майбутньому; формування адекватної податково-правової бази для розвитку підприємництва без бюрократичних бар'єрів. У процесі поступового відновлення і подальшого розвитку сектору підприємництва важливо стимулювати й формувати інфраструктуру підтримки



середнього та малого підприємництва, розвиток якого є основою економіки у більшості розвинених країн світу.

### Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.org/uk>
2. Кравченко М.С. Сучасні проблеми розвитку підприємництва в Україні // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – 2017. – С.204 – 205.
3. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні [Електронний ресурс] // Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» (USAID ЛЕВ). – 2016–2017 роки. – Постійне посилання [http://www.ier.com.ua/files// Projects/2015/LEV/2016-2017\\_ABCA\\_](http://www.ier.com.ua/files//Projects/2015/LEV/2016-2017_ABCA_)
4. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва», 2017 / Державна служба статистики України; за ред. М.С. Кузнецової. К., 2018.- 343 с.

**Ялинчук Анастасія Володимирівна,**  
студентка групи ЕПБі-15-2,  
ННІ ЕОМС, УДФСУ

## СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ , ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні тенденції розвитку вітчизняної економіки, інтенсифікація конкуренції у зв'язку з новими загрозами глобалізаційних процесів визначають необхідність визначення основних напрямів підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. Цьому сприятиме впровадження системи знань з інформаційного менеджменту, яка забезпечить розвиток управлінських компетенцій для впровадження управлінських інновацій.

Причиною створення та впровадження управлінських інновацій є зміна завдань, які вирішує підприємство, що, у свою чергу, обумовлено об'єктивними процесами, що відбуваються у зовнішньому середовищі його функціонування. Успіх підприємства «пов'язаний з тим, наскільки добре він адаптується до зовнішнього середовища, тобто, чи може він своєчасно визнавати загрози своїй діяльності, чи використовує він можливості, і, нарешті, чи може отримати максимальну вигоду. - це головні критерії ефективності всієї системи управління» [1, с.72].

Стратегічне планування є єдиним способом передбачити можливості та загрози для підприємства, забезпечити його інструментами управління для розробки довгострокових планів і створити умови для прийняття обґрунтованих рішень. Водночас, стратегічне планування та процедури прийняття рішень,



засновані на аналізі зовнішнього середовища, можна вважати слабо формалізованими, що пояснюється тим, що як зовнішнє, так і внутрішнє середовище підприємства характеризуються високим ступенем невизначеності, динаміки та складності і з іншого боку, низький рівень управлінського потенціалу, його нездатність швидко реагувати на зміни на ринку та відсутність ефективного інформаційного забезпечення є одними з найважливіших причин слабкої конкурентної позиції українських підприємств.

Узагальнення передового досвіду зарубіжних і вітчизняних підприємств показало, що тільки оперативне отримання адекватної інформації є єдиною можливою основою для належного і своєчасного виконання складних управлінських завдань і в свою чергу запровадження управлінських інновацій. Тому інформація є критичним фактором, коли мова йде про процес створення нових товарів, процес постачання, процес побудови системи цінностей для кінцевого користувача (стимул до виникнення нових потреб). Швидкі зміни в українській економіці ще більше актуалізували роль своєчасного інформаційного забезпечення підприємства, ефективності обміну інформацією між керівництвом і працівниками. Інформаційні технології та бази даних українських підприємств не можуть забезпечити конкурентну перевагу в довгостроковій перспективі. Конкурентні переваги можна досягти лише шляхом перетворення інформації на знання з метою їх подальшого використання для прийняття ефективних управлінських рішень. [2, с.24].

Підприємство повинне мати доступ до необхідної інформації, щоб «перетворити інформацію на знання, які будуть використовуватися для досягнення поставлених цілей; контролювати джерела його надходження; пошук необхідних даних в масиві отриманої інформації; адаптувати профілі новин та іншу необхідну інформацію до потреб користувачів; здійснювати надходження інформації, дії, спрямовані на виконання конкретних завдань (складання звітів, проведення досліджень, порівняння різних результатів діяльності підрозділів тощо)» [3, с.24].

Тому для того, щоб створити інформаційне середовище для розробки, аналізу та прийняття управлінських рішень на підприємстві, впровадження управлінських інновацій повинно діяти на основі системи розвитку управлінського потенціалу. Вона надає такі переваги: 1) надання текстової або аналітичної інформації керівництву підприємства; 2) вибір необхідної інформації для прийняття управлінського рішення; 3) підтримка та вдосконалення інструментів прогнозування; 4) можливість співробітництва з інтелектуальними агентами у підготовці управлінських рішень; 5) підтримка мультимедійного інтерактивного зв'язку між керівниками підприємства в робочому режимі тощо.



### Список використаної літератури

1. Піняга Н.О. Підвищення ефективності використання потенціалу ресурсів підприємств у сучасних умовах господарювання/Вісник Львівського національного аграрного університету: економіка АПК. 2016. № 20 (1). с.4488 С.
2. Олійник Т.І. Формування й ефективне використання трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств: [монографія] / Харків: (Магда Ltd ), 2012. 338 с.
3. Синюченко М. І. Конкурентоспроможність національної економіки: дослідження ефективності факторів зростання // Бізнес інформація. 2014. № 7. С.14-17 .

**Яременко Валентина Сергіївна,**  
студентка групи ПМЦ-19-1, УДФСУ

Науковий керівник:

**Мілімко Лариса Василівна,**  
к. ю. н., доцент, доцент кафедри господарського  
права та процесу УДФСУ

### **ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ЧЕРЕЗ ФОРВАРДНІ ЗАКУПІВЛІ ЗЕРНА**

Не дивлячись на те, що сільське господарство є однією із провідних галузей економіки України, воно потребує постійної державної підтримки. На сучасному етапі розроблено і запроваджено низку заходів державної підтримки, серед яких форвардні закупівлі зерна. На цей засіб державної підтримки виділяють значні кошти, тому аналіз ефективності його правового регулювання становить значний інтерес для практики.

Положення щодо форвардних закупівель зерна містяться у Цивільному кодексі України, Податковому кодексі України, Законах України «Про державну підтримку сільського господарства України» (далі – Закон про державну підтримку), «Про зерно та ринок зерна в Україні», Порядку проведення державних форвардних закупівель зерна, затвердженому Постановою Кабінету Міністрів України «Про запровадження державних форвардних закупівель зерна» від 16 травня 2007 р. № 736 (далі – Постанова № 736). Разом з тим, положення цих нормативно-правових актів потребують аналізу з точки зору втілення у них форвардних закупівель саме як засобу державної підтримки.

Над питаннями, які стосуються форвардних закупівель зерна, працювали такі дослідники як: Н.С. Гавриш, О.В. Гафурова, А.Й. Годованюк, В.М. Єрмоленко, С.І. Марченко, В.І. Семчик, А.М. Статівка, М.В. Шульга та інші.



Дослідження за схожою тематикою здійснено Х. Григор'євою, проте авторка більше зосередилась саме на розкритті правової природи форвардного договору через порівняння з іншими. Отже, не зважаючи на наявність певних досліджень, пов'язаних з форвардними закупівлями, аналіз їх як засобу державного регулювання потребує додаткового дослідження.

Визначення форвардного контракту закріплено у Податковому кодексі України як договору купівлі-продажу біржового товару, згідно з яким передача права власності на товар буде здійснюватись у майбутньому. Сторонами є покупець і продавець, де продавець бере на себе обов'язок здійснити поставку обумовленої кількості базових інструментів на певну дату, зафіксовану в контракті, проте віддалену значним проміжком часу від дати укладення угоди, а покупець повинен прийняти поставку за погодженою ціною (п.14.1.45.3. ст. 14 ПКУ) [1].

Відповідно до ст. 10 Закону України «Про зерно та ринок зерна в Україні» КМУ здійснює державне регулювання ринку зерна шляхом запровадження системи державних форвардних закупівель [2].

Форвардні закупівлі передбачено серед видів державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників (ст. 17-2 Закону про державну підтримку). Держава забезпечує підтримку у формі застосування державних форвардних закупівель зерна на організованому аграрному ринку України [3].

Форвардні контракти, або договори поставки продукції майбутнього врожаю на практиці укладаються з такими державними компаніями – ПАТ «Аграрний фонд» та ПАТ «ДПЗКУ», які орієнтовані на зернову групу культур, та приватними структурами (зернотрейдерами) – закупівля технічних культур [4, с. 110].

Аналіз практики форвардних закупівель вказує на значну активність Державної продовольчо-зернової корпорації України (далі – ДПЗКУ), яка у першій половині 2018 року в рамках форвардної програми перерахувала понад 606 млн. грн. авансових платежів сільгоспвиробникам, що більше, ніж втричі перевищує аналогічний показник 2017 року. Також у ДПЗКУ розпочалася програма закупівель зернових майбутнього врожаю 2019 року. У межах цього річної програми планувалося закупити у сільгоспвиробників 360 тис. тонн пшениці, кукурудзи та ячменю. На авансування сільгоспвиробників виділити 1,3 млрд. грн. При цьому, ознайомившись з Алгоритмом дій при організації закупівлі зерна майбутнього врожаю 2019 року [5] можна зробити висновок, що такі контракти укладаються ДПЗКУ та виробниками зерна поза організованим аграрним ринком, а тому не підпадає під дію ст. 17-2 Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України».

Проте, незважаючи на дану невідповідність між вищезгаданим алгоритмом та Законом України «Про державну підтримку сільського господарства України», можна погодитись з Т.Ю. Андросовичем, що форвардні



закупівлі є програмою державної підтримки сільського господарства, в якій беруть участь лише сільгосптоваровиробники. Під форвардними закупівлями розуміється придбання товару на організованому аграрному ринку для потреб державного інтервенційного фонду у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін даного продажу під час укладення форвардного біржового контракту [6, с. 3]. При цьому варто уточнити, що ознакою форвардних закупівель як засобу державної підтримки є те, що вони розповсюджуються тільки на виробників зерна.

Обсяг коштів, передбачених у бюджеті впливає на обсяг державної підтримки у вигляді форвардних закупівель зерна, тому що Аграрний фонд здійснює форвардні закупівлі за рахунок коштів, які передбачені у Державному бюджеті України на відповідний рік. Так, в Бюджеті України в 2018 році було передбачено:

- фінансова підтримка розвитку фермерських господарств – 150 млн. грн.;
- державна підтримка галузі тваринництва – 3021 млн. грн.
- державна підтримка розвитку хмелярства, закладення молодих садів, виноградників та ягідників і нагляд за ними – 300 млн. грн.;
- фінансова підтримка сільгосптоваровиробників (форвардні закупівлі) – 695 млн. грн.

Натомість вже в Бюджеті на 2019 рік передбачено:

- фінансова підтримка розвитку фермерських господарств – 800 млн. грн.
- державна підтримка галузі тваринництва – 4000 млн. грн.
- державна підтримка розвитку хмелярства, закладення молодих садів, виноградників та ягідників і нагляд за ними – 400 млн. грн.
- фінансова підтримка сільгосптоваровиробників (форвардні закупівлі) 1 381 млн. грн. [7].

Таким чином можна стверджувати, що форвардні закупівлі зерна займають вагоме місце в системі державної підтримки сільського господарства, оскільки посідають другу сходинку по сукупній кількості видатків серед видів державної підтримки в цій сфері. Крім того, за останні два роки фінансування форвардних закупівель збільшилося в два рази, що свідчить про підвищений інтерес держави до цього виду державно підтримки та активного впровадження нових механізмів фінансування сільгосптоваровиробників.

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що форвардні закупівлі зерна як засіб державної підтримки характеризується тим, що форвардні операції укладаються через договір купівлі-продажу біржового товару, відповідно до якого передача права власності на товар здійснюється у майбутньому; дані контракти укладаються найбільше з такими державними компаніями, як ПАТ «Аграрний фонд» та ПАТ «ДПЗКУ»; усі умови форвардного контракту визначаються контрагентами в момент його укладання.





На ефективність форвардних закупівель як засобу державної підтримки впливає правова визначеність цього засобу та зручність його використання учасниками аграрних відносин.

Для підвищення ефективності цього засобу державної підтримки можна запропонувати напрями удосконалення їх правового регулювання, зокрема, прописання умов укладання договорів та зниження витрат, пов'язаних із їх супроводженням. Так як форвардні операції тільки починають розвиватися в нашій країні, для їх ефективного використання потрібно вдосконалювати процеси стосовно порядку укладання даного договору, його супроводження з мінімальними витратами для підприємств.

### Список використаної літератури

1. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 № 2611-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. ст.112.
2. Про зерно та ринок зерна в Україні: Закон України від 04 липня 2002 № 1982-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 35. Ст. 258.
3. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України від 24 червня 2004 № 2497-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 49. Ст. 527.
4. Яцух О. О. Оцінка діючого механізму форвардних операцій та його аналітичне забезпечення. Держава та регіони. 2018. № 2(101). С. 104-114.
5. Алгоритм дій при організації закупівлі зерна майбутнього врожаю 2019 року [Електронний ресурс] // Державна продовольчо-зернова корпорація України. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pzcu.gov.ua/ua/purchases/docs>.
6. Андросович Т.Ю. Механізм державних форвардних закупівель зерна. Науковий вісник НУБіБ. 2013. №1. С. 1- 6.
7. Про Державний бюджет України на 2019 рік: Закон України від 23 листопада 2018 № 2629-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2018. № 50. Ст. 400.



**Ясентюк Анастасія Сергіївна,**  
студентки 3 курсу ННІ ФБС  
Науковий керівник:  
**Онишко О.В.,** к. ю. н., доцент  
кафедри господарського права  
та процесу права УДФСУ

## **ДЕРЕГУЛЯЦІЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОДИН ІЗ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

В умовах глобалізації, соціальної орієнтації, прагнення України до європейської інтеграції значно зростає актуальність дослідження питань державного регулювання господарських відносин. Функціонування та розвиток економіки в сучасних умовах ставить певні перепони у задоволенні потреб учасників ринкових відносин: підприємств, споживачів, найманих працівників, регіонів, держави..

Для забезпечення соціально-економічного розвитку держава має варіювати ступінь регулювання залежно від низки факторів, які впливають на ефективність державного втручання у різні сфери суспільних відносин, що може проявлятися як у державній політиці регулювання, так і у дерегулюванні економіки.

Під дерегулюванням слід розуміти сукупність спрямованих на зменшення втручання державних органів у підприємницьку діяльність, усунення правових, адміністративних, економічних та організаційних перешкод у розвитку підприємництва заходів [1].

До таких способів належать:

- спрощення порядку створення, реєстрації та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності;
- скорочення переліку видів підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню та патентуванню, вимагають одержання сертифікатів та будь-яких інших дозволів на здійснення підприємницької діяльності;
- лімітування перевірок та контролю за діяльністю суб'єктів підприємництва;
- спрощення процедури митного оформлення вантажів при здійсненні експортно-імпортних операцій;
- забезпечення послідовності та стабільності нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності [2].

Для підвищення ефективності інтегрування України у світове співтовариство уряд має дотримуватися даних напрямків, які безпосередньо пов'язані з дерегуляційними заходами.



Напрями регулювання економічної політики, спрямованої на функціонування єдиного внутрішнього ринку ЄС, такі: забезпечення умов для підприємницької діяльності на основі дотримання антимонопольного законодавства, регулювання зовнішньоекономічної діяльності [3].

Тому процес дерегуляції підприємницької діяльності в Україні все ще триває. І враховуючи нинішні несприятливі умови (окупація Криму та проведення АТО на Сході України), держава й далі повинна удосконалювати процеси обмеження втручання в поточну діяльність суб'єктів господарювання відповідно до міжнародних норм і практики країн ЄС, сприяти розширенню бази інвестиційних ресурсів підприємств та їхньому спрямуванню в напрямках, необхідних для реалізації програми модернізаційних реформ.

### **Список використаної літератури**

1. Про план дерегулювання підприємницької діяльності : Наказ Міністерства економіки України від 31.05.2000 № 104 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uazakon.com/document/spart43/inx43471.htm>
2. Гончаренко Олена. Державне регулювання та саморегулювання господарської діяльності: пошук балансу [Текст] / Олена Гончаренко // Підприємництво, господарство і право. - 2018. - № 3. - С. 40-45. - Режим доступу: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/3/15.pdf>
3. Сергійко О. В. До питання дерегулювання підприємницької діяльності / О. В. Сергійко // Приватне право і підприємництво. - 2016. - Вип. 16. - С. 145-149. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppip\\_2016\\_16\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppip_2016_16_30)



*Наукове видання*

**СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»**

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА:  
КЛЮЧОВІ МЕХАНІЗМИ ОРГАНІЗАЦІЇ,  
ОСНОВНІ ДРАЙВЕРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

*Збірник матеріалів  
III міжнародної науково-практичної конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»*

**У двох частинах**

**Частина 2**

**10–11 жовтня**

**Відповідальний за випуск В. В. Гурочкіна**

*Матеріали друкуються в авторській редакції.*

Здано до друку 11.10.2019. Формат 60×84/16.  
Папір офсетний № 1. Гарнітура «Times New Roman».  
Друк. арк. 15,2.

Тираж 300 примірників. Замовлення № 822.

*Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром  
Університету ДФС України, 08200, вул. Університетська, 31,  
м. Ірпінь, Київська область, Україна*

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до державного реєстру видавців, виготовлювачів і  
розповсюджувачів видавничої продукції  
Серія ДК № 5104 від 20.05.2016*