

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ГОСПОДАРСЬКА АКАДЕМІЯ «ДІМІТР ЦЕНОВ» (М. СВІШТОВ, БОЛГАРІЯ)
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ (М. ПРАГА, ЧЕХІЯ)
КРАКІВСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (М. КРАКІВ, ПОЛЬЩА)

РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ ТА ПЛАНУВАННЯ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

*МАТЕРІАЛИ
У МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
14-15 вересня 2017 року*



УДК: 334.012.42:330.3 (477)

Розвиток економіки та планування бізнесу в сучасних умовах: проблеми та шляхи вирішення: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 14-15 вересня 2017 р.). – Одеса: Ротапринт, 2007. – 126 с.

У збірнику представлено матеріали учасників V Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та планування бізнесу в сучасних умовах: проблеми та шляхи вирішення», яка відбулася в Одеському національному економічному університеті 14-15 вересня 2017 року.

Розглядаються питання економіки, фінансів, інвестицій та інвестиційної діяльності, інновацій та інноваційної діяльності, економіки праці, публічного управління, підприємництва, конкурентоспроможності та прибутковості українських підприємств, інтеграційних процесів, національної безпеки.

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ЕКОНОМІКА ХХІ СТОЛІТТЯ: НАЦІОНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ

Батрак Н. В.

ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ: ПРИЧИНИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ 8

Васютинська Л. А.

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ ЩОДО ФІНАНСОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОЕКТІВ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО
ПАРТНЕРСТВА 10

Воробйова М. О.

КОМПАРАТОР ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЯК МЕТОД ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ПРОЕКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА 12

Глушковська Ю. О.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВИХ РОЗРОБОК В УКРАЇНІ 14

Голікова О. С.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОВОДЖЕННЯ З
ПРИРОДНИМИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИМИ РЕСУРСАМИ 15

Горин В. П.

ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ..... 16

Злобіна О. В.

ПОЛІТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
ПОНЯТТЯ ТА ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ 18

Клевцєвич Н. А.

ДЕРЖАВНО ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У ВКГ УКРАЇНИ: ПОКАЗНИКИ ТА
ЗВІТНІСТЬ 20

Костенко Д. А.

УКРАЇНА В МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ 22

Кучер К. О.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ
ЕКОНОМІКИ 24

Кушнір Д. Ф.

ЧИННИКИ «ТІНЬОВОЇ» ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 27

Кушнір О. Є.

СВІТОВИЙ РИНОК ЗЕРНА НА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА НЬОМУ 29

Ніколаєв І. С. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	31
Лещенко А. В. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ	32
Мельник І. О. ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ В УКРАЇНІ	34
Мельник М. О. ВПЛИВ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	36
Мітчик Н. В. НЕОБХІДНІСТЬ ТА ВАЖЛИВІСТЬ СТВОРЕННЯ САМОДОСТАТНІХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	38
Мороз М. О. ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПРОФМЕДГРУП»	40
Слатвінська М. О. ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ..	42
Сментина Н. В. СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	44
Тітомир А.А. ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ.....	46

СЕКЦІЯ 2

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Бондар Я. О. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	48
Боярська Ю. І. СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА	50
Бурлаченко І. В. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	52
Вакуленко В. Е. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОРСЬКИХ ГАЛУЗЕЙ	54

Воробйова В. Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	57
Доброва Н. В., Однолько В. О. МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	58
Жбанкова А. М. ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	60
Зеленюк О. В. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	62
Ізмайлова А. Р. РОЛЬ УКРАЇНСЬКИХ ПОРТІВ В ЗБІЛЬШЕННІ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	65
Каражия О. Е. ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	67
Куца Н. Р. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	69
Луценко К. О. ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	71
Луценко Ю. О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІГРАШОК УКРАЇНИ	74
Мізіна А. О. СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ	75
Новомлінова Н. О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ.....	77
Омельяненко В. А. АНАЛІЗ СИСТЕМНИХ ЗАСАД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ)	79
Скляр Д. В. ЕТАПИ ТА ОЦІНКА ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ	81

Стрельчук А. О. МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ЗАПОЧАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ПОСЛУГ	83
Томашен В. В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ ...	85
Хавалджи Л. І. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ПРОФМЕДГРУП»	87
Чубенко М. О. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕКОЛОГІЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	89
Яковлева Р. Т. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ КОТОРЫЕ НА НЕЕ ВЛИЯЮТ	92

СЕКЦІЯ 3 РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА, ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бадюл О. С. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	95
Банчуковська Р. О. МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ НЕРУХОМОСТІ	97
Генчева В. Г. ПРОГНОЗНІ ПЕРСПЕКТИВИ НА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ	99
Єфременко А. А. ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	101
Кодрик А. С. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ И МОЛДОВЕ	103
Попов М. С. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	105
Прийма В. Є. ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА	108

Станков М. Д. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ	110
Терешина А. С. ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ	112
Фіалковська А. А. ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКА ПРОБЛЕМ ТА КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	114
Ходацький С. С. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	116
Чебан Р. В. ОЦІНКА ВПЛИВУ ГАЛУЗЕВИХ ПОКАЗНИКІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА	118
Чебан Р. В., Балджи М. Д. СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ	121
Черноусова Я. Е. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	123
Яновська А. С. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМНИЦТВ	124

СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІКА XXI СТОЛІТТЯ: НАЦІОНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ

Батрак Н. В.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ: ПРИЧИНИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

Безробіття – складне економічне, соціальне і психологічне явище. Водночас безробіття – це економічна категорія, яка відбиває економічні відносини щодо вимушеної незайнятості працездатного населення.

Згідно із Законом України «Про зайнятість населення» безробітними вважаються 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, тобто це особи, що справді шукають роботу та здатні приступити до праці.

Не можуть бути визнані безробітними громадяни [1]:

а) віком до 16 років, за винятком тих, які працювали і були вивільнені у зв'язку зі змінами в організації виробництва і праці; реорганізацією перепрофілюванням і ліквідацією підприємства, установи й організації або скороченням чисельності (штату);

б) які вперше шукають роботу і не мають професії (спеціальності), в тому числі випускники загальноосвітніх шкіл, якщо вони відмовляються від проходження професійної підготовки або від оплачуваної роботи, включаючи роботу тимчасового характеру;

в) які відмовилися від двох пропозицій підходящої роботи з моменту реєстрації їх у службі зайнятості як осіб, котрі шукають роботу. При цьому вони втрачають право на надання статусу безробітного строком на три місяці з подальшою реєстрацією;

г) які мають право на пенсію відповідно до законодавства України.

На наш погляд, основними причинами безробіття можуть бути такі:

- нестача сукупного ефективного попиту;
 - негнучкість системи відносних цін і ставок заробітної плати і викривлення в ній, пов'язані з грошовою експансією держави і подальшою інфляцією;
 - недостатня мобільність робочої сили;
 - структурні зрушення в економіці;
 - дискримінація на ринку праці щодо жінок, молоді та національної меншості;
 - незбалансованість попиту і пропозиції робочої сили;
 - демографічні зміни в чисельності та складі робочої сили;
- сезонні коливання в рівнях виробництва окремих галузей економіки.

Сам факт безробіття завдає людині важкої психологічної травми, яку можна порівняти з найнеприємнішими обставинами. Багато соціологів пов'язують зростання злочинності зі зростанням безробіття. Під час тривалого безробіття працівник втрачає кваліфікацію, а отримання нової кваліфікації й адаптація до нових умов часто проходять для нього важко [2].

Зміна рівня безробіття в Україні представлена на рис. 1.

Як видно з рис.1 в Україні у 2016 р. рівень безробіття порівняно з попереднім 2015 р. зменшився на 0,2% п. За останні 7 років максимальна кількість безробітних була зареєстрована у 2014 р. і склала 1,9 % до населення працездатного віку. У 2016 р. цей показник було знижено до 1,4 %.

На кінець грудня 2016 р. Державною службою зайнятості України було зареєстровано 390,8 тис. безробітних, при цьому лише 317,1 тис. отримували допомогу по безробіттю. Середній розмір допомоги на одного безробітного в грудні 2016 р. складає 1997 грн. [3].

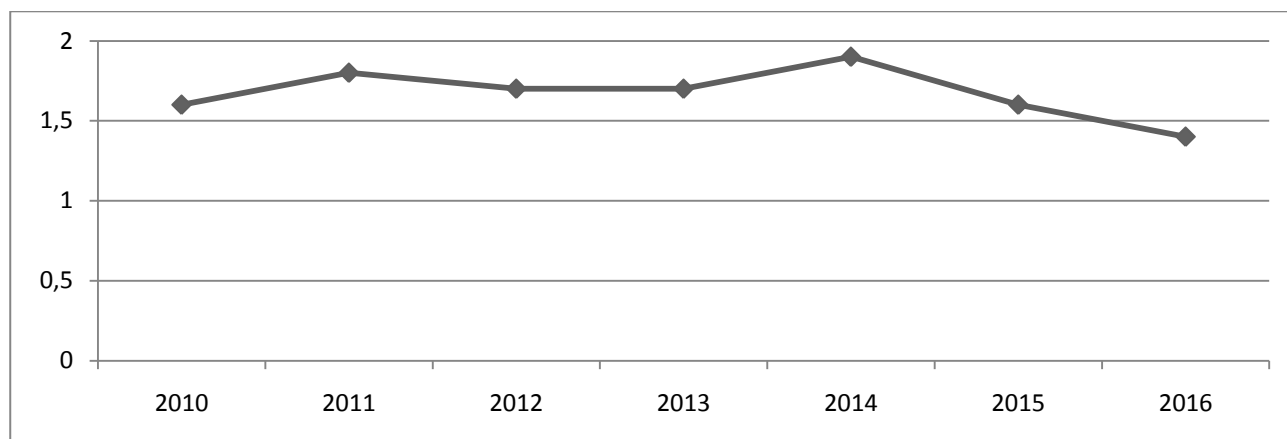


Рис. 1. Динаміка рівня безробіття, у % до населення працездатного віку
(складено за даними [3])

Для зменшення рівня безробіття в Україні, на нашу думку, необхідно вжити таких заходів:

- знизити податки для підприємств, за умови збереження робочих місць (для компенсування витрат на прийом нових працівників);
- надавати пільгові кредити для виплати зарплати додатково зайнятим на виробництві, які за розміром будуть дорівнювати зарплаті;
- створювати нові робочі місця, за рахунок взяття кредитів для технічного переобладнання і розширення підприємств;
- створювати центри навчання молодих людей тим професіям, шанси на зайнятість у якій найбільш високі;
- забезпечувати спеціальними службами зайнятості перенавчання або підвищення кваліфікації кадрів, відповідно до потреб галузей, що розвиваються;
- проводити спеціальні ярмарки-праці для навчальних закладів, з метою працевлаштування випускників.

Безробіття веде до прямого занепаду ранішедостягнутого рівня життя. Допомога по безробіттю завжди менша від заробітної плати, має тимчасовий характер. Зростання безробіття знижує купівельний та інвестиційний попит, скорочує обсяг заощаджень у населення.

Отже, впроваджуючи запропоновані заходи можна досягнути зменшення рівня безробіття, збільшення кількості працевлаштованого населення і, як наслідок, загального покращення економічної і соціальної ситуації у країні. Разом з тим, говорячи про безробіття не потрібно випускати з поля зору такі проблеми як: поява тіньової зайнятості, сучасний стан зайнятості молоді, проблеми зайнятості жінок, проблему бідності населення.

Список використаних джерел:

1. Кодекс законів про працю від 05.07.2012, № 24, ст.243. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
2. Баланда А.А. Соціально-економічні ризики та наслідки безробіття в Україні / А.А. Баланда // Економіка та держава. – 2007 – №4 – с. 75-78.
3. Офіційні дані щодо безробіття, оприлюднені на сайті Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Васютинська Л. А.
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
Одеський національний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ ЩОДО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Можливості партнерства держави та бізнесу у вирішенні питань сталого соціально-економічного розвитку регіонів в Україні є досить обмеженими. Причини такого становища можна пояснити як низькою мотивацією приватного сектора, так і відсутністю чіткого усвідомлення публічними органами влади щодо створення необхідних інституційних передумов для розвитку публічно-приватного партнерства (ППП). Разом з тим, відхід від централізованої моделі управління в державі, забезпечення спроможності місцевого самоврядування та побудова ефективної системи територіальної організації влади в Україні [1], потребує розробки механізму фінансування регіональних проєктів на базі консолідації фінансових ресурсів владних структур та бізнесу.

Ключовою умовою реалізації регіональних проєктів, у тому числі проєктів PPP є достатність їх фінансового забезпечення. Проте дотаційність місцевих бюджетів в Україні звужує можливості використання власних ресурсів для вирішення завдань сталого розвитку. Залучення додаткових фінансових ресурсів з боку бізнесу має стати вигідним для приватного партнера, тобто рівень прибутку в проєктах PPP повинен бути не нижче, ніж в інших альтернативних інвестиційних вкладеннях. Лише таким чином реалізується принцип рівності інтересів партнерів. Крім того, вигода, одержувана в результаті реалізації таких проєктів, повинна, як мінімум, повністю покривати витрати на їх здійснення.

У широкому сенсі регіональні проєкти PPP можуть реалізовуватися у будь-якій формі взаємодії органів публічної влади та бізнесу, зокрема шляхом лізингу, державного фінансування і кредитування, форфейтингу, спільного державно-приватного підприємництва, концесійних угод, угод про розподіл одержаного продукту та ін.

Особливості взаємодії публічного та приватного секторів у рамках PPP визначаються специфічним характером завдань соціально-економічного розвитку територій. Відомо, що пріоритети регіонального розвитку фокусуються на глобальній меті – підвищення добробуту і рівня життя населення. Тому, як правило, результатами регіональних проєктів є виробництво суспільних благ з низькою комерційною складовою, що знижує мотивацію приватного партнера. Однак, зарубіжний досвід реалізації проєктів PPP у розвинених країнах є досить переконливим. За висновками експертів 75-80% таких проєктів реалізуються у рамках взаємодії муніципальних органів влади і підприємницького сектору. Є сенс звернути увагу, що делегування повноважень з виробництва і надання суспільних благ приватному партнеру здійснюється в усіх сферах соціально-культурного розвитку [2-3].

У світовій практиці відомі різні організаційні моделі, що забезпечують необхідну фінансову привабливість проєктів PPP та використовують переваги такої форми взаємодії держави і бізнесу. Можна виділити сім базових моделей організації PPP, що застосовуються на практиці для реалізації проєктів соціально-економічного розвитку – це: BOT (Build, Operate, Transfer - будівництво, експлуатація / управління, передача); BOOT (Build, Own, Operate, Transfer - будівництво, володіння, експлуатація / управління, передача); BTO (Build, Transfer, Operate - будівництво, передача, експлуатація / управління); BOO (Build, Own, Operate - будівництво, володіння, експлуатація / управління); BOMT (Build, Operate, Maintain, Transfer - будівництво, експлуатація / управління, обслуговування, передача); DBOOT (Design, Build, Own, Operate, Transfer - проектування, будівництво, володіння,

експлуатація / управління, передача); DBFO (Design, Build, Finance, Operate - проектування, будівництво, фінансування, експлуатація / управління); DBO (Design, Build, Operate - проектування, будівництво, експлуатація / управління); Brownfield contract (контракт на розширення, відновлення або реконструкцію існуючих об'єктів без нового будівництва); Lease contract (лізинговий контракт); Service contract (управління проектом без інвестиційних зобов'язань). Кожна із зазначених організаційних моделей має свій особливий фінансовий механізм, відповідно до методів фінансової взаємодії держави та бізнесу.

В якості досить перспективних для застосування в соціальній сфері можна вважати такі організаційні моделі, як DBFO і DBO. Названі моделі є протилежними за своєю організаційними засадами. Так, перша з них передбачає делегування публічним партнером усіх чотирьох функцій приватному партнеру. Суть другої полягає у тому, що публічний партнер фінансує проект впродовж його життєвого циклу, а потім передає його для ведення господарської діяльності приватному партнеру за умов внесення орендної плати останнім. Ця модель застосовується, як правило, при реалізації крупних інфраструктурних проектів.

Переваги проектного фінансування регіонального соціально-економічного розвитку у рамках ПППІ полягають у тому, що:

- досягається узгодженість цілей економічних суб'єктів та їх відповідність пріоритетам розвитку територій, що є результатом консолідації фінансових ресурсів;
- знижуються ризики неефективного використання коштів у зв'язку з посиленням контролю за рухом фінансових потоків з боку двох партнерів;
- забезпечується стійкість фінансової системи регіону, що обумовлюється збільшенням фінансових потоків;
- посилюється інвестиційна привабливість певної території, яку генерують саме приватні інвестори, оскільки їх діяльність на ринку є більш успішною, ніж діяльність державних інститутів;
- розширюється доступ до альтернативних джерел фінансування, зокрема, мова де про фінансову підтримку міжнародних економічних організацій та міжнародних фінансових інституцій;
- знижуються інвестиційні ризики у наслідок їх розподілу між партнерами;
- здійснюється, економія бюджетних видатків на утримання та експлуатацію об'єктів за рахунок залучених коштів бізнес-партнера, а відтак вивільнені у такий спосіб фінансові ресурси можуть спрямовуватися на інші цілі регіонального розвитку.
- підвищується ефективність управління проектом за рахунок передачі повноважень бізнес-партнеру для виконання фінансово-господарських функцій, які для останніх є більш властивими, ніж для влади.

Підводячи підсумок, варто зазначити, що консолідація фінансових ресурсів владних структур та підприємництва визнається однією з найбільш ефективних форм реалізації проектів регіонального розвитку. Це обумовлює необхідність вирішення питань щодо вдосконалення методології та відпрацювання практичних моделей організації фінансування регіональних проектів, на засадах ПППІ.

Список використаних джерел:

1. Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Gerrard M. B. What are public-private partnerships, and how do they differ from privatizations? / M. B. Gerrard // Finance & Development. – 2010. – Vol. 38, № 3. – P. 26–31.
3. Polackova Bixi H., Budina N., Irwin T. Managing Fiscal Risks in PPPs / Current Issues in Fiscal Reform in Central Europe and the Baltic States 2005. – Washington: World Bank. – 30 с.

Воробйова М. О.
аспірантка кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет

КОМПАРАТОР ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЯК МЕТОД ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Важливою умовою забезпечення високої ефективності та результативності взаємодії державного та приватного секторів є проведення детальної та об'єктивної оцінки ефективності проектів державно-приватного партнерства (далі - ДПП).

У світовій практиці для визначення ефективності здійснення проектів ДПП використовується концепція «Value for Money», яка передбачає забезпечення найкращого співвідношення вартості та якості товару або послуги, тобто вартості проекту і якості його виконання, і яка визначає орієнтацію на досягнення головної мети проекту за умов мінімізації витрат та максимізації віддачі на вкладені ресурси [1, с. 48].

У свою чергу, вибір оптимального співвідношення вартості та якості як основного показника ефективності реалізації проектів державно-приватного партнерства обумовлює необхідність вибору методу оцінки даних параметрів.

У міжнародній практиці найбільш розповсюдженим методом оцінки ефективності проектів ДПП, який базується на застосуванні концепції «Value for Money» є компаратор державного сектора (Public Sector Comparator). Даний метод використовується в багатьох країнах, таких як: Велика Британія, Австралія, Гонконг, Канада, Нідерланди, Японія. Він дозволяє порівняти результативність реалізації проекту з використанням механізму державно-приватного партнерства в порівнянні з державними закупівлями за критерієм «ціна-якість». І як наслідок дозволяє державному сектору обрати найбільш вигідний спосіб реалізації. Компаратор державного сектору передбачає собою порівняння базового проекту, що реалізується традиційним способом державних закупівель з проектом запропонованим приватним партнером. При цьому базовий проект будується на основі розрахунку загальної вартості проекту протягом усього життєвого циклу. Надалі ця інформація використовується для розрахунку чистої приведеної вартості базового проекту, яка потім порівнюється з аналогічним показником по проекту, реалізованого за участю партнера з приватного сектору. Крім цього також розраховуються чисті приведені витрати компаратора та проекту, що реалізується за допомогою ДПП. Отримані результати зіставляються для визначення того, чи може залучення приватного партнера бути вигіднішим для створення проекту та чи може це позитивно вплинути на співвідношення ціни та якості. Якщо чиста приведена вартість за базовим проектом вище, а чисті приведені витрати нижче за варіант ДПП, то виноситься рішення про реалізацію проекту способом традиційних державних закупівель. У разі протилежної ситуації - рекомендується реалізація проекту за допомогою державно-приватного партнерства.

Отже, використання компаратора державного сектора дозволяє [2]:

- оцінити повну вартість проекту на стадії розробки;
- надати ключові елементи управління на стадії організації проекту, фокусуючи увагу на результатах, розподілі ризиків і всеосяжної калькуляції;
- надати орієнтири для оцінки ефективності і співвідношення ціни і якості;
- забезпечити якісні критерії оцінки;
- створити стимули для заохочення конкуренції шляхом збільшення ступеня довіри ринку, що забезпечується застосуванням принципів строгих фінансових критеріїв і прозорості.

При цьому сама методика проведення компаратора обов'язково має включати наступні складові: аналіз фінансово-економічних показників (за методом аналізу витрат і

вигод та визначення доданої цінності (економічної, соціальної, екологічної) та оцінку й розподіл ризиків (ризик будівництва, фінансові, комерційні, операційні, політичні ризики, а також ризик втраченої вигоди) [3].

При проведенні оцінки ефективності компаратора необхідно розглядати ті ж самі фактори, що використовуються для оцінки ефективності проекту, що реалізується за допомогою партнерської взаємодії. До них можна віднести однаковий термін реалізації, однакові фінансові витрати, витрати на створення об'єкту (компаратор повинен включати лише ті витрати, які безпосередньо пов'язані зі створенням об'єкту, у той же час витрати на організацію механізму ДПП не повинні враховуватись).

В Україні, на жаль, метод компаратора державного сектора не використовується. Ця обставина, може бути спричинена наступними факторами [1, с. 50]:

- відсутність об'єктивної статистичної бази для обчислення вартості проекту, який триватиме протягом 25 – 30 років, що пов'язано з початковим етапом розвитку відносин державно-приватного партнерства в Україні, а також з довгостроковістю самих проектів;

- відсутність адаптованої для країн СНГ методики з урахуванням особливостей, та ризиків, притаманних цим країнам та їх ринкам;

- висока вартість і трудомісткість фінансового моделювання у разі застосування даного методу;

- використання механізму партнерської взаємодії, перш за все, з метою залучення приватних інвестицій у великомасштабні проекти з мінімальною державною участю, що за умов відсутності державного фінансування проекту створює підстави для розгляду даного способу залучення коштів як єдиного серед можливих.

Підсумовуючи вищевикладене, вважаємо, що уряд повинен створювати привабливі умови для залучення приватного сектору в проекти ДПП, а метод компаратору державного сектора є однією з можливостей для їх створення. До того ж, застосування цього методу зробить процедуру вибору проекту більш чіткою та прозорою. Отже, в Україні доцільно розробити та впровадити у практичну діяльність метод компаратору державного сектора, який забезпечить можливість кількісного порівняння проекту за схемою ДПП з аналогічним проектом, який реалізується традиційним державним способом та визначити найбільш ефективний спосіб реалізації проекту.

Список використаних джерел:

1. Науменкова С.В. Особливості оцінювання ефективності проектів публічно-приватного партнерства: зарубіжний досвід та українська практика / С.В. Науменкова, Я.О. Овсянникова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2013. - №134. - С. 47-51. - Режим доступу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wpcontent/uploads/2015/11/134_13.pdf.

2. Grimsey D. & Lewis M. Are Public Private Partnerships value for money? Evaluating alternative approaches and comparing academic and practitioner views // Accounting Forum. - 2005. - №29 (4), 2005, P. 345-378.

3. Степанова О.В. Інституційні механізми розвитку державно-приватного партнерства в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Степанова. // Ефективна економіка. - 2012. - № 6. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_6_44.

Глушковська Ю. О.
аспірантка кафедри фінансів,
Одеський національний економічний університет

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВИХ РОЗРОБОК В УКРАЇНІ

В сучасних умовах наука відіграє важливу роль у розвитку держави, підвищенні рівня добробуту населення та конкурентоздатності економіки. Більшість проектів і стратегічних планів, що розробляються у провідних країнах світу, базуються на знаннях та досягненнях науки, які допомагають передбачити майбутнє і скоригувати вектор розвитку країни.

У двадцять першому столітті все більшого значення набувають наукові розробки, які дозволяють стати на шлях розвитку інноваційної економіки і отримати імпульс для наздоганяючого розвитку. Однак, обмеженість фінансових ресурсів і пов'язана з цим недостатність фінансування наукових розробок в Україні, виступають дестимулюючим чинником, що перешкоджає досягненню поставлених цілей. Отже, потребує змін система фінансування наукових розробок і державна підтримка цієї сфери, як стратегічного ресурсу, генератора нових ідей і чинника підвищення якості людського капіталу.

З точки зору низки науковців наша країна володіє достатньо вагомим науково-технічним потенціалом, розгалуженою мережею наукових організацій, що можуть стати основою у забезпеченні економічного зростання. Однак, для нашої науковій сфері притаманні глибокі кризові явища, які насамперед зумовлені відсутністю чіткої державної стратегії розвитку науки, а також надто лімітованими обсягами її фінансування тощо. Ситуація ускладнюється відсутністю неперервних зв'язків між складовими національної інноваційної системи, зокрема інтеграції науково-технічної діяльності безпосередньо у процес запуску сучасних високотехнологічних виробництв в Україні.

Станом на 2015 рік кількість установ та організацій, які виконували наукові та науково-технічні роботи зменшилася на 35,2 %, водночас 44,3 % з них належали до державного сектора економіки, 40,3 % – до підприємницького, 15,4 % – вищої освіти, що є негативним чинником з погляду формування інтелектуального потенціалу в економіці України.[1]

Фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні упродовж 2005-2015 років за рахунок бюджетних коштів коливалося в межах 33–49 % [2], що свідчить про високу активність використання бюджетних інструментів у цій сфері. Водночас застосування інструментів бюджетного регулювання було спрямоване на фінансування більшою мірою фундаментальних, порівняно із прикладними, досліджень, що є прорахунком державної фінансової політики в Україні.

Близько половини витрат на виконання наукових робіт та технічних розробок фінансувала держава, до 30% — приватний сектор і більш ніж 15% — іноземні джерела. З 2008 року можна спостерігати тенденцію до зростання частки фінансування НДТР як за рахунок приватного сектору (з 27,1% до 29% у 2013 році), так і за рахунок іноземних держав (з 15,6% до 21,6% у 2013 році). Відповідно, частка фінансування НДТР за рахунок держави відчутно зменшилася (з 55,2% до 47,7% у 2013 році). Загалом, в Україні у розподілі фінансування НДТР за джерелами надходження коштів частка державних коштів відіграє основну роль, в той час як підприємницький сектор посідає тільки друге місце.[3]

Отже, окрім збільшення витрат бюджету на наукові дослідження і розробки, необхідно здійснювати пошук нових джерел фінансування наукових та науково-технічних робіт. Важливим кроком до фінансового забезпечення наукових досліджень в Україні є залучення та стимулювання бізнес-сектору. Також важливо залучати в процес інвестування наукових розробок і фінансові ресурси банківського та небанківського сегмента фінансового ринку. Фінансові інститути, які беруть участь у такому фінансуванні, повинні отримувати

додаткові стимули. Якщо держава не змінить свого ставлення до фінансового забезпечення наукових розробок, вона і далі буде втрачати конкурентні позиції економіки. Недофінансування наукових досліджень призводить до витоку наукового потенціалу закордон і переводить країну в розряд слабо розвинених.

Список використаних джерел:

1. Стан фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні: статистичний розріз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/51121/01-Lebeda.pdf?sequence=1>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.09.2017).]
3. Наукові дослідження та технічні розробки в Україні: аналіз тенденцій Тетяна Коломієць 9 лютого 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cedos.org.ua/uk/osvita/naukovi-doslidzhennia-ta-tehnicni-rozrobky-v-ukraini-analiz-tendentsii>

Голікова О. С.

аспірант,

*провідний інженер відділу економічного регулювання природокористування,
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОВОДЖЕННЯ З ПРИРОДНИМИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИМИ РЕСУРСАМИ

Стратегічні інтереси держави полягають у забезпеченні стабільного соціально-економічного розвитку, який базується на раціональному використанні, охороні та відновленні природного ресурсного потенціалу і збереженні здорового довкілля. Це зумовлює необхідність узгодження національної політики в індустріальній сфері економіки, а також сфери надання послуг, із політикою з питань охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів, збереження здоров'я населення, формування та запровадження механізмів розв'язання цих проблем.

Формування та реалізація стратегічних напрямів диверсифікації поведження з природними рекреаційно-туристичними ресурсами вимагає часу, зусиль і ретельного вивчення, а також значних обсягів інвестицій. Сучасні конкурентні умови в рекреаційно-туристичній сфері України та ритм життя вимагають зміцнення економічних позицій підприємств, вміщення в послугу максимум задоволення при використанні мінімуму часу та ін. Диверсифікація поведження з природними рекреаційно-туристичними ресурсами повинна будуватись враховувати не тільки вітчизняну законодавчу базу (Основні засади (стратегія) державної екологічної політики на період до 2020 року, Стратегія чистого виробництва та ін.), але й орієнтуватись на міжнародні стратегічні документи: Цілі розвитку тисячоліття, Цілі сталого розвитку, пріоритети Конференції ООН «РІО+20», Угода про асоціацію між Україною та ЄС тощо.

У науковій літературі немає чіткого визначення поняття „диверсифікація”. В залежності від того, до якої сфери людської діяльності воно віднесено, воно відповідно тлумачиться. Так, за визначенням О.М. Петрова, диверсифікація – це розвиток виробництва або приріст його обсягів за рахунок випуску додаткової нової продукції на нові ринки і пошуку більш сильній позиції на них [1, с. 210]. Значні дослідження у цій сфері І. Ансоффа узагальнені наступним чином: «Диверсифікація – це термін, вживаний до процесу

перерозподілу ресурсів, які існують на даному підприємстві, в інші сфери діяльності, що істотно відрізняються від попередніх» [2, с. 174]. Сучасні науковці розглядають диверсифікацію здебільшого в маркетинговому спрямуванні, вважаючи, що це одна з головних стратегій маркетингу, спрямована на нові види діяльності фірми поза межами основного бізнесу. Найбільш прийнятне сучасне визначення диверсифікації дав М. Корінько, зазначивши, що це безперервний економічний процес розробки нових видів товарів, робіт, послуг, який здійснюється суб'єктом господарювання для реалізації визначених ним економічних інтересів у конкретних ринкових умовах під впливом економічного регулювання органів управління держави [3, с. 52]. А основним змістом процесу диверсифікації, він виділяє – розвиток декількох незалежних або обслуговуючих виробництв, розробка нових видів товарів, робіт, послуг.

Таким чином, процес диверсифікації у широкому розумінні передбачає розширення сфери діяльності будь-якої організації, незважаючи на те, до якої сфери економіки вона належить і в якому напрямі працює. В літературі диверсифікація нерідко ховається за поняттям «багатопрофільне виробництво», «основні і підсобні виробництва і промисли», «джерела додаткових доходів» тощо. Все це показує, що методологія і понятійний апарат диверсифікації рекреаційно-туристичних ресурсів поки що оброблений недостатньо.

Диверсифікація є одним з передових і найбільш ефективних методів розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Проект формування та реалізації стратегії управління диверсифікацією рекреаційно-туристичних ресурсів повинен добре поєднувати економічний і соціальний вектори національної економіки, а також враховувати міжнародні стратегічні документи, такі як: Порядок Денний на XXI ст., «Майбутнє, якого ми хочемо» світового саміту «Ріо+20» у 2012 р., пріоритети Конференції ООН зі сталого розвитку у Бразилії «Ріо+20», Цілі розвитку тисячоліття, Цілі сталого розвитку до 2030р.

Список використаних джерел:

1. Стратегический менеджмент / Под ред. Петрова А.Н. // СПб.: Питер. –2005. –496с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И.Ансофф // Питер Ком. –1999. –416с.
3. Корінько М.Д. Диверсифікація як економічний процес / М.Д.Корінько // Актуальні проблеми економіки. –2007. –Вип.4 (70). –С.48–53.

Горин В. П.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів ім. С. І. Юрія,

Тернопільський національний економічний університет

ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

В сучасних умовах важливу роль серед інструментів активізації інвестиційної діяльності відводять розвитку індустріальних парків. Вони є одними з найпоширеніших видів спеціальних економічних зон, які створені як в економічно розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Світовий досвід показує, що за ефективного функціонування індустріальні парки стають вагомим чинником залучення в економіку регіонів інвестицій, нових технологій, завдяки чому створюються робочі місця та збільшуються надходження до бюджетів усіх рівнів. Створення індустріального парку вимагає координації і спільних зусиль усіх зацікавлених сторін, в тому числі муніципалітетів, регіональних та державних органів влади, адже головним завданням на початковому етапі його заснування є пошук аргументів для інвесторів обрати саме цей, а не інший індустріальний парк для

започаткування діяльності. Особливо актуальною ця проблема є для наближених до державного кордону областей, з огляду на успішний досвід функціонування техно- та індустріальних парків у сусідніх країнах – Польщі та Словаччини.

Регіональними цільовими програмами передбачено створення на території областей Західного регіону цілої низки індустріальних парків. Однак, для того, щоб це завдання перейшло зі стадії концепту до стадії реалізації (залучення інвесторів і створення робочих місць), важливим є використання наступних інструментів: співфінансування досліджень, розробки проектної документації індустріального парку; промоція індустріального парку через наявні державні інституції та механізми; підтримка команди індустріального парку; фінансування освітніх програм для потреб індустріального парку.

Не зважаючи на привабливу ідею розвитку індустріальних парків, низка експертів переконана, що її впровадження в Україні буде непростим. Причиною цього є закладені у законодавство бюрократичні перепони та відсутність реальних стимулів для роботи у цих парках. На відміну від досвіду Словаччини і Польщі, де профільне законодавство було простим, не передбачало обов'язкової реєстрації таких зон (парків) та наявності керуючої компанії, в Україні встановлено цілий перелік бюрократичних вимог до засновників індустріального парку: мінімальний розмір парку повинен становити не менше 15 га; термін використання земельної ділянки – не менше 30 років; включення парку до Реєстру індустріальних парків; обов'язкове використання керуючої компанії; щоквартальна підготовка звіту про функціонування парку; замість підтвердження інвестицій потенційних учасників потрібно надати концепцію парку; якщо парк утворений на землях державної або комунальної власності, учасникам доводиться інвестувати на базі суборенди землі [1]. Внаслідок існування цих вимог, за кілька років з часу прийняття відповідного закону в Україні було створено всього 14 індустріальних парків, більшість із яких досі перебуває на початковій стадії роботи. Для вирішення цієї проблеми у 2016 році було прийнято нову редакцію Закону України «Про технопарки», яка, втім, замість усунення бюрократичних перешкод, передбачила введення податкових канікул на 10-річний строк і розстрочку платежів з ПДВ при імпорті технологій. Замість вирішення проблеми, що перешкоджає розвитку індустріальних парків, було створено преференції для агентів цих парків, що виглядає як порушення рівних умов ведення бізнесу та схема для можливого для ухилення від оподаткування. Для порівняння, у сусідніх країнах для інвесторів індустріальних парків не було передбачено жодних податкових послаблень, крім можливості отримати пільги зі сплати податку на нерухоме майно [2].

Щодо участі регіональних органів влади у створенні індустріальних парків, то вона має полягати в оформленні земельних ділянок під індустріальний парк, будівництві потрібної інфраструктури, приєднанні до інженерних мереж та ліквідації пайової участі для учасників всіх парків, не тільки від зареєстрованих. При цьому більшу увагу слід приділити створенню індустріальних парків так званого «коричневого типу» (заснованих на базі старих промислових зон, непрацюючих виробничих прощ), що дасть можливість не відволікати марно значні обсяги сільськогосподарських земель і запобіжить погіршенню екології.

На думку О. Давиденка, залучення інвесторів до роботи на території індустріальних парків поряд із простою схемою реєстрації вимагає такої інших передумов: пільгової оренди землі, підведених комунікацій та потужностей, наявності фіскальних преференцій [3]. Як зазначає експерт, зважаючи на те, що проєктовані в Україні індустріальні парки жорстко конкурують із аналогічними структурами в інших країнах (Польща, Словаччина, Білорусь) з розвинутою інфраструктурою та комунікаціями, очікувати приходу інвесторів на «пусту» земельну ділянку, навіть з огляду на введені фіскальні пільги, марно. Більш того, враховуючи високий рівень корупції при приєднанні до електромереж (за цим показником Україна входить до числа країн з найгіршими умовами для діяльності) та підведенні інших комунікацій, високу вартість викупу чи оренди землі на території індустріального парку,

витрати на започаткування роботи для іноземних інвесторів можуть бути вищими за очікувані доходи. Натомість, наприклад, згідно Програми підвищення конкурентоспроможності Львівської області, на створення технопарків в обласному бюджеті передбачено всього 0,3 млн. грн., призначених для розробки документації та проведення експертних досліджень. Натомість, жодних витрат на підведення комунікацій, облаштування території, а також фіскальних преференцій щодо сплати податку на нерухоме майно, земельного податку у цій програмі не передбачено. Тому одним із важливих пріоритетів регіональної влади щодо розвитку індустріальних парків має стати забезпечення реальної, а не формальної підтримки цих структур, в тім числі й через спрямування коштів на їх інфраструктурне облаштування.

Список використаних джерел:

1. Про індустріальні парки: Закон України від 21.06.2012 р. № 5018-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5018-17>.
2. Шкурла О. Індустріальні парки і точки зростання / О. Шкурла // Новое время. Бизнес. – 27.12.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biz.nv.ua/ukr/experts/shkurla/industrialni-parki-i-tochki-rostu-371361.html>.
3. Давиденко А. Чего так и не дождался в этом году украинский бизнес от власти – мнение / А. Давиденко // UA.info. – 27.12.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uainfo.org/blognews/1482854658-chego-tak-i-ne-dozhdalsya-v-etom-godu-ukrainskiy-biznes-ot.html>.

Злобіна О. В.

*аспірантка кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет*

ПОЛІТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ПОНЯТТЯ ТА ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

В Україні істотно бракує досліджень щодо визначення політики забезпечення місцевого розвитку та її ключових принципів, що особливо є актуальним в умовах тривалої економічної рецесії. Характерною ознакою розвитку України на сучасному етапі стала орієнтація на європейську інтеграцію. Збільшення диспропорцій у соціально-економічному розвитку регіонів (територій) України свідчить про необхідність активізації процесів реформування та запровадження нових інструментів державного регулювання, які базуються на кращому світовому та європейському досвіді. Необхідність державного регулювання виникає через нездатність ринкової саморегуляції вирішувати певні кардинальні питання економічного розвитку країни і регіонів. Нерівномірність регіонального розвитку, необхідність вирішення соціально-економічних проблем у депресивних регіонах спричиняють розгортання наукових досліджень, які мають обґрунтовувати напрямки усунення диспропорцій та окреслити перспективи розвитку територій. Через це, аналіз механізму, головних принципів та завдань реалізації політики забезпечення місцевого економічного розвитку становить особливий інтерес.

Місцевий економічний розвиток (далі – МЕР) варто сприймати як процес співпраці місцевої громади з усіма секторами з метою стимулювання місцевої підприємницької ініціативи для забезпечення життєздатності та сталості місцевої економіки. Його розглядають як інструмент сприяння створенню нових робочих місць і покращенню якості життя всіх, у т. ч. бідних і маргінальних верств населення [1]. Світова практика розглядає місцевий економічний розвиток як комплекс інтегрованих заходів, спрямованих на

створення чи вдосконалення системи соціально-економічних зв'язків для забезпечення сталого розвитку економіки певної території. Місцеве економічне зростання у широкому розумінні – це постійний ріст добробуту населення [2, с. 67].

Досвід економічно розвинених країн, в яких концепція місцевого економічного розвитку набула поширення ще у 60-х роках ХХ ст., показує, що на різних етапах розвитку глобальної, національної та місцевої економіки змінюється зміст концепції місцевого економічного розвитку, а тому змінюється і практика застосування механізмів її фінансування.

Розвиток економіки на місцевому рівні створює умови та генерує ресурси, необхідні для місцевого розвитку в інших сферах. Успішність та динаміка місцевого економічного розвитку визначається широким спектром чинників і умов: від стану муніципальної інфраструктури до якості бізнес-середовища й інвестиційного клімату в регіоні. Проте, наразі в Україні остаточно не сформовано комплексне розуміння МЕР як системи взаємопов'язаних та взаємоузгоджених механізмів і заходів.

Від рівня економічного розвитку країни залежить суть регіональної економічної політики та її напрямки, суть визначених урядом пріоритетів (соціальних та економічних). Регіональна економічна політика націлена на реалізацію соціальної політики і щільно й органічно пов'язана з нею. Об'єктами такої політики є територіальні утворення. Суб'єктами є центральні органи влади держави, органи місцевого самоврядування, які вирішують проблеми соціально-економічного розвитку регіонів. Предметом регіональної економічної політики є розподіл влади між центром і регіонами й практична діяльність з досягнення визначених пріоритетів використання внутрішніх ресурсів регіону для вдосконалення структури економіки, розвитку соціальної інфраструктури, розв'язання проблем ринку праці, екологічної безпеки тощо.

Деякі дослідники мету державної регіональної політики визначають лише як вирішення соціальних і економічних проблем регіону. Проте, її метою є забезпечення сталого регіонального розвитку країни у всіх його напрямках та всіх регіонах шляхом створення правових, фінансових, організаційних і матеріальних умов з урахуванням особливостей кожного регіону.

Політика забезпечення місцевого економічного розвитку являє собою сукупність організаційно-правових та економічних заходів, а також заходів у галузі фінансів, що здійснюються державою і органами місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку відповідно до стратегічних і тактичних цілей, спрямованих на вдосконалення місцевої структури економіки та розв'язання фінансових проблем громад.

Основними завданнями при опрацюванні політики МЕР М. Лендшел [3] вважає:

- розробку, імплементацію і контроль дотримання нормативних актів щодо забезпечення інтересів територій і підприємств;
- зниження витрат державного регулювання територіального споживчого ринку;
- зменшення втручання і контролю за економічною діяльністю регіонів та підпорядкованих підприємств;
- забезпечення добросовісної конкуренції на товарних ринках та антимонопольні заходи;
- забезпечення товарно-грошової і бюджетної рівноваги через фінансову, податкову, кредитно-процентну політику і управління грошовою системою;
- поєднання поточних та стратегічних напрямків розвитку підприємств і структурно-інвестиційної та інноваційної політики;
- накопичення капіталів і стабільний розвиток економіки шляхом стримування інфляції;
- забезпечення вільного руху робочої сили;
- дотримання трудового законодавства та регулювання порядку оплати праці;

– підтримку рівноваги диференціації і розподілу доходів.

Економічні пріоритети посідають провідне місце під час рецесії або економічної кризи. В цій ситуації метою політики забезпечення МЕР стає збереження та створення робочих місць, усталення виробничого потенціалу, вирівнювання соціально-економічних диспропорцій між регіонами підвищення ефективності використання їхніх ресурсів у контексті загального економічного розвитку держави і зростання стандартів життя людей, підвищення продуктивності праці, піднесення депресивних регіонів, розбудова інфраструктури. Зарубіжний досвід доводить, що за умов економічної кризи застосування адміністративних методів у забезпеченні МЕР посилюється. На національному та наднаціональному рівнях основними інструментами забезпечення МЕР є такі: субсидіювання відсоткових ставок; субсидії, пов'язані з використанням робочої сили; податкові пільги; транскордонні пільги; податкова знижка на амортизацію; інвестиційний грант.

На наш погляд, для більш ефективного впровадження політики забезпечення МЕР необхідно посилити роль Американських методів управління територіальними одиницями, де критерієм ухвалення рішень є тільки економічна доцільність, яку переважно визначають законодавчі рішення. Держава може і повинна раціонально використати ті важелі, що має: бюджет; податки; науково-технічний та технологічний потенціал, тощо.

Список використаних джерел:

1. Блейклі, Едвард Дж. Планування місцевого економічного розвитку: теорія і практика / Е. Д. Блейклі; пер. з англ. А. Кам'янець. – 2-е вид. – Л.: Літопис, 2010. – 414 с.
2. Economic Development. The Manual. Vol. I: Concepts & Process / UNHabitat and Escoplan International Inc., 2003.
3. Лендвел М. Передумови та особливості децентралізації влади у Центральній та Східній Європі / Мирослава Лендвел. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1749>.

Клевцєвич Н. А.

к. е. н.

*доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет*

ДЕРЖАВНО ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У ВКГ УКРАЇНИ: ПОКАЗНИКИ ТА ЗВІТНІСТЬ

В умовах активізації процесів корпоратизації у водопровідно-каналізаційному господарстві (ВКГ) України, істотно підвищуються вимоги до інформації, яку повинні надавати оператори про виконання своїх зобов'язань перед відповідними територіальними громадами, її достовірності і своєчасності отримання, оскільки вона стає важливою умовою отримання уявлення про реальний стан справ на підприємстві і обґрунтування управлінських рішень органів місцевого самоврядування відносно організації такого партнерства надалі.

В даний час однією з найбільш гострих проблем партнерських відносин у цій галузі є те, що звіти про виконання своїх зобов'язань приватні оператори подають нерегулярно. При цьому не вироблений єдиний підхід до підготовки інформації, тобто відсутня єдина форма звітів і система одноманітних показників.

З нашої точки зору основною вимогою до побудови таких форм звітності має бути їх корисність, тобто можливість використання інформації, що надається приватними операторами для ухвалення обґрунтованих економічних рішень всіма групами користувачів.

Для цього вона повинна задовольняти критеріям достовірності, доцільності, надійності, зрозумілості, дотримання яких в сучасній обстановці представляється достатньо складним.

Для ефективного проведення моніторингу діяльності приватного оператора, вся звітність, що повинна ним надаватися органам місцевого самоврядування, повинна охоплювати певні аспекти діяльності підприємств. На основі систематизації матеріалів джерел [1, 2] наведемо показники, які можуть бути віднесені до такого моніторингу:

1. Обсяг і структура послуг.

Ці дані важливі оскільки зміна обсягів водопостачання та водовідведення об'єктивно приводить до зміни собівартості послуги за рахунок зміни частки умовно-постійних витрат. При цьому зростання обсягів виробництва і реалізації понад виробничі можливості підприємства або лімітів водоспоживання вимагає додаткових інвестицій, що приводить до стрибкоподібного зростання умовно-постійних витрат в результаті введення нових потужностей. Тому істотна зміна обсягів виробництва і реалізації може стати сигналом до перегляду виробничої програми комунального підприємства (а у разі потреби розширення виробничих потужностей – і його інвестиційної програми) і тарифів – відповідно до нових виробничих і інвестиційних програм.

Крім змін обсягів реалізації причиною перегляду тарифу для підприємства ВКГ може стати істотна зміна структури реалізації по категоріях споживачів.

2. Величина і структура фактичної собівартості.

Ці показники дозволяють оцінити зміни, що відбулися в величині собівартості послуг що надаються споживачам, а також визначити у наслідок чого такі зміни відбулися.

Зміна фактичній собівартості і рентабельності унаслідок чинників, що не залежать від оператора (зміна цін і тарифів на матеріальні і енергетичні ресурси і т. інш.), може стати підставою для перегляду тарифу або виробничої і інвестиційної програм.

Зміна собівартості, викликана чинниками, що залежать від діяльності оператора (збільшенням питомих витрат матеріальних і енергетичних ресурсів на одиницю послуг, збільшенням зарплати і відрахувань, збільшенням загальногосподарських витрат), не повинна враховуватися при перегляді тарифу.

Зміна собівартості за рахунок зміни фактичних витрат на ремонт і аварійно відновні роботи, не затверджених у виробничій або інвестиційній програмі підприємства, вимагає додаткового аналізу економічної і технологічної обґрунтованості цих витрат і можливо, коректування інвестиційної програми підприємства.

3. Розрахунки з споживачами.

Ці дані дають уявлення як про ефективність менеджменту оператора, так і про здатність споживачів своєчасно і повністю сплачувати послуги. Останнє, в свою чергу, дає відповідь на питання, достатньо чи ні, коштів, що отримує оператор для забезпечення розширеного відтворення підприємства.

4. Дотримання стандартів якості послуг.

Для підприємств ВКГ такими індикаторами можуть бути: дотримання Гостів, кількість перерв в обслуговуванні, середній термін усунення аварії, сума зниження вартості послуг з актів недопостачі, сума штрафів за недопостачу або постачання неякісних послуг.

Для аналізу показників якості використовується інформація, надана самими приватними операторами і компаніями по управлінню житловим фондом. Можливе також використання інформації санітарно-епідеміологічної станції і територіальних органів охорони природи.

Незадовільні показники якості приводять до погіршення споживчих властивостей послуги, а тому можуть стати причиною штрафів відповідно до умов договору, а у разі систематического невідповідності стандарту унаслідок неефективного управління підприємством – сигналом на зниження тарифу та можливо до розірвання партнерської

угоди з приватним оператором.. В той же час поліпшення показників якості може бути підставою для збільшення тарифу.

5. Права власності.

Дані показники дають уявлення про поточний стан майна, наданого приватному операторові, придбане майно, здійсненні оператором невід'ємних поліпшень майна і у підсумку про долі права власності на орендоване майно.

6. Тарифи.

Дана група показників дозволяє оцінити прийнятність тарифів для споживачів комунальних послуг. В цьому відношенні можна говорити не тільки про економічну, але і про соціальну обґрунтованість тарифу, яка повинна сприяти зростанню економічної визначеності для споживачів комунальних послуг. Це дозволить підвищити обґрунтованість схвалюваних рішень, а також згладжувати соціальні наслідки зростання тарифів, привертаючи споживачів до процесу обговорення і формування їх величини. Такі дані дозволять дати обґрунтовану відповідь споживачам на питання, чому затверджені саме такі тарифи і, в кінцевому підсумку, яка якість комунальних послуг можна вимагати за ці гроші.

Можемо зробити висновок, що, зазначені показники дозволять оцінити основні параметри розвитку підприємств водопостачання та водовідведення та дати узагальнену інформацію щодо проблем у сфері надання зазначених послуг. Вважаємо, що перелік конкретних необхідних показників повинен бути затверджений органом місцевого самоврядування та доданий до контракту із керівником підприємства або до угоди із підприємством.

Для впровадження моніторингу реформування і розвитку комунального сектору, впровадження програм розвитку та цільових завдань, з нашої точки зору, необхідно розробляти індивідуальні системи моніторингу та контролю відповідно до визначених цілей та завдань. Періодичність виконання подібних процедур залежить від специфіки поставлених завдань та часових рамок реалізації проектів.

Список використаних джерел:

1. Рубцов В.П. Індикатори та моніторинг у муніципальному управлінні. Науково-практичний посібник. – К.: Гнозис, 2012. – 148 с.
2. Реформа муніципального водоснабження и канализации в странах Восточной Европы, Кавказа и Центральной Азии / Организация экономического сотрудничества и развития. – ОЕСД. – 2013. – 74 с.

Костенко Д. А.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

УКРАЇНА У МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ

Міжнародні економічні рейтинги – це рейтинг що складаються серед певних країн за певними економічними показниками, і змінюється від спрямованості рейтингу.

Розглянуті рейтинги:

1. Індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom).
2. Індекс легкості ведення бізнесу (Doing Business)
3. Індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index)
4. Індекс щастя (World Happiness Report)
5. Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index)
6. Індекс конкурентоспроможності економік.

У міжнародних економічних рейтингах Україна найчастіше знаходиться не в верхніх позиціях рейтингу. Так за рейтингом Index of Economic Freedom 2016 року Україна посіла 162 місце із 178.

Методологія розрахунку цього рейтингу складається з 10 індексів, які оцінюються від 0 до 100. Потім держави ранжують на 5 категорій:

- 1) вільні: від 80% до 100%;
- 2) в основному вільні: від 70% до 79%;
- 3) помірно вільні: від 60% до 69%;
- 4) невольні: від 50% до 59%;
- 5) деспотичні: від 0% до 49%.

Україна знаходиться в останній групі, куди входять 24 держави. Єдиними європейськими країнами в групі «деспотій» в сфері економіки є Білорусь (48,8%) і Україна (46,8%). Критерії цього рейтингу складаються з таких як: свобода бізнесу, торгівлі, податкова свобода, прозорість державних видатків, свобода інвестицій, фінансова свобода, захист прав власності, свобода від корупції. Україна посіла 162 місце, тому що економіка сильно стиснулася і залишається дуже крихкою, а втрати у виробництві та експорті разом зі значним відпливом капіталу збільшили тиск на валюту та резерви, суттєво підірвавши грошову стабільність [1].

По рейтингу «Індекс легкості ведення бізнесу» за 2017 рік, який розраховувалася протягом II півріччя 2015 – I півріччя 2016 років, Україна посіла 80 місце із 190. Динаміка склала +1 позицію. Україна передостання в Європі, випереджає тільки Боснію і Герцеговину.

Методологія розрахунку рейтингу «Індекс легкості ведення бізнесу», що укладається Світовим банком на основі річних даних, полягає у сумарній оцінці за 10 критеріями: створення підприємств, отримання дозволу на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист меншості інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, дозвіл неплатоспроможності. Кожен індикатор має рівну вагу [2].

Позитивні зрушення експертами відзначено лише в 2 з 10 основних компонентів дослідження - «Захист прав меншості інвесторів» та «Забезпечення виконання контрактів». Всі інші зміни фактично відбулися за рахунок зміни методології та динаміки інших країн.

По рейтингу «Індекс сприйняття корупції» за 2016 рік Україна посіла 131 місце із 176. Показник склав 29, що на 2 бали вище ніж у 2015 році. Динаміка України з кожним роком покращуються показники України, проте зростання відбувається тільки на 1-2 бали щорічно.

Методологія обчислення рейтингу «Індекс сприйняття корупції», яка складається міжнародною неурядовою організацією «Transparency International», полягає у розрахунку рівня корупції, який вимірюють на основі опитування експертів, підприємців, представників неурядових організацій. Країни ранжують по 100-бальній системі [3].

Згідно з дослідженням, Україна рухають вниз корумповані суди. На другому місці - проблеми в правоохоронних органах і армії, низька ефективність прокуратури та корупційні скандали в ній. Також негативно впливає на сприйняття корупції в Україні корупція в парламенті, тиск на активістів, що вносяться з голосу правки про ослаблення антикорупційних законів, і низька здатність парламенту голосувати за антикорупційні реформи, наприклад, прослуховування для НАБУ та ін.

Також існує рейтинг «Індекс щастя». У цьому рейтингу, який розраховується New Economics Foundation, у 2017 Україна посіла 132 місце із 155. Порівняно з 2016 роком Україна опустилася на 9 місць Критеріями оцінювання використовувалися: рівень ВВП, тривалість життя, наявність громадянських свобод, почуття безпеки і впевненості в завтрашньому дні, добробут сім'ї, гарантії зайнятості [4].

З 2013 року Україна втратила 45 сходинок, що обумовлено поглибленням соціальної та економічної кризи, військовими подіями в країні.

По рейтингу Всесвітньо Економічного Форуму «Індекс глобальної конкурентоспроможності 2016-2017», Україна опустилась з 79 місця на 85 позицію із 138 країн. Серед найбільш проблематичних факторів, що впливають на бізнес в Україні, експерти відзначили корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективна урядова бюрократія і доступ до фінансування. Крім цього, на слабку конкурентоспроможність України впливає злочинність, погане здоров'я суспільства і малоосвічена робоча сила.

Всього в рейтингу 138 країн. Індекс глобальної конкурентоспроможності Всесвітньо Економічного Форуму включає 12 показників конкурентоспроможності і складається щорічно з 1979 року на основі відкритої інформації, а також з урахуванням думок декількох тисяч експертів з більш ніж 100 країн світу [5].

По рейтингу «Конкурентоспроможності економік» від Міжнародного інституту управлінського розвитку Україна втратила одну позицію. Україна у 2017 році зайняла в рейтингу 60 місце, опустившись на одну позицію в порівнянні з 2016 роком. Рейтинг складається з використанням 260 показників, близько двох третин з яких надходить з статистичних даних, і третина - з більш ніж 6 250 відповідей на опитування Executive Opinion. Серед критеріїв оцінки: стан економіки, ефективність уряду, стан ділового середовища, стан інфраструктури [6].

Позиції України в міжнародних економічних рейтингах по деяким падають, а деяким ростуть, взагалі динаміка України по більшості рейтингам з кожним роком покращується. Однак, проблема полягає в політичній нестабільності, корупції, інфляції та недосконалості законодавства.

Список використаних джерел:

1. Рейтинг: Index of Economic Freedom (Індекс економічної свободи). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/pdf/2016/countries/ukraine.pdf>.
2. Рейтинг: Doing Business (Індекс легкості ведення бізнесу) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016>.
3. Рейтинг: Індекс сприйняття корупції.. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016.
4. Рейтинг: World Happiness Report (Індекс щастя) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://worldhappiness.report/ed/2016>.
5. Всесвітнім економічним форумом (World Economic Forum, WEF) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/economies/#economy=UKR>.
6. Інтернет-видання «Економічна правда» [Електронний ресурс]. – <https://www.epravda.com.ua/news/2017/06/1/625560>.

Кучер К. О.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах тривалої трансформації економіки України проблема формування та реалізації ефективною фіскальної політики набуває особливого значення. Ефективна фіскальна політика держави, з одного боку, покликана визначити оптимальний податковий

тиск на платників податків, при цьому забезпечити максимальну дохідність бюджетів усіх рівнів, а з іншого – формування ефективної фіскальної політики повинно стати дієвим важелем зниження негативних проявів циклічних коливань та економічних криз.

Здійснювані в Україні реформи та, як наслідок, соціально-економічні трансформації потребують зміцнення економічної ситуації та підвищення рівня довіри суспільства до урядових рішень і програм та їх підтримки. За цих умов стає надзвичайно актуальною гнучкість державної фіскальної політики щодо зовнішніх чинників та спроможність влади трансформувати та підлаштовувати її з огляду на процеси, які відбуваються всередині країни [1, 144-148].

Одним з таких внутрішніх процесів є фіскальна децентралізація, що проводиться останнім часом. Як зазначають вчені її основним прорахунком є відсутність чіткого розмежування повноважень між місцевими і державними органами, що викликає протиріччя в процесі реалізації їх безпосередніх функцій і потребує усунення [2].

Аналізуючи проведення фіскальної політики у трансформаційний період, необхідно враховувати як базові принципи макроекономіки, так і зазначені особливості трансформаційної економіки України. За таких умов надто важко визначитись із напрямом фіскальної політики. Кожне прийняте рішення на рівні держави не завжди досягає мікрорівня або досягає в деформованій формі. Рекомендації фахівців Світового банку, Міжнародного валютного фонду та інших міжнародних організацій не досягають ефекту внаслідок значних відмінностей економіки України від розвинутих країн.

Розрізняють такі види фіскальної політики: дискреційну, стимулюючу, стримуючу та стабілізаційну, які використовують з урахуванням стану економіки країни. Це не означає, що для трансформаційної економіки можна використати одну з цих фіскальних політик, а навпаки, специфіка економіки України вимагає пошуку власної моделі фіскальної політики.

Серед інструментів фіскальної політики вітчизняні та зарубіжні вчені виділяють, перед усім, наступні: регулювання витратків держави, податкових надходжень та платоспроможності населення. Застосування цих інструментів повинно враховувати реальний стан економіки, оскільки вплив фіскальної політики на сукупний попит чи на сукупну пропозицію може мати непрогнозовані наслідки.

Для забезпечення максимальної ефективності перетворень у податковій сфері національної економіки мають бути комплексно оцінені всі фактори ефективності головного податкового документу країни – Податкового кодексу України. Ефективність фіскальної політики багато в чому залежить від швидкості реакції уряду на зміни в економіці.

Як і будь-яка діяльність, ефективність фіскальної політики характеризується певними критеріями. На наш погляд, вибір критеріїв ефективності фіскальної політики має ґрунтуватися на тих ефектах, які держава може використати з максимальною користю для забезпечення економічного розвитку, не допускаючи при цьому значного зростання дефіциту бюджету та державного боргу (табл. 1).

Таблиця 1. – Критерії ефективності фіскальної політики

Критерій	Сутність
Загальний дефіцит бюджету (фактичний)	Утворюється державними витратами, які перевищують державні доходи та субсидії
Зовнішній дефіцит	Зовнішні видатки держави мінус державні надходження від зовнішніх джерел
Внутрішній дефіцит	Загальний дефіцит мінус зовнішній дефіцит
Податкове навантаження	Питома вага податкових платежів у ВВП
Державний борг	Питома вага державного боргу у ВВП

Джерело: [3].

Кількісні значення критеріїв ефективності фіскальної політики мають узгоджуватися з індикаторами національної безпеки. Фіскальну політику можна вважати безпечною, якщо не відбувається зростання частки державного боргу у ВВП, оскільки необмежене зростання цього показника свідчить, що через певний проміжок часу країна буде змушена всі свої доходи спрямовувати на погашення державного боргу.

Реалізація фіскальної політики у періоди економічних змін вимагає врахування не тільки базових принципів макроекономіки, але і причини трансформаційних змін, а також пріоритети фіскальної політики на певному етапі розвитку економіки держави. Такі вимоги надто ускладнюють визначення напрямів фіскальної політики, оскільки кожне рішення, прийняте на макрорівні, не завжди може досягти мікрорівня у невикривленій формі. Для України складність вибору і дотримання єдиного вектора фіскальної політики зумовлена необхідністю враховувати рекомендації Світового банку та МВФ, фахівці яких дають рекомендації з урахуванням досвіду економічно розвинених країн, без уваги до специфіки становлення і розвитку української державності [3].

На ефективність розробки і реалізації фіскальної політики в Україні впливають багато негативних чинників: нестабільність та внутрішня суперечність податкового законодавства; високий рівень податкового навантаження на бізнес; низька ефективність податкової системи, яка зумовлена поширенням фактів ухилення від оподаткування; складність системи адміністрування, висока вартість збирання податків, запровадження додаткових адміністративних обмежень у справлянні податків; нераціональний розподіл податків між державним і місцевими бюджетами, що зумовлює хронічну дотаційність місцевих бюджетів та обмежує фінансову свободу місцевих органів влади; наявність великої кількості соціальних пільг, безсистемне їх надання, відсутність пільг інвестиційного спрямування, що зменшує дохідну базу бюджету без перспективи розширення бази оподаткування [4, с.30-35].

Таким чином, реалізація фіскальної політики в Україні буде ефективною тоді, коли її розробка буде здійснюватися з урахуванням необхідності узгодження бюджетної і податкової політики, особливостей національного розвитку, поточної економічної ситуації та довгострокової стратегії розвитку держави. Трансформація економічного розвитку відіграє значну роль у формуванні споживчої, інвестиційної та державної поведінки. Остання впливає на фіскальну політику, змушуючи уряд обмежувати можливі заходи та політичні інструменти.

Список використаних джерел:

1. Ракул О. Щодо трансформації фіскальної політики України відповідно до вимог сьогодення/ О. Ракул// Адміністративне право і процес. – 2017. – №1. – С. 144-148.
2. Slatvinskaya M. A. Fiscal decentralization in Ukraine: shortcomings and prospects/ M. A. Slatvinskaya /Economics, management, law: socio-economicspectsofdevelopment: Collectionofscientificarticles. Vol.1. – EdizioniMagi, Roma, Italy, 2016. – 356 p., С 339-342. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26042074>.
3. Ефективність фіскальної політики України та механізм її реалізації в умовах трансформації економіки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://vuzlib.com.ua/articles/book/43996-Problemi_konkurentospromozhnos/3.html.
4. Тарангул В. І. Фіскальна політика та механізм її реалізації/ В.І. Тарангул //Загальні питання економіки. – 2010. - № 21. – С. 30-35.

Кушнір Д. Ф.
студентка 3 курсу
факультету економіки та управління підприємництвом,
Одеський національний економічний університет

ЧИННИКИ «ТІНЬОВОЇ» ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Тіньова економіка – це соціально-економічне явище, яке притаманне багатьом країнам, незалежно від їх державного устрою. Поширення в Україні такої проблеми являє собою суттєву перешкоду для сталого розвитку економіки нашої держави. Структурна деформація, диспропорції в соціально-економічному розвитку, стримування процесів державотворення в країні, низький рівень економічної безпеки – усе це є наслідками тінізації економіки. Також вона перешкоджає розвитку конкурентоспроможності України, зростанню соціальних стандартів життя населення та інтеграції в європейське співтовариство. Тому на сьогоднішній день пильна увага економістів прикута саме до тіньової економіки, оскільки вона торкається життєво-важливих інтересів населення.

Корені виникнення тіньової економіки сягають у часи появи держав. Дана проблема почала привертати до себе увагу із 70-х років XX століття західних економістів, а з 80-х років – вітчизняних цей інтерес був обумовлений зростанням рівня тіньового сектору економіки, поширення якого криє в собі ризик для національної безпеки тієї чи іншої країни. У майже всіх державах світу присутня проблема тінізації економіки. В деяких рівень тіньової економіки незначний, що не впливає в більшій мірі на економіку, в деяких – тіньовий сектор з руйнівною силою впливає на розвиток держави в цілому. На жаль, в Україні за даними Мінекономрозвитку обсяги тіньової економіки знаходяться на рівні 34 % від ВВП[1].

Вагомий внесок у розробку сучасних наукових надбань щодо тіньової економічної діяльності зробив О.Турчинов, сформувавши наступне визначення тіньової економіки: «...це економічна діяльність, яка не враховується і не контролюється офіційними державними органами, а також діяльність, спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства» [2, с.46-47].

Необхідно відмітити, що тіньова економічна діяльність, причини, які її породжують, не є атрибутом лише сучасних держав: з виникненням перших державних утворень – з поділом суспільства на класи виникає певна суперечність, протистояння інтересів його членів та інтересів держави. Історичний досвід свідчить, що доки існуватиме державна форма організації суспільного життя, а держава у той чи інший спосіб впливатиме на забезпечення своїх інтересів поширенням обмежень, вимог та заборон, доти зберігатиметься й тіньова економіка. Подібний економічний феномен властивий всім країнам, незалежно від рівня та моделі економічного розвитку [3].

Поява тіньового сектору є наслідком неефективного державного регулювання. Основою регулювання, в свою чергу, є обмеження, а неякісні обмеження провокують їх порушення. Вагома частина тіньової економіки обумовлюється недоліками державного управління — бюрократизація державних органів, недосконала система механізмів нормативно-правового регулювання та ін.

Основною причиною розвитку тіньового сектору економіки є існуючі вимоги з боку держави до суб'єктів економічної діяльності.

Серед основних чинників і умов, які визначають надзвичайне зростання обсягів «тіньової» економіки на сучасному етапі розвитку держави, також можна назвати: соціально-економічна криза в країні; непослідовність економічних і соціальних реформ; нерегульованість суспільно-економічних відносин; недосконалість фіскальної політики держави; відсутність стабільного законодавства, яке регламентує економічну діяльність;

серйозні прогалини в чинному законодавстві; небезпечний рівень корумпованості державних службовців; бартеризація взаєморозрахунків між суб'єктами господарювання [3, с.19].

На рис.1 представлений рівень тіньової економіки України за 2010-2016роки.

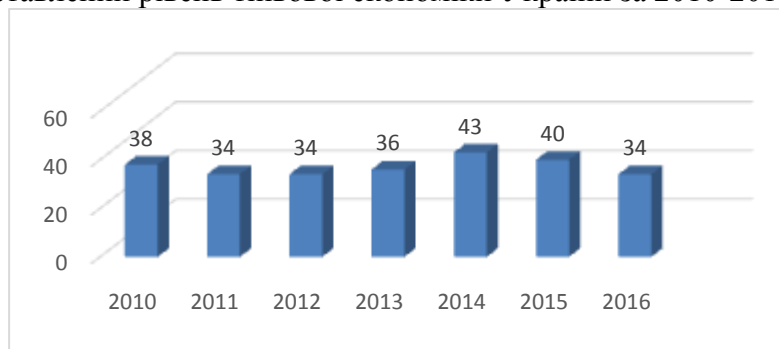


Рис. 1. Інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні (у % від обсягу офіційного ВВП) і темпи приросту/зниження рівня реального ВВП (у % до попереднього року).

Джерело: [1].

З рис. 1 слідує, що у 2016 році рівень тіньової економіки склав 34% від офіційного ВВП—це на 6 в.п. менше порівняно з показником 2015 року, та на 9 в.п. менше з 2014 роком.

У 2016 році порівняно з 2015 та 2014 роком відчувається певна детінізація економіки.

Детінізація стала результатом:

1) закріплення макроекономічної стабільності та відновлення економічного зростання (за підсумком 2016 року реальний ВВП зріс на 2,3%, індекс споживчих цін у розрахунку грудень до грудня склав 112,4% (43,3% у 2015 році);

2) поліпшення бізнес-клімату в умовах проведення політики дерегуляції підприємницької діяльності, що, у свою чергу, сприяло зростанню довіри інвесторів та нарощенню притоку прямих інвестицій;

3) поступової легалізації відносин на ринку праці внаслідок зниження єдиного соціального внеску та, як наслідок, послаблення навантаження на фонд оплати праці [1].

Основними заходами щодо детінізації економіки є: запровадження додаткових податкових стимулів до нагромадження та інвестування коштів в інноваційний сектор юридичними особами, які пропонується надавати за фактичними результатами діяльності; звуження фінансової бази тіньового господарювання; спрощення погоджувальних та дозвільних процедур щодо здійснення підприємницької діяльності; обов'язкове обґрунтування джерел походження грошових коштів при купівлі товарів, вартість яких перевищує певну заздалегідь визначену суму житла, земельних ділянок, транспортних засобів та предметів розкоші [5, с.112].

Список використаних джерел:

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] .– Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki>.

2. Предборський В. Тінізаційний потенціал глобальних відносин наднаціонального рівня та стратегія його обмеження//Підприємництво, господарство і право . – 2007.— №5.— С.46-47.

3. СавичО.В, СавичІ.В. Основні чинники та шляхи протидії тінізації економіки України[Електронний ресурс] .– Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3827>.

4. Васенко В. К. Тіньова економіка України та шляхи її детінізації // Вісник Черкаського університету.—2016.—№1. С.15-22.

5. Вишневська О.М., Синякова А.В. Тінізація і гарантування економічної безпеки держави//Економіка на управління національним господарством.—2016.—№13.—С.110-112.

Кушнір О. Є.

магістрант

(Науковий керівник –к.е.н. Янковий В. О.),

Одеський національний економічний університет

СВІТОВИЙ РИНОК ЗЕРНА ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА НЬОМУ

Аналізуючи сучасний ринок зерна, необхідно звернути увагу на нерівномірність розвитку й незбалансованість попиту та пропозиції, тому важливого значення набуває вивчення кон'юнктури ринку зернових культур та визначення місця України на ньому.

Україна є одним з ключових учасників світовому ринку зерна, щорічно нарощуючи обсяги його експорту. Враховуючі події на Донбасі та в окупованому Криму, зерно займає місце головного експортного товару нашої країни. Але останнім часом зниження цін на зернові на основних світових майданчиках внаслідок його перевиробництва робить цей бізнес менш прибутковим.

Спочатку варто ознайомитись із міжнародними трендами останніх років на головні експортні зернові культури. На світовому зерновому ринку останніми роками спостерігається ріст виробництва зерна. Як очікується, в 2017 році обсяги виробництва зернових у світі досягнуть 2597 млн. т, що всього лише на 0,3 відсотка (9,0 млн. т) нижче рекордного рівня 2016 року, але все ще вище середньорічного показника за останні п'ять років.

Практично весь обсяг скорочення виробництва зернових у порівнянні з попереднім роком припаде на частку пшениці: обсяг її виробництва складе, як очікується, 740 млн. т, що на 2,7 відсотка (20,3 млн. т) менше, ніж в 2016 році. В Австралії, Канаді та Сполучених Штатах прогнозоване зменшення виробництва пояснюється головним чином скороченням посівних площ під впливом зниження цін. Зниження врожаю також очікується в Казахстані, Російській Федерації та в Україні, в той час як в ЄС і Марокко прогнозується значне зростання виробництва.

Перевиробництво призвело до того, що ціни на зернові на основних світових майданчиках обвалилися. Ціна на пшеницю на світовому ринку продовжує зменшуватися дев'ятий рік поспіль, згідно з даними міжнародного видання Trading Economics [2]. Станом на 3 березня 2017 року ціна 1 т пшениці становила 429,61 USD. Для порівняння, у 2012 році ціна становила 900 USD, а в 2008 році вона досягнула історичного максимуму - 1194,5 USD. Цінова ситуація на ринку кукурудзи відзначається стабільністю, починаючи з 2014 року, вартість 1 т - в межах 360-380 USD. Історичний максимум на цю культуру зафіксований у 2012 році та становить 849 USD. Згідно з даними порталу Index Mundi [3], ціна 1 т ячміню знаходиться в межах 130—140 USD. За останні 10 років вартість цього злаку двічі сягала рекорду: вперше у 2008 році, коли за 1 т ячменю пропонували 248 USD, вдруге - у 2012 році - 258 USD. Як і щодо решти культур, ціна на ріпак також залишається рекордно низькою. І хоча з серпня вона дещо збільшилася, досягши історичного мінімуму у лютому 2015 року (742 USD), але й досі вона досі залишається низькою. Станом на січень 2017 року ціна не перевищувала 920 USD за 1 т. За останні 10 років найбільше за 1 т рапсу давали влітку 2008 року - 1,740 USD.

Українське зерно користується попитом на світовому ринку, що підкреслює статус України як одного з провідних учасників світового зернового ринку. Українських експортерів, як не дивно, підтримала девальвація національної валюти. Сьогодні вітчизняні виробники більш конкурентоспроможні на світових ринках, вони відповідно можуть більше поставити зерна на зовнішні ринки (з початку маркетингового сезону станом на березень 2017 року експорт зерна з України вже становив 27,7 млн. т). Це є більше, ніж минулого року, при тому що загальний обсяг врожаю в Україні нижчий, ніж в минулому сезоні.

Єдине, що змінилося порівняно з минулим роком, то це структура експорту. Оскільки цього року було збільшено виробництво пшениці (в минулому році для неї були менш сприятливі умови) - майже 27 млн. т порівняно з 24 млн. т в 2014, то в 2017 році очікується збільшення її експорту до 16,5 млн. т проти 11 млн. т минулого сезону [1]. Експортна інфраструктура України вже технологічно здатна відправити на експорт понад 25 млн т зерна, що пов'язано із потужними інвестиціями, залученими інвесторами, зокрема іноземними, в цю галузь протягом останніх років. За умови нарощування експортного потенціалу, доходи від експорту українського зерна при поточному рівні цін оцінюються у 5 млрд дол. США.

З кукурудзою ситуація склалась зовсім протилежна, її урожайність була меншою, ніж роком раніше, зібрали 24 млн. т. Адже за таких погодних умов була загроза отримати ще значно менший врожай пізніх культур. Однак слід зазначити, що за рахунок збільшення виробництва пшениці просідання по кукурудзі мало відчутне.

Щодо ячменю, то у 2017 році на зовнішні ринки вже поставлено близько 4 млн. т. З року в рік ця культура все меншу вагу має у списку основних українських культур, але не слід забувати, що саме ця культура є найбільш дешевою з точки зору вкладання коштів. Тобто якщо в аграрія грошей немає, то можете сміливо сіяти ячмінь, він в будь-якому випадку виросте і дасть урожай. При цьому це будуть мінімальні затрати на його вирощування, яких ви можете зазнати. Кукурудза в цьому випадку є найбільш затратною культурою, якщо говорити про зернові і не брати до уваги сою. Проте соя залишається однією з найбільш прибуткових культур, хоча в цьому році соняшнику програє в ціні. Адже соняшник в цьому році, попри всі негаразди на світовому ринку, в Україні тільки дорожчає, навіть в доларовому еквіваленті, порівняно з 2016 роком.

Отже, на світовому ринку зерна кон'юнктуруотворюючими факторами є природні, політичні та економічні. Україна посідає одне з провідних місць на світовому ринку зерна. Збільшення світового споживання зерна через нарощування виробництва біопалива протягом наступних років забезпечуватиме стабільний попит на українське зерно за високими світовими цінами. Реалізація наявного експортного потенціалу щодо зернових може забезпечити додатковий дохід для економіки.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Офіційний сайт міжнародного видання TradingEconomics. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tradingeconomics.com/commodity/wheat>.
3. Офіційний сайт порталу IndexMundi. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=barley>.

*Ніколаєв І. С.
магістрант,*

Одеський національний економічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

На сучасному етапі розвитку економічних відносин актуальною проблемою є формування ефективної регіональної інвестиційної політики, яка б всебічно враховувала рівень економічного розвитку й інвестиційний потенціал регіону.

Інвестиційну привабливість регіону можна оцінювати за п'ятьма групами факторів: соціально-економічний розвиток; ринкова інфраструктура; фінансова інфраструктура; людський капітал; взаємовідносини підприємництва і влади. Останній фактор свідчить про ступінь готовності регіональної влади співпрацювати з інвесторами і виявляється у стійкій зворотній залежності між розмірами адміністративного апарату та обсягами інвестицій [1, с. 120].

Одеська область за своїм економічним, інноваційним та людським потенціалом і гео економічним положенням є однією з провідних в Україні. Згідно зі Стратегією економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року, регіон бачиться як «міжнародний логістичний та туристично-рекреаційний центр Півдня України з конкурентоспроможною економікою, де налагоджений діалог між владою та суспільством для гармонійного розвитку особистості і створення безпечних та якісних умов життя на принципах сталого розвитку» [2].

Одеська область має достатньо великий потенціал для розвитку та залучення інвестицій, як з боку національних інвесторів, так і іноземних. Регіон розвивається у всіх напрямках економічної діяльності, має значні здобутки в розвитку промисловості, сільського господарства, завдяки географічному положенню розвивається транспорт та торгівля. Серед регіонів України займає в останні роки достатньо конкурентоспроможне положення. З кожним роком область стає більш конкурентоспроможною. Індекс конкурентоспроможності постійно зростає, так у 2011 році Одеська область займала 8 місце серед регіонів України, у 2012 році піднялася до 6-го, а в 2013 уже займає 3 місце. Це є позитивним знаком для розвитку регіону.

Разом з тим, в регіоні є і проблеми. Область має достатню кількість слабких сторін і загроз, що негативно впливає на інвестиційну привабливість регіону. У структурі іноземних інвестицій велику частку інвестицій займає одна країна – Кіпр. До проблем регіону можна віднести малий розподіл інвестицій між районами. Основна частина інвестицій надходить до великих міст таких як: м.Одеса, м.Іллічівськ, м.Южне, а на райони приходить малий відсоток вкладення, тобто регіон розвивається нерівномірно. Найбільш інвестиційно-привабливими є такі райони: Комінтернівський, Біляївський, Овідіопольський, Ширяївський та Білгород-Дністровський. Найменш привабливі райони – Тарутинський, Фрунзівський, Іванівський, Саратський, Красноокнянський.

Для покращення інвестиційної привабливості Одеського регіону треба розробити та удосконалити систему заходів та програм, а саме: концентрувати наявні ресурси у пріоритетних галузях економіки з наступною їхньою трансформацією в інвестиції і, завдяки цьому, створити умови для економічного зростання; інвестувати в людський капітал, підвищувати кваліфікацію працівників; забезпечити прозорість прийняття інвестиційних проектів у сфері місцевого виробництва, сервісу, нерухомості й сільського господарства; переглянути фінансово-кредитну систему для іноземних інвесторів; удосконалити законодавчу базу в області інвестування; удосконалити маркетингові технології, що використовують агенції для впливу на бренд-імідж та появу зацікавленості у потенційного інвестора.

Для будь-якого регіону держави важливим є розвиток підприємництва як ключового фактора розвитку економіки. Одним з найголовніших завдань органів виконавчої влади у сфері розвитку підприємництва є встановлення і реалізація прозорих, чітких, зрозумілих, єдиних для всіх "правил гри", забезпечення їх загального дотримання, створення умов для вільного доступу до всіх сегментів ринку, гарантування всім суб'єктам підприємницької діяльності захисту їх законних прав та інтересів у відносинах з іншими суб'єктами та органами влади.

Відповідно, стратегічними завданнями створення конкурентного середовища, яке б сприяло припливу інвестицій в економіку регіону, можуть стати: спрощення доступу підприємств до довгострокових кредитів; зниження реальних процентних ставок завдяки реструктуризації та додатковій капіталізації банківського сектору; впровадження інструментів стимулювання енерго- та ресурсозбереження.

Список використаних джерел:

1. Михайлюк О.Л. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості Одеської області [Електронний ресурс] / О.Л. Михайлюк // Стратегічні пріоритети. – №1(6). – 2008 р. – с. 120-130. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/6/17.pdf>.
2. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oda.odessa.gov.ua/53/52280/52278.html>.

Лещенко А. В.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Економічні перетворення, що відбуваються в Україні, потребують глибокого аналізу та осмислення проблем зайнятості населення. Зайнятість є найважливішим аспектом як соціально-економічного життя людини, так і її соціально-трудова відносин, бо торкається інтересів і громадянських прав кожного члена суспільства, умов економічного зростання і соціальної стабільності в країні.

Зайнятість населення – важливий фактор розвитку соціально-економічної системи, необхідна умова її відтворення та життєдіяльності.

Зайнятість є соціально-економічним явищем, а тому вона має економічну та соціальну сутність. Економічна сутність зайнятості полягає в діяльності людей по створенню валового внутрішнього продукту (національного доходу). Таким чином, чим більше людей зайнято при будь-яких інших умовах, тим більше в суспільстві виробляється матеріальних і духовних цінностей, тим вищий буде рівень життя населення. Це — перший головний висновок, на якому базується соціально-економічна політика та державне управління зайнятістю населення.

Соціальна сутність зайнятості відображає необхідність особи в самовираженні і самоствердженні через суспільно-корисну працю, а також ступінь задоволення в доходах своїх потреб при певному рівні соціально-економічного розвитку суспільства. Звідси другий основний практичний висновок, на якому базується соціально-економічна політика держави в галузі управління зайнятістю: якщо суспільство націлено на соціально-економічний розвиток, воно не може байдуже ставитись до тих громадян, які бажають працювати, але з якихось причин не мають роботи.

Саме така двоєдина сутність зайнятості населення і дає підстави чітко визначити, що зайнятість населення є найважливішим елементом соціально-економічної політики держави.

Двоєдина сутність зайнятості та її функції знайшли своє відображення в Законі України «Про зайнятість населення» (ст. 1), а саме: «Зайнятість населення — це суспільно-корисна діяльність громадян, яка пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і така, що, як правило, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі» [1].

Однак зайнятість має ще й демографічний зміст. Від демографічного стану суспільства значною мірою залежить розвиток його продуктивних сил, їх відтворення, економічне навантаження на працездатне населення працездатного віку, продуктивність суспільної праці, стан використання трудового потенціалу суспільства. Тому розглядати зайнятість у практичному аспекті без врахування питомої ваги різних статево-вікових груп населення неможна.

Зайнятість характеризується різними аспектами, основними з яких є її форми та види. Розрізняють такі форми зайнятості: повну, неповну, часткову, первинну та вторинну зайнятість [2].

В умовах трансформації економіки України централізоване регулювання процесів зайнятості пов'язане з певними фінансовими, матеріально-технічними і організаційними обмеженнями, тому центр ваги управління ними переноситься в регіони.

Регіональні аспекти зайнятості мають свою специфіку. На регіональному рівні краще проявляється взаємозалежність пропозиції та попиту на робочу силу, формується своя кон'юнктура ринку праці, рівні зайнятості й безробіття населення, структура зайнятості, ціна робочої сили і рівень доходів населення.

Нині в регіонах України спостерігається недостатній рівень зайнятості, досить високий рівень безробіття і неврівноважена, переважно праценадлишкова, кон'юнктура ринку праці. Така ситуація характеризує зайнятість як неефективну, що негативно відбивається на загальному економічному розвитку регіонів, рівні та якості життя населення.

В контексті цього важливим стає завдання забезпечення ефективної зайнятості в регіонах України, при якій відсутні незадовільний попит і незадовільна пропозиція робочої сили та яка являє собою основну передумову не тільки підйому загальної результативності функціонування економіки, але й повноцінного розвитку і відтворення робочої сили.

Вирішуючи проблему зайнятості потрібно враховувати характер української економіки, а отже її окремих регіонів, який зумовлює неприйнятність лише орієнтації на механізм ринкового регулювання зайнятості. Основна увага в політиці зайнятості має приділятися формуванню конкурентоздатності всіх груп економічно активного населення як основи забезпечення високої мобільності найманих працівників і підприємців до коливань ринкової кон'юнктури. Політика зайнятості має бути погоджена з пріоритетами і темпами структурної перебудови, націлена на активізацію вивільнення надлишкової робочої сили з підприємств, її перерозподіл у галузі і сфери пріоритетного розвитку.

Політика зайнятості повинна бути підпорядкована головній стратегічній задачі – надання кожному працездатному члену суспільства не роботи взагалі, а можливості в найбільшій мірі розвинути і реалізувати свій потенціал, отримуючи при цьому гідну винагороду за свою працю. Особлива увага повинна приділятися, по-перше, довгостроково безробітним, оскільки мова йде про можливу втрату накопиченого людського капіталу, по-друге, молоді, тому що у неї потенціал набуття і ефективного використання людського капіталу може бути не реалізований.

Незважаючи на існування значної кількості науково-практичних досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених питанням зайнятості, сучасний стан цієї проблематики на регіональному рівні є невичерпаним.

Потребують негайного розв'язання проблеми виявлення резервів забезпечення ефективної зайнятості, узгодження попиту і пропозиції робочої сили, скорочення безробіття, підвищення якості надання послуг безробітному і незайнятому населенню, створення і

збереження робочих місць, розвитку самозайнятості, збереження і нарощування трудового потенціалу регіонів [2].

Найбільшу економічну і соціальну напругу в країні, в окремих її регіонах створює безробіття в результаті деіндустріалізації країни. Без вивчення впливу працевладлишковості на формування зайнятості населення та особливостей безробіття в таких регіонах не можна розробити заходи, які спрямовані на поліпшення стану ринків праці в їх межах та на покращення ситуації в країні загалом.

Список використаних джерел:

1. Про зайнятість населення. Закон України від 05.07.2012 № 5067-УІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
2. Бесчастна Д.О., Довгих Т.О. Аналіз ринку праці у сучасних умовах економічних змін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5046>.

Мельник І. О.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ В УКРАЇНІ

Сьогодні економіка України переживає складні трансформаційні процеси, які характеризуються посиленням ролі держави у використанні податкових важелів регулювання інвестиційної діяльності. Ключовою умовою структурної перебудови національної економіки та економічного зростання є інвестиції. Рівень інвестиційної активності держави є недостатнім через низку причин: недостатню розвиненість вітчизняного фондового ринку, недовіру з боку вітчизняних інвесторів, недоліки податкової системи, розшарування доходів населення країни, недосконалу бюджетно-фіскальну політику тощо.

Особливо актуальним наразі є пошук важелів активізації інвестиційної діяльності, адже практика економічно розвинутих держав свідчить про роль інвестицій як найважливішого чинника економічного зростання. За останні роки в Україні інвестиції в основний капітал знаходилися на рівні 13–16 % від ВВП, в той час як у країнах ЄС показник норми інвестицій не нижче 30 %, а в Китаї, де економіка стрімко розвивається, – знаходиться на рівні 40–46 %. Істотний вплив на інвестиційну активність спричиняє податкова політика. Проте податкова система України характеризується, передусім, фіскальною спрямованістю, що є лейтмотивом більшості змін, які вносяться до податкового законодавства. [1]Водночас, її регулююча функція не зорієнтована на сталі економічне зростання, а значне податкове навантаження на виробництво та недостатнє податкове навантаження за використання природних ресурсів негативно впливає на розвиток економіки. Разом з цим, нормативно-правова база оподаткування продовжує залишатися складною та нестабільною, а окремі законодавчі норми недостатньо узгоджені, інколи суперечливі, що негативно позначається на діяльності підприємницьких структур, знижує привабливість національної економіки для іноземних інвесторів.

Застосування різних форм та методів оподаткування дозволяє системі податкового стимулювання бути найбільш гнучким способом залучення додаткових ресурсів для інтенсифікації інноваційної та інвестиційної діяльності. Лише використання комплексного

підходу обґрунтування сукупності доступних інструментів дозволить активізувати інвестиційну діяльність країни на основі врахування національних пріоритетів економічного розвитку.

Вирішальний вплив держави на економічну діяльність нерезидентів в Україні визначають два фактори: умови інвестування та правила оподаткування. Оподаткування – один із головних важелів, використовуючи який держава може впливати на рух інвестиційних процесів і спрямовувати їх в русло національних стратегічних інтересів [1].

На сьогоднішній день в Україні застосовують лише основні інструменти податкового регулювання інвестицій, проте у світі їх використовується значно більше. При цьому триває процес удосконалення податкового стимулювання з метою забезпечення його відповідності мінливим умовам внутрішнього соціально-економічного середовища України.

Отже, до основних інструментів податкового регулювання інвестиційної активності відносимо: податкові пільги (зниження ставки податку, звільнення від оподаткування, податкові канікули, податковий кредит, інвестиційні знижки, інвестиційні субсидії); зменшення податкової бази; усунення подвійного оподаткування; прискорена амортизація; спрощення порядку ведення податкового обліку і складання звітності.

Перш за все, на рівень інвестиційної активності прямо впливає комплекс податкових пільг для інвесторів. В Україні законодавством не передбачено застосування ні інвестиційного податкового кредиту, ні податкового кредиту на дослідження. Податкові пільги можуть надаватися лише з метою стимулювання виробничої та інвестиційної діяльності новостворених підприємств. Тож, попри відносно зростання обсягів інвестицій, в останні роки в Україні цей фактор економічного росту задіяний недостатньо.

В Україні на сьогоднішній день податкове регулювання іноземних інвестицій можна оцінити як незадовільне. У рейтингу сприятливості податкових систем Paying Taxes 2016, підготовленому Світовим банком спільно з Pricewaterhouse Coopers, Україна посіла 107-е місце серед 183 досліджуваних країн.

Основним завданням реформування вітчизняної податкової системи має стати перехід від її фіскального спрямування до стимулюючого, тобто основною функцією податкової системи повинна стати не мобілізація доходів до державного бюджету, а стимулювання економічного розвитку, покращання рівня життя, реалізація програм розвитку. Основою ефективної системи оподаткування має стати врегульоване податкове законодавство.

Сучасна податкова система в Україні, попри неодноразові спроби її реформування, залишається недосконалою, оскільки не сприяє економічному зростанню, відродженню вітчизняного товаровиробника, випуску конкурентоспроможної продукції та активізації інвестиційної діяльності. Відтак, важлива роль в активізації інвестиційної діяльності засобами податкової політики належить загальному рівню оподаткування, ставкам окремих податків, які формують обсяги прибутків господарюючих суб'єктів та рівень цін у суспільстві. Податок на прибуток господарюючих суб'єктів та податок з доходів фізичних осіб є тими важливими податками, які безпосередньо спричиняють активізацію або гальмування процесів інвестування в державі. Адже підвищення і якісна зміна структури доходів населення й розширення напрямів їх використання впливають на участь громадян у процесі капіталоутворення. Через відповідну податкову політику може пригнічуватися схильність громади до заощадження коштів (за умов високих ставок прибуткового податку) або, навпаки, активізуватися (якщо ставки низькі), перетворюючись, при цьому, на інвестиції.

Ситуація, що склалася, потребує негайного вжиття заходів, спрямованих на стимулювання зростання притоку іноземного капіталу в українську економіку. Відтак, не викликає сумніву тісний зв'язок між інвестиційною активністю в країні з рівнем оподаткування. Податкові надходження формують дохідну частину державного бюджету та стають основним джерелом

державного фінансування пріоритетних напрямів й сфер діяльності, а також державного сектора економіки [2].

Отже, на сьогоднішній день система оподаткування в Україні є недосконалою та потребує подальшого реформування у напрямі надання їй більшої інвестиційної спрямованості. Цього можна досягти шляхом уведення в дію різноманітних інструментів регулювання інвестиційної діяльності, що дають змогу її активізувати у пріоритетних напрямках економіки.

Список використаних джерел:

1. Шевчук І. В. Вплив податкової політики на інвестиційні процеси в Україні / І. В. Шевчук // *Вісник ЖНАЕУ*. – 2015. – № 1 (48), т. 2.
2. Литвин Я.А. Податкове регулювання іноземних інвестицій//[Електронний ресурс] .- Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/154.pdf>

Мельник М. О.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ВПЛИВ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Підвищений інтерес до проблем реформування фінансової бази органів місцевого самоврядування зумовлений гострою нестачею фінансових ресурсів для виконання покладених на них повноважень та забезпечення збалансованого соціально-економічного розвитку. Власні податкові надходження не є надійним, стабільним та, найголовніше, достатнім джерелом наповнення місцевих бюджетів. Проте світова практика свідчить, що місцеві податки та збори відіграють важливу роль у забезпеченні органів місцевого самоврядування фінансовими ресурсами. Вони є запорукою їх самостійності. В Україні місцеві податки та збори зберегли свою допоміжну роль при формуванні місцевих бюджетів.

З метою підвищення фінансової самостійності місцевих бюджетів 28 грудня 2014 року Верховна Рада України ухвалила зміни до Податкового та Бюджетного кодексів України. Це є найбільшим за останні роки внеском на шляху до децентралізації. В основному це стосується передачі органам місцевого самоврядування додаткових бюджетних повноважень і закріплення стабільних джерел доходів щодо їх реалізації. В той же час змінами до Податкового кодексу України підвищено фіскальну незалежність місцевих органів влади щодо місцевих податків та зборів. [1]

Після внесення змін до податкового та бюджетного законодавства, основними податками, які наповнюють місцеві бюджети (міста обласного значення, районів, об'єднаних територіальних громад) стали: 60% ПДФО (податку на доходи фізичних осіб), 5% акцизного податку з реалізації підакцизних товарів, 100% єдиного податку, 100% податку на майно (нерухомість, земля, транспорт), 100% плати за землю, 100% податку на прибуток підприємств комунальної власності, 100% плати за надання адміністративних послуг та 25% екологічного податку[1], [2]. Більш наглядно зазначені зміни представлено в табл.1.

Податок на доходи фізичних осіб відіграє значну роль у доходах місцевих бюджетів. У деяких зарубіжних країнах його відносять до місцевих податків.

Щодо порівняно нового податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, то було зменшено пільги зі сплати цього податку: для квартир 60 м² та 120 м² для будинків. Закріплено ставки оподаткування нерухомості до 3% від розміру мінімальної заробітної плати за 1 м²[3]. Однак, впровадження цих змін привело до виникнення ускладнень щодо

адміністрування даного податку. Вони пов'язані з відсутністю єдиної бази об'єктів нерухомості що є власністю платника та наявністю проблеми відносно взаємодії органів державної влади щодо цього питання.

Таблиця 1

Розподіл податків відповідно до змін бюджетного і податкового законодавства

Податки	Чинні до 2015 року			Чинні після 2015 року		
	Бюджет міста обласного значення	Обласний бюджет	Державний бюджет	Бюджет об'єднаної громади, району, міста обласного значення	Обласний бюджет	Державний бюджет
ПДФО, %	75	25	0	60	15	25
Податок на прибуток, %			100		10	90
Екологічний податок, %	Надходить до спецфонду			Надходить до загального фонду		
	35		65	25	55	20
Акцизний податок з реалізованих підакцизних товарів, %				100		
Плата за надання адмін-х послуг, %			100	100		
Державне мито, %			100	100		
Єдиний податок, %	Зараховується до бюджету розвитку (спецфонд)			100		
Податок на майно (плата за землю, податок на нерухомість, транспортний), %	100			100		

Динаміка питомої ваги податкових надходжень за період з 2014 по 2016 роки мала тенденцію до підвищення і у 2016 році становила 43,6% у порівнянні з 2014 роком 37,7%. [4]. Це свідчить про позитивні зрушення.

Проведені у 2015 році реформи були необхідними та своєчасними. Проте, із закріпленням на місцевому рівні деяких державних податків та їх перерозподілом на користь місцевого бюджету, останнім було передано і нові повноваження, функції, державні програми, які потребують значного фінансування. Податкова політика повинна бути направлена на досягнення соціально-економічного розвитку регіонів, активізацію підприємницької діяльності, що забезпечуватиме не лише фіскальну, а й регулюючу функцію податків.

Список використаних джерел:

1. Децентралізація під мікроскопом: експертний аналіз//[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/item/id/1453>.
2. Родченко В.Б. Вплив фіскальної децентралізації на місцеві бюджети України. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

bin/irbis_nbuvcgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=se_2016_1_9.

3. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>

4. Офіційний сайт Казначейської служби України // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=185635>.

Мітчик Н. В.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ВАЖЛИВІСТЬ СТВОРЕННЯ САМОДОСТАТНІХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Реформування територіальної організації влади на засадах децентралізації є одним із ключових напрямів системних суспільних трансформацій в Україні. Базовою складовою цієї реформи є оптимізації просторової основи функціонування органів влади, якою виступає адміністративно-територіальний устрій. Метою такої оптимізації є створення ефективної системи публічної влади в адміністративно-територіальних одиницях, здатної забезпечити сприятливі умови для життєдіяльності людей та можливості для стійкого соціально-економічного розвитку усіх регіонів шляхом раціонального використання їхнього потенціалу.

Поштовхом для початку реформ слугувала неспроможність нинішньої системи місцевого самоврядування задовольняти потреби суспільства. Як слушно відмічається дослідниками, функціонування органів місцевого самоврядування у більшості територіальних громад не забезпечує створення та підтримку сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини, її самореалізації, захисту її прав, надання населенню органами місцевого самоврядування та утвореними ними установами й організаціями високоякісних і доступних адміністративних, соціальних і інших послуг на відповідних територіях [1].

Питання необхідності побудови нової моделі територіальної організації влади й адміністративно-територіального устрою неодноразово піднімалось у політичному та експертному середовищі. У період з 1997 по 2012 рік розроблено низку концепцій реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади, планів їх реалізації, але процес реформи до логічного завершення так і не було доведено. У квітні 2013 року розпорядженням Кабінету Міністрів України №333-2014-р. затверджено «Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» та розпорядженням КМУ схвалено «План заходів щодо реалізації Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» №591-2014-р. Окрім цих нормативних актів, правовою основою об'єднання територіальних громад в Україні є закони «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про добровільне об'єднання територіальних громад», «Про співробітництво територіальних громад», постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад», а також Бюджетний і Податковий кодекси України та інші нормативно-правові акти.

Необхідно зауважити, що головними чинниками, заради яких об'єднуються територіальні громади, є отримання економічної та податкової самостійності, отримання самостійних функцій, які фактично нададуть об'єднаним територіальним громадам статусу,

наближеного до того, що сьогодні мають міста обласного значення. Але окрім самостійності в основі об'єднання громад лежить проблема самодостатності.

Проблема самодостатності територіальних громад в Україні довгий час стояла досить гостро. Принцип самодостатності та самостійності, що проголошений у Конституції, на практиці фактично не виконувався. Переважна більшість територіальних громад України, маючи право вирішувати питання місцевого значення, неспроможна їх виконувати через брак власних коштів, занепад або відсутність інфраструктури (необхідних будівель, споруд, доріг тощо), а також брак кадрів відповідної кваліфікації. Світовий досвід свідчить про те, що тільки самодостатня територіальна громада може ефективно вирішувати місцеві питання, беручи участь в управлінні власними справами безпосередньо або через обрані ними органи, що створює простір для прояву ініціативи й творчості [2].

Самодостатня територіальна громада має бути спроможна в процесі свого функціонування за умови ефективного використання своїх ресурсів не тільки задовольняти поточні потреби, а також створювати умови для подальшого успішного розвитку.

Одним із ключових аспектів, що визначають самодостатність територіальної громади є наявність власних фінансових ресурсів для того, щоб успішно вирішувати ті питання та проблеми, які виникають на місцях і забезпечувати належну якість надання послуг жителям територіальної громади. Бюджет територіальної громади є основним інструментом реалізації її прав на автономне вирішення питань місцевого господарювання.

Завжди актуальним питанням об'єднання територіальних громад є для невеликих місцевих громад (сіл, селищ, містечок). Особливого, невідкладного значення воно набуло останнього часу на Сході нашої країни, де з 2014 р. тривають бойові дії. У свою чергу створення громади – це серйозний крок для всіх населених пунктів, які у неї увійдуть. Саме тому об'єднання передувє довгий період обговорень, слухань та економічних розрахунків.

Отже, прийняття нормативно-правових документів, що стали підґрунтям створення добровільного об'єднання територіальних громад дало можливість розпочати у 2015 р. практичний етап формування спроможних територіальних громад. Запровадження нових норм дозволило зміцнити фінансову базу місцевого самоврядування, запровадити механізми стимулювання територіальних громад до добровільного об'єднання.

Таким чином, реформа децентралізації спрямована на формування об'єднаних територіальних громад як базового елементу ефективної системи влади в Україні. Від їх утворення, у першу чергу, виграє держава, перекладаючи на керівництво новоутворених громад вирішення першочергових питань місцевого розвитку. Завдяки реформі децентралізації територіальні громади змушені активізувати свій потенціал на шляху підвищення добробуту та якості життя, вдаватися до пошуку інструментарію активізації місцевого розвитку та додаткових джерел його фінансування.

Список використаних джерел:

1. Бугай С. М., Жовнірчик Я. Ф. Про напрями вдосконалення територіальної організації місцевого самоврядування [Електронний ресурс] // Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua>.
2. Боршош І. С., Чернецький Ю. О. Шляхи забезпечення фінансово-економічної самодостатності територіальних громад малих міст [Електронний ресурс] // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.

Мороз М. О.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Проведене дослідження та розраховані статистичні данні за методологією Міжнародної організації праці показали, що рівень безробітних на Україні значно вище офіційно визнаного. Сьогодні в Україні кожний десятий працездатний не має роботи взагалі, або має випадковий чи сезонний заробіток (1,7 млн. чол.) [1]. Тому безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства.

Безробіття – це соціально-економічне явище, при якому частина робочої сили (економічно активне населення) не зайнята у сфері економіки. Проблема безробіття є ключовим питанням у ринковій економіці, і, не вирішивши його неможливо налагодити ефективну діяльність економіки. Особливо гостро проблема безробіття постає перед Україною [2].

Оскільки, на сьогодні, дане економічне явище є однією з найважливіших проблем будь-якої країни світу, то й до її вирішення зверталася велика кількість науковців. Зокрема це Л.М. Колишня [2], О. Пазюк [3], Д. Акімов [4], Т.М. Соколова [5], Г.В. Левчук [6].

Рис. 1 відображає зареєстроване безробіття в Україні у 2017 році [1].

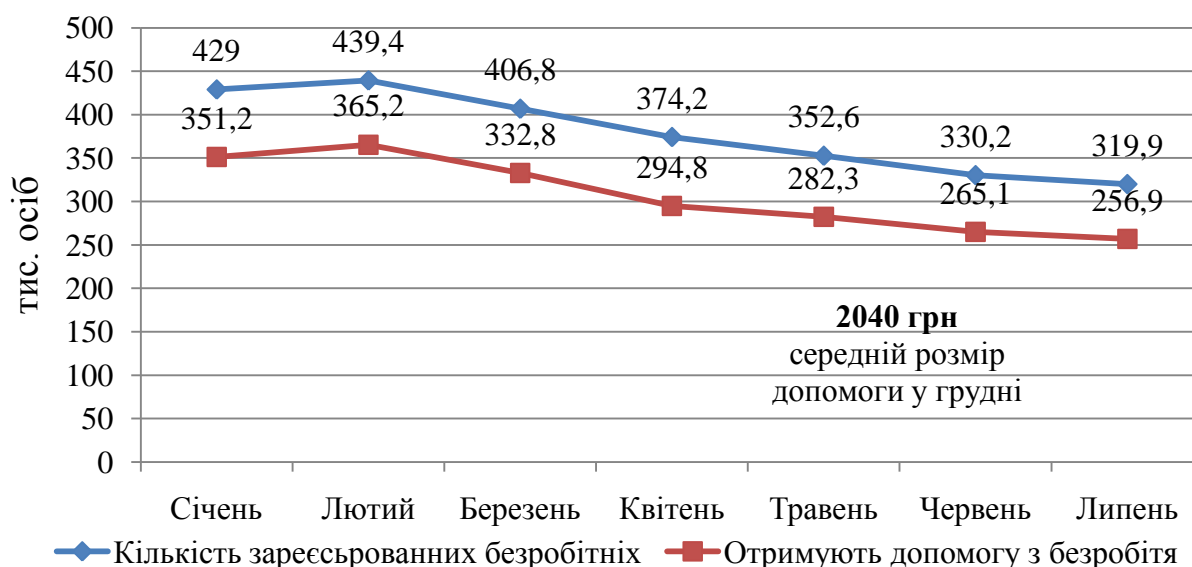


Рис. 1. Зареєстроване безробіття в Україні у 2017 році

З рис. 1 слідує, що величезний економічний спад у 2008-2010 роках, який розвалив промисловість, криза у східній частині країни через яку велика кількість людей втратила роботу та загалом нестабільна політична ситуація в державі негативно відображається на стані безробіття. В останні місяці 2017 року на ринку праці в Україні спостерігалася відсутність тенденції до скорочення зайнятості. Більше того, починаючи з лютого і до липня кількість зареєстрованих безробітних знизилася з 439,4 тис. осіб до 319,9 тис. осіб. По Україні втрачено менше робочих вакансій, ніж наприкінці 2016 р. [1].

Хоча й спостерігається значна тенденція до зменшення безробіття та вихід України з кризи, все ж існують певні проблеми та причини виникнення даного економічного явища.

Основними з яких є [3]:

1) проблема молодіжного безробіття, адже молодь без досвіду роботи зазнає найбільших труднощів з пошуку роботи, особливо офіційного працевлаштування;

2) структурні зрушення (міжгалузеві, внутрішньогалузеві, регіональні) в економіці, що виражаються у впровадженні нових технологій, згортанні виробництва в традиційних галузях, закритті технічно відсталих підприємств;

3) проблеми безробіття серед людей старшого віку;

4) відповідне скорочення сукупного попиту на робочу силу;

5) політика уряду в галузі оплати праці;

6) скорочується купівельна спроможність населення;

7) бюджет втрачає платників податків;

8) сезонні зміни в рівні виробництва в окремих галузях;

9) зміни в демографічній структурі населення;

10) рух робочої сили (професійний, соціальний, регіональний).

Одним із головних наслідків безробіття є те, що відбувається збідніння населення через втрату трудового заробітку та заморожування заробітної плати працівників, які залишаються на виробництві, що тягне за собою падіння купівельної спроможності населення і, відтак, падіння сукупного попиту на товари, що розглядається як головний фактор падіння виробництва й економіки в цілому.

Основні шляхи вирішення проблем безробіття мають включати цілу низку заходів, зокрема[4]:

1) запровадження механізмів захисту внутрішнього ринку праці;

2) реалізацію Державної та регіональних програм зайнятості;

3) сприяння стабільній діяльності стратегічно важливих підприємств;

4) забезпечення збереження ефективно функціонуючих робочих місць та створення нових;

5) створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу та підприємницької діяльності безробітних;

6) надання державою пільгових кредитів для виплати зарплати додатково зайнятим на виробництві, які за розміром будуть дорівнювати зарплаті;

7) легалізацію тіньової зайнятості [5].

З огляду на новітні наукові розробки та світову практику формування ефективної політики регулювання зайнятості і безробіття в Україні, запорукою вирішення проблеми є розробка і реалізація широкого комплексу відповідних заходів, насамперед, у соціально-трудовій сфері. Слід посилити увагу щодо оновлення та підвищення технічного рівня робочих місць, зокрема, для того, щоб кожне з них забезпечувало зайнятому прожитковий мінімум і подальше зростання заробітної плати (з урахуванням інфляції). Це дозволить привести заробітну плату у відповідність з продуктивністю праці, ліквідувати фіктивні робочі місця, зменшити приховане безробіття [6].

Список використаних джерел:

1. Статистичні дані Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.ukrstat.gov.ua.

2. Колишня Л.М. Безробіття в умовах формування ринкових відносин // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 6. – С. 9-11.

3. Пазюк О., Пономарьова О. Проблеми безробіття в Україні // Україна: аспекти праці. – 2004. – № 2. – С. 3-10.

4. Полтораков В.А., Акімов Д.І., Соціальний маркетинг та регулювання соціальних проблем у кризовому суспільстві / Вісник Львівського Університету. – 2010.- Вип. 4. С. 260-266.

5. Соколова Т.М. Структура зайнятості та безробіття: проблеми та тенденції // Україна: аспекти праці. – 2010. – №2. – С. 7-11.

6. Левчук Г.В. Сучасні проблеми, тенденції та аналіз безробіття населення в Україні // Вісник Бердянського університету економіки. – № 3(7) – 2009. – С. 75-79.

Слатвінська М. О.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
Одеський національний економічний університет*

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Фінансування інноваційної діяльності та створення сприятливих умов для розробок і впровадження інновацій є виправданим заходом на шляху модернізаційних перетворень. Адже інновації стимулюють створення нових галузей локальних економік та розвиток ринку праці і сфери освіти, приводять до зниження витрат й економії та заміненості природних ресурсів, служать інструментом для залучення додаткових фінансових ресурсів в країну, що підтверджується досвідом провідних країн світу, які активно фінансують дослідження і розробки. Найбільше коштів на такі заходи виділяє США.

Згідно з даними рейтингу Global Competitiveness Index, США щорічно витрачають на науку 405 млрд. дол. (до 2,7% ВВП), тоді як наступним є Китай у якого обсяги фінансування науково-дослідної діяльності становлять 338 млрд. дол. на рік (2,1% ВВП за паритетом купівельної спроможності). Японія виділяє на це 160 млрд. дол. (3,67% ВВП) [1].

В Україні за 2015-й рік на підтримку досліджень із бюджету було виділено 16 млрд. гривень, що становить 0,8% ВВП. [1]

Завдяки прямому фінансуванню прискорюються розробка і впровадження новітніх галузей промисловості та здійснення наукових досліджень. В свою чергу, створення пільгових умов підвищує технічний рівень виробничої бази діючих підприємств, стимулює впровадження ними прогресивних технологій та результатів прикладних досліджень і нововведень.

Втім, в Україні питома вага загальної суми витрат на фінансування інноваційної діяльності у ВВП в 2006 році складала 1,13% і у 2016 році знизилася до 0,97 % [2].

Законодавством України передбачено низку джерел фінансування інноваційної діяльності серед яких: кошти Державного бюджету, місцевих бюджетів, власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ, власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності, кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб та інші джерела. [3]

Однак, фінансування інноваційної діяльності в Україні здійснюється в основному за рахунок власних джерел суб'єктів господарювання, частка яких у 2016 році складала 94,9% усіх джерел фінансування, тоді як частка витрат державного бюджету залишалася стабільно незначною (рис.1).

Такий розрив між приватними та державними фінансовими ресурсами, доцільно було б скоротити, особливо щодо державного фінансування розвитку науки і техніки.

В розвинених країнах світу фінансування інноваційної діяльності значно випереджає українську практику в цій царині. Наприклад в США у 2014 році фінансування витрат лише на НДДКР складало 2,84 % ВВП, тоді як в Україні 0,55% ВВП.

Світові витрати на наукові дослідження і розробки мають тенденцію до зростання та в основному зосереджені в Північній Америці, Європі, Східній Азії і Південно-Східній Азії [4].

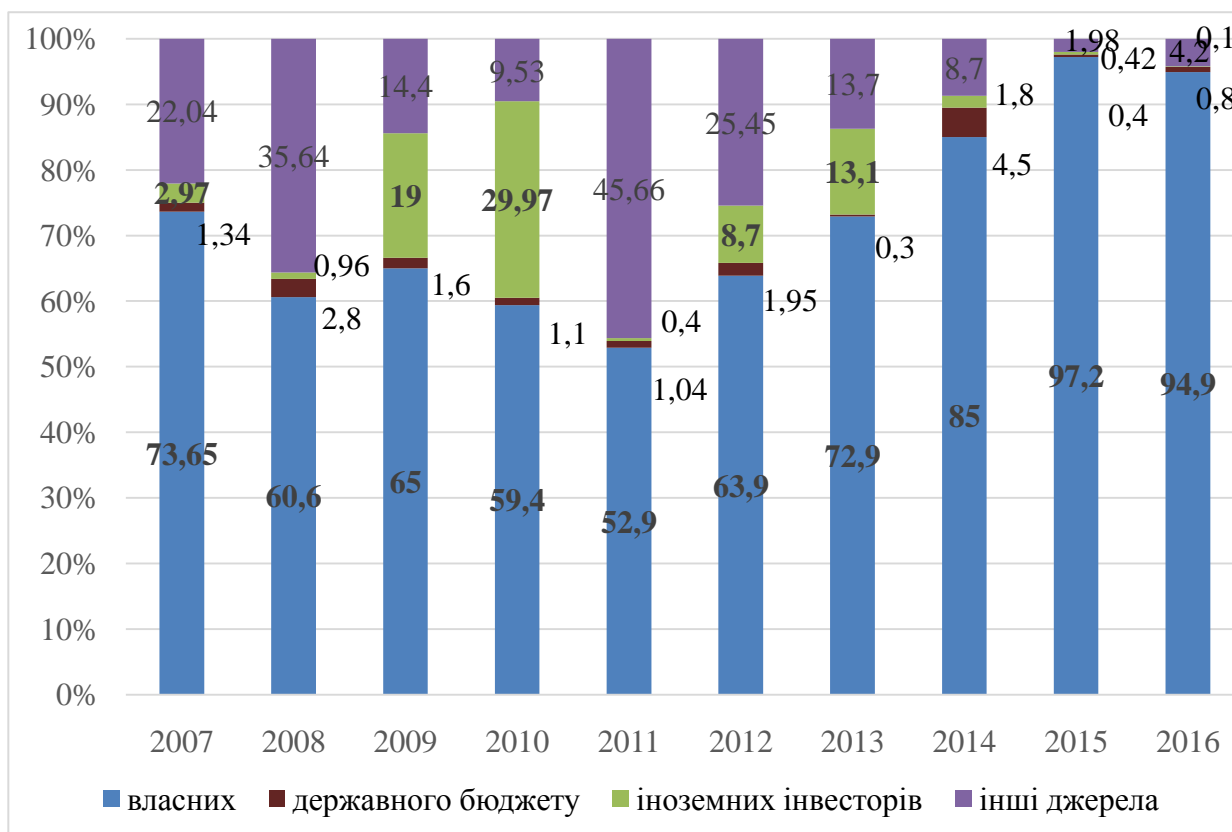


Рис.1. Структура джерел фінансування інноваційної діяльності в Україні за період 2007-2016 рр.,%

Джерело: складено автором за даними [2]

Державне регулювання інноваційної діяльності в цих країнах зосереджене на підтримці і стимулюванні інновацій, а також орієнтації на науково-інноваційний розвиток та створення сприятливих умов для інноваційної діяльності, шляхом встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності, державної фінансової підтримки виконання інноваційних проєктів, підтримки функціонування та розвитку науково-дослідної і інноваційної інфраструктури, надання кредитів, що забезпечує розвиненим країнам лідерські позиції у сфері інновацій.

Проте, джерела фінансування інноваційної діяльності в ряді країн відрізняються за структурою і ступенем поєднання. Наприклад, для Японії основними джерелами фінансування інноваційних процесів є кошти приватних бізнес-інвесторів, а для США державні кошти.[5]

Отже, враховуючи внутрішню природу фінансових ресурсів, а саме їх обмеженість, доцільно акцентувати увагу на необхідності залучення прямих закордонних інвестицій та подальшому розвитку державно-приватного партнерства у царині фінансування інноваційної діяльності. Крім того, в Україні воно має ґрунтуватись на більш активній участі держави як щодо прямого фінансування, так і щодо виконання нею ролі гаранта.

Список використаних джерел:

1. Врятувати майбутнє: перший рейтинг інноваційних компаній України[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1416757-vryatuvati-majbutne-pershij-rejting-innovacijnih-kompanij-ukrayini>.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України / Джерела фінансування інноваційної діяльності [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Про інноваційну діяльність // Верховна Рада України; Закон від 04.07.2002 № 40-IV [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
4. Китай займає друге місце в світі по наукових дослідженнях і розробках. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.clearworld.com.ua/2016/03/kitay-zaumaie-druge-misce-v-sviti-po-nau>.
5. Світові лідери у сфері інновацій Free Voice Information Analysis Center [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://iac.org.ua/svitovi-lideri-u-sferi-innovatsiy>.

Сментина Н. В.

*д.е.н., професор кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет*

СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Виклики та загрози сучасності змушують вдаватися до сценарного планування, яке дозволяє досягти стратегічної гнучкості територіальної соціально-економічної системи. У класичному розумінні сценарне планування передбачає повний опис майбутнього та шляхів його досягнення [1, с. 57]. Повнота полягає у наданні відповіді на запитання: “Хто що робить, коли, де і для чого?”.

Під сценарієм збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи варто розуміти опис уявлення про майбутній стан системи та ймовірні шляхи розвитку, що ведуть до такого стану.

Для розробки сценаріїв вдаються до застосування спеціальних методів прогнозування. Відтак, метод побудови сценарію – це метод прогнозування, що, ґрунтується на встановленні послідовності станів об’єкта прогнозування за різних прогнозів зміни фону, у якому перебуває об’єкт.

Перевага методу сценарію полягає в тому, що проектується не єдина картина майбутнього збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи, а розробляються альтернативні уявлення про майбутнє.

Створення сценарію збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи у більш загальному вигляді, на наш погляд, передбачає таку послідовність дій:

1. Етап аналізу. На даному етапі відбувається збір вихідної інформації для передбачення майбутнього розвитку, розробляється системна залежність та визначаються фактори, що впливають на майбутній збалансований розвиток територіальної системи. Джерелом інформації є результати комплексного дослідження поточного стану справ у системі, які отримані завдяки оцінюванню соціально-економічного стану територіальної системи, проведенню порівняльного аналізу, здійсненню SWOT-аналізу і ПЕСТЛЕ-аналізу, визначенню стратегічних зв’язків. Важливо на даному етапі зібрати інформацію щодо передумов стратегічного вибору пріоритетів розвитку; ресурсних можливостей для потенційних інвесторів і кредиторів; можливостей для позиціонування території і / або її просування на глобальному ринку; місця територіальної системи у конкурентному середовищі інших систем (регіону, країни, світу), про сильні та слабкі сторони територіальної системи, можливості й загрози зовнішнього середовища.

2. Етап прогнозу. На даному етапі визначаються ключові напрями збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи та за допомогою метода експертних оцінок відбувається відбір найважливіших пріоритетів (дотримуючись принципу

пріоритетності у плануванні); визначаються показники кінцевих результатів просування територіальної соціально-економічної системи за пріоритетами; робиться припущення про майбутній розвиток факторів впливу на збалансований розвиток територіальної соціально-економічної системи.

3. Етап синтезу. На даному етапі на базі сформованих припущень про майбутній розвиток факторів впливу на збалансований розвиток територіальної соціально-економічної системи розробляються альтернативні сценарії (шляхом комбінації тенденцій розвитку різних факторів впливу); проводиться їх інтерпретація; аналізуються наслідки реалізації відповідного сценарію, визначаються ризики реалізації сценарію та задаються шанси успішності; проводиться аналіз внутрішніх та зовнішніх перешкод для кожного сценарію, а також їх оцінювання; пропонуються заходи, що підтримують позитивні тенденції та заходи, які запобігають негативним тенденціям. Прогнозні показники за пріоритетами ув'язуються в сценарну модель збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи.

Іншими словами, в основі кожного сценарію лежать базові припущення відносно зміни поточних умов та впливу неіснуючих факторів на збалансований розвиток територіальної соціально-економічної системи.

При розробці стратегії збалансованого розвитку територіальних соціально-економічних систем, увага повинна фокусуватися на щонайменше трьох сценаріях: оптимістичному, песимістичному та реалістичному, що трансформуються в модернізаційний, інерційний та мобілізаційний сценарії.

Найбільш бажаним є модернізаційний» (оптимістичний) сценарій збалансованого розвитку. Він базується на ефективному використанні наявного ресурсного потенціалу на принципах інтенсивного типу економічного зростання. Саме цей сценарій передбачає повну реалізацію всіх проектів стратегії розвитку території, вдалилий його менеджмент, моніторинг, оновлення проектів [2].

Базовими припущеннями для модернізаційного сценарію збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи за сучасних політико-економічних умов можуть бути обрані такі:

- 1) зростання ВВП країни, економічне піднесення у державі;
- 2) збільшення податкових надходжень до бюджету;
- 3) стабілізація або зміцнення курсу національної валюти;
- 4) покращення інвестиційної привабливості держави, регіону та адміністративно-територіальної одиниці, для якої розробляються сценарії розвитку;
- 5) зменшення рівня тінізації національної економіки, послаблення податкового тиску на бізнес;
- 6) зменшення рівня корумпованості;
- 7) припинення військових дій на Сході України;
- 8) успішне завершення впровадження системи реформ на макрорівні (децентралізації, податкової, судової та ін.);
- 9) покращення підприємницького клімату в регіонах;
- 10) створення привабливих інвестиційних пропозицій у сфері високотехнологічних виробництв, передки сільськогосподарської продукції, енергоефективності.
- 11) збільшення інвестицій в основний капітал, що змінить технологічну основу економіки регіону.

Результатом впливу таких факторів є формування нового іміджу територіальної соціально-економічної системи привабливої для інвесторів, за якого проекти розвитку активізують економічне життя, формуючи точки економічного зростання, високотехнологічні галузі стають привабливими для стратегічних інвесторів, навколо яких активізується малий та середній бізнес, заповнюючи логістично-послугову нішу, зростає рівень доходів населення, що пожвавлює внутрішній ринок.

Розглядаючи альтернативні сценарії збалансованого розвитку територіальної соціально-економічної системи як ймовірні шляхи майбутнього її розвитку, необхідно вдаватися до оцінювання сукупного впливу факторів, що впливають на ймовірність досягнення стратегічної мети. Оцінювання ступеню сукупного впливу факторів виступає сово горду критерієм, за яким приймається рішення на користь одного з альтернативних сценаріїв. Головним інструментом такого оцінювання виступає думка експертів, що базується на результатах аналітичних оцінок, зроблених на попередніх етапах роботи над стратегією.

Список використаних джерел:

1. Горбулін В. П. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки : монографія / В. П. Горбулін, А. Б. Качинський. – К. : НІСД, 2010. – 288 с.
2. Економічний розвиток регіону на основі активізації підприємницької діяльності: монографія / [А. І. Ковальов, М. Д. Балджи, Н.В. Сментина та ін.]; за заг. А. І. Ковальова. – Одеса: Атлант, 2014. – 178 с.

Тітомир А. А.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Існування державного кредиту зумовлює появу державного боргу. Внутрішні та зовнішні запозичення, які на певний період часу оформлюються у вигляді державного боргу, є не тільки індикатором фінансового стану країни, а й показником її конкурентоспроможності. Державний борг, у переважній більшості випадків, є результатом фінансування дефіциту державного бюджету, який, у свою чергу, відображає перевищення бюджетних видатків над надходженнями до бюджету.

В Україні за роки її незалежності формування боргу відбувалося значною мірою під впливом потреб оперативного фінансування поточних бюджетних видатків. Нагромадження зовнішнього державного боргу відбувалось здебільшого із-за необхідності покриття дефіциту державного бюджету. Лише в останні роки розпочалось формування обґрунтованої та послідовної державної довгострокової політики управління зовнішнім боргом з метою зменшення боргових ризиків та досягнення міжнародної конкурентоспроможності.

Дефіцит державного бюджету, залучення та використання позик для його покриття призвели до формування і значного зростання державного боргу в Україні. Внутрішній та зовнішній борг у 2016 р. в порівнянні з 2012 р. збільшився у 3,5 рази та 4,7 раз відповідно (рис.1).

До основних причин створення і збільшення державного боргу нашої держави можна віднести: неконтрольований обсяг державних гарантій; вплив політичних циклів бізнесу - збільшення видатків швидкими темпами напередодні виборів з метою завоювання популярності виборців; отримання траншів позики МВФ; зміна валютного співвідношення динаміки зовнішнього боргу; збільшення витрат споживчого характеру та ін.; відсутність конкретних стратегічних орієнтирів щодо управління державним боргом.

Для зменшення обсягів зовнішньої заборгованості необхідна ефективна політика управління боргом, зокрема зовнішнім, так як в нашій країні переважає зовнішній борг. В Україні політика управління боргом має деякі недоліки: відсутність чіткого розмежування повноважень між органами управління; відсутність вищої контролюючої інстанції на зразок Аудиторського суду Португалії; допущення прорахунків при складанні плану запозичень [2].

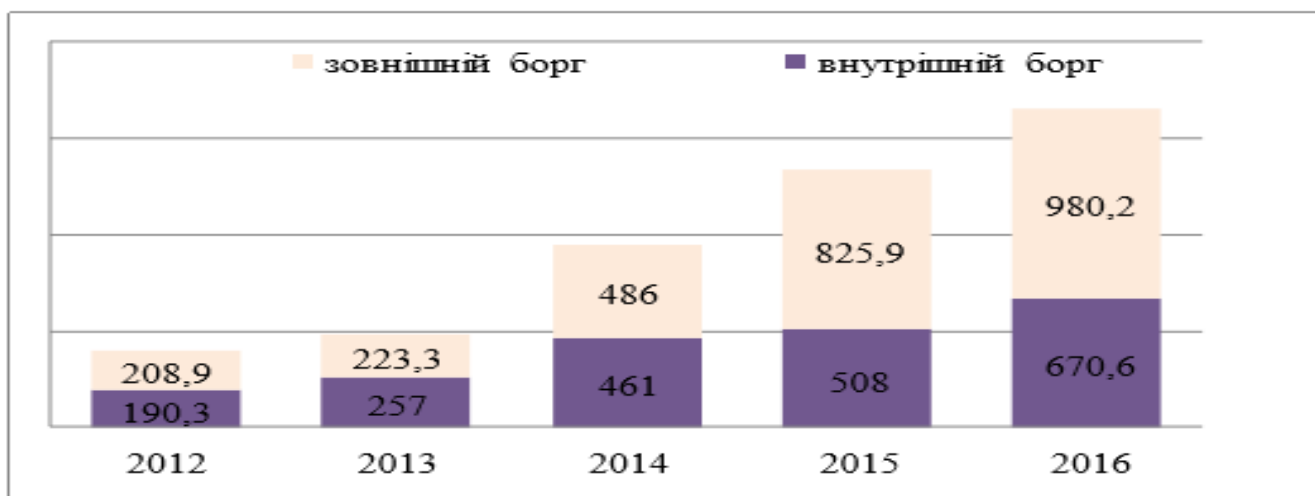


Рис. 1. Динаміка державного боргу у 2012-2016 роках, млрд. грн. [1].

Отже, основними стратегічними пріоритетами боргової політики держави мають стати:

- підтримання розміру державного боргу України на економічно безпечному рівні;
- досягнення економічно обґрунтованого співвідношення між фінансовими потребами держави і витратами на обслуговування державного боргу;
- продуктивне використання запозичених коштів і посилення інвестиційної спрямованості державних позик;
- здійснення прогнозування на середньо- і довгострокову перспективу обсягів і структури зовнішньої заборгованості;
- переважне використання внутрішніх позик, а не зовнішніх, з метою розвитку внутрішнього ринку позичкових капіталів. Таким чином уряд буде мати можливість захистити економіку від руйнівних наслідків переміщення міжнародних капіталів і постійних змін валютних курсів;
- мінімізація залучення зовнішніх позик, що сприятиме зниженню загрози дестабілізації фінансової системи і відтоку валюти з держави.

Отже, необхідно розробити виважену стратегію, яка дозволить поступово зменшувати обсяги зовнішньої заборгованості за рахунок зростання частки позик на внутрішньому ринку України і сприятиме зменшенню фінансового тягаря на економіку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної Казначейської служби України дані за 2012-2016 рр.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=359194>.
2. Терещенко В.Л. Проблема управління державним боргом України / В.Л.Терещенко // Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. – 2016. – № 10.
3. Проблеми зовнішньої заборгованості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/23_NTP_2010/Economics/70541.doc.htm.

СЕКЦІЯ 2 ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Бондар Я. О.

студентка,

Одеський національний економічний університет

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Розвиток підприємства, що базується на використанні інновацій є найбільш перспективним, зокрема, диверсифікація є одним із підходів, що надає можливість підвищити конкурентоспроможність підприємства. Отже, одним із факторів, що впливає на здатність підприємства протистояти поширенню кризових процесів та дозволяє забезпечити більш-менш стабільну діяльність, навіть в умовах спаду загальної ділової активності є вироблення та реалізація стратегії диверсифікації, як одного із стратегічних напрямків розвитку. Стратегія диверсифікації охоплює усі напрямки діяльності підприємства і дає змогу діяти так, щоб закріпити свої позиції у різних галузях і забезпечити отримання прибутку.

Узагальнюючи проаналізовані наукові дискусії щодо визначення поняття диверсифікації, можна підсумувати, що суть даного поняття стосовно аграрних підприємств доцільно досліджувати, виходячи з двох підходів.

За першим із них трактування диверсифікації пов'язане з розширенням номенклатури та асортименту продукції підприємства, виходом його на нові сегменти агропродовольчого ринку, що забезпечує отримання додаткової комерційної вигоди та стабілізацію доходів сільськогосподарських товаровиробників.

За другим підходом диверсифікація визначається як стратегічний напрям збільшення кількості ринків, видів і найменувань продукції та послуг, які раніше не були характерними для підприємства, але дають змогу ефективніше використовувати його виробничо-соціальний та експортний потенціал, що створює умови для мінімізації негативного впливу на економіку несприятливої економічної кон'юнктури.

Потреби у диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств мотивовані низкою об'єктивних передумов природного та економічного порядку, відмінними рисами аграрного виробництва від інших галузей матеріальної сфери економіки. Беззаперечною передумовою переходу аграрного підприємства на диверсифікаційну основу є зниження попиту на продукцію та прибутковості капіталу вкладеного у традиційне виробництво або переміщення у витратні види діяльності.

Розрізняють такі види диверсифікації: вертикальна, горизонтальна, концентрична, конгломерантна. Деякі автори однак об'єднують вертикальну та концентричну.

Вертикальна диверсифікація – коли підприємство починає виробляти продукцію, яка в технологічному та маркетинговому аспекті пов'язана з існуючою продукцією підприємства. Вона характеризується розширенням діяльності з метою виробництва або контролю над виробництвом усіх компонентів, частин та матеріалів. Цей вид диверсифікації пов'язаний з поглинанням посередників та постачальників, і головним її результатом є контроль над усім ланцюжком виробництва – від сировини до готового продукту.

Горизонтальна диверсифікація – стратегія зростання, згідно з якою, компанія випускає або реалізує нові продукти, не пов'язані з існуючим асортиментом, але спрямовані на вже існуючу клієнтуру компанії. Вона передбачає вихід у нові сфери бізнесу, які пов'язані із задоволенням потреб для існуючих споживачів фірми. Підприємство, що виготовляє певний вид товару або послуги, може отримати інформацію від своїх споживачів щодо

необхідності в інших видах товарів та послуг та користування цією можливістю. Це дає змогу враховувати потреби споживачів.

Концентрична диверсифікація ґрунтується на виробництві нових продуктів на базі існуючого бізнесу. При цьому зберігається діюче виробництво, але виникає нове, виходячи з можливостей, закладених в освоєному ринку, в технологіях.

Конгломератна диверсифікація полягає в тому, що фірма розвивається за рахунок виробництва нових продуктів технологічно не пов'язаних з традиційними продуктами фірми і які будуть реалізовуватися на нових ринках.

Для підвищення рівня диверсифікації діяльності агропідприємства необхідно проаналізувати актуальні об'єктивні передумови та всі фактори впливу, враховуючи в кожному випадку специфіку виробництва, структуру конкуренції на ринку збуту готової продукції. На нашу думку, диверсифіковане аграрне виробництво забезпечить підприємству ефективний вплив на ринок, дасть змогу обрати чітку стратегію свого розвитку, а це в свою чергу забезпечить отримання високих активів, уникнення можливого ризику. Крім того диверсифікація діяльності агропідприємств, що є основою стратегічного розвитку агропромислового комплексу в цілому, дозволить найбільш повно і раціонально використовувати природний і виробничий потенціал, розширити асортимент і збільшити обсяги виробництва продукції АПК.

Список використаних джерел:

1. Бахчиванжи Л.А., Павлова Е.Ю. Диверсификация деятельности аграрных предприятий как стратегия управления социально-экономическим развитием. № 6-2013. – с. 84-91
2. Богуславський, Є.І. Вибір оптимального методу диверсифікації підприємств [Текст] / Є.І. Богуславський, А.О. Черниченко//Ефективна економіка – 2013. – №10 – С.14–18.
3. Брінь, П.В. Диверсифікація господарської діяльності підприємств [Текст] / П.В.Брінь, Л.О. Переходова // Вісник НТО «ХПІ».Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – 2013. – 69 (1042). – С.172–175.
4. Корінько, М.Д. Диверсифікація як стратегія розвитку [Текст] / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 12–17.
5. Скоробогатов, М.М. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах [Текст] / М.М.Скоробогатов, О.І.Куцербова // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – №3(25) – С.18–21.
6. Томілін О.О. Диверсифікація аграрних підприємств як дієва стратегічна орієнтація в агропромисловій сфері / О.О. Томілін // зб. наук. пр. ВНАУ / Серія «Економічні науки». - 2012. - № 3 (69). - С. 205-211.
7. Шарко О.О. Види та напрями диверсифікації діяльності підприємств // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля / Науковий журнал . - № 10 (128) 2008 частина 2 [Електронний ресурс] . - Точка доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portai/soc_gum/vsunu/2008_10_2/sharko.pdf.

Боярська Ю. І.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Грамотна конкурентна політика на базі мобілізації власного внутрішнього потенціалу, правильний споживчий вибір – головні умови досягнення комерційного успіху підприємства. Сильні сторони, здібності, можливості і ресурси підприємства являють собою певні дії, що характеризують його конкурентні переваги.

Класиком теорії конкуренції і конкурентоспроможності вважається Портер М., вагомим внеском якого є дослідження категорії «конкурентних переваг». Він вважає їх ключовими факторами успіху, що притаманні певному підприємству (галузі). Це чинники, що дають переваги над конкурентами у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу тощо.

Аналізуючи різні підходи до пояснення природи конкурентоспроможності підприємства й національної економіки, Портер М. дійшов висновку, що конкурентна перевага як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках залежить від наявності й ефективності використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні фірми [1, с.23]. Причому комбінація ключових факторів успіху не є постійною та універсальною для всіх галузей промисловості. Конкурентна перевага характеризується ним як продуктивність використання ресурсів, де критерієм виступає рентабельність виробництва.

Конкурентна перевага визначається набором характеристик, властивостей товару або послуги, які створюють відповідне перевершення над конкурентами.

Портер вказує, що рівень конкурентної переваги потрібно оцінювати щодо відповідного підприємства-лідера. За умови дотримання певних вимог (ідентичність фаз життєвого циклу товару, тотожність характеру виробництва і т.п.) рівень конкурентної переваги може бути оцінений як відношення рівня рентабельності виробництва цієї фірми до аналогічного показника пріоритетного лідера, обчисленого на певну дату.

Крім того, він зробив важливий висновок про існування двох головних шляхів досягнення підприємством конкурентних переваг: або фірма стає в своїй галузі виробником з найнижчим рівнем собівартості, або вона диверсифікує свою продукцію (послуги) в тих напрямках, які цінуються покупцями такою мірою, що вони готові заплатити найвищу ціну за володіння ними.

Таким чином, з теорії конкурентних переваг Портера випливає ряд принципів положень, важливішими з яких є наступні:

а) конкурентоспроможність характеризується ефективністю використанням ресурсів, що перебувають у розпорядженні фірми, і може бути вимірена показником рентабельності виробництва;

б) показник конкурентоспроможності може визначатися лише відносно інших підприємств-конкурентів;

в) існує два головних шляхи підвищення конкурентоспроможності фірми – зниження собівартості продукції (зростання прибутків, рентабельності виробництва, ріст частки ринку) і диференціація товарів (пошук нових, незайманих ніш на ринках збуту).

У рамках теорії конкурентних переваг аналогічні висновки зроблені Д. Кэмпбелл, Дж. Стоунхаус і Б. Х'юстон, які вважають, що підприємство має конкурентну перевагу, якщо його прибуток вищий, ніж прибуток конкурентів. Більш високі доходи припускають можливість інвестувати нерозподілений прибуток у майбутні проекти, утримуючи, таким чином, лідерство на ринку даної галузі. Якщо перевага зберігається протягом тривалого періоду часу, то можна говорити про стійку конкурентну перевагу, яку може бути втрачено,

якщо керівництву компанії не вдається розподілити прибуток таким чином, щоб конкурентна перевага була збережена [2, с.10].

Проведене дослідження показало, що в сучасній економічній літературі не існує єдиного, загальноприйнятого визначення конкурентних переваг підприємства. Так, Фатхутдінов Р.А. визначає конкурентну перевагу як «ексклюзивну цінність, якою володіє система, що надає їй переваги перед конкурентами» [2, с.12]. Василенко В.О. дає визначення конкурентних переваг як характеристики, властивості товару або товарної марки, які створюють певні переваги над прямими конкурентами [3, с.37].

На думку вітчизняних вчених Шершньової З.Є. та Оборської С.В., «конкурентні переваги – це характерний для певної галузі перелік чинників, що приносять їй переваги перед іншими галузями (наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу), а також одним підприємством над іншими» [4, с.66]. Вони зазначають, що ці фактори не є постійними, а змінюються залежно від особливостей галузі, сегментів ринку, що обслуговуються, а також часу та етапу життєвого циклу галузі та підприємства.

Должанський І.З. розглядає конкурентну перевагу як рівень ефективного використання наявних у розпорядженні підприємства всіх видів ресурсів. Тому її слід розглядати з різних точок зору [5, с. 34]. Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, технологічній, організаційній, управлінській сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (зниження витрат, додатковий прибуток, збільшення рентабельності, ринкова частка, обсяг продаж товарів тощо).

Необхідно підкреслити, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями підприємства. На відміну від можливостей, – це факт, що фіксується в результаті реальних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою й результатом господарської діяльності [5, с. 13].

На думку вчених, існують три основні шляхи здобуття конкурентних переваг підприємства: шлях 1 – стати кращим самому; шлях 2 – послабити конкурентів; шлях 3 – змінити ринкове середовище.

У першому випадку підприємство застосовує сукупність заходів, які спрямовані на вдосконалення власної діяльності (наприклад, поліпшення якості продукції, зниження її собівартості). У другому випадку діяльність підприємства спрямовано на безпосереднє послаблення конкурентів. У випадку неможливості використання двох перших шляхи або їх вичерпаності компанії часто намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують [1, с. 14].

Конкурентна перевага є порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною, тому що вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічну ефективність продажів. Товар, що володіє перевагою за ціною на одному географічному ринку (вітчизняному), може не мати цієї переваги на міжнародному. І навпаки, може скластися така ринкова ситуація, коли товар, який не мав раніше комерційного успіху, стає лідером продажів.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
2. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
4. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 66–84.

5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

6. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають // [Електронний ресурс] : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>

Бурлаченко І. В.

магістрант,

(Науковий керівник – к.е.н., доцент Сілічева Н.Є.),

Одеський національний економічний університет

ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Останнім часом стан економіки носить нестабільний та динамічний характер, підприємствам необхідно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Таким чином, підприємства змушені швидко адаптуватись до змін, які постійно відбуваються на ринку, щоб тим самим підвищити власну конкурентоздатність для здійснення головної своєї мети – отримання максимально можливого прибутку. Для цього підприємству необхідно знаходити нові шляхи подальшого розвитку.

Диверсифікація як явище світової економіки отримала розвиток та поширення у середині 50-х рр. ХХ ст. Нині серед 500 найбільших компаній світу понад 90% мають різноспрямовані виробництва, що є природним наслідком реалізації стратегії економічної диверсифікації [5].

Вчені визначають диверсифікацію як вихід на нові ринки з новими товарами; диференціацію ринків, завоювання більше, ніж одного цільового ринку.

В сучасних умовах ефективною є стратегія диверсифікації, яка в першу чергу пов'язана з розширенням сфери діяльності підприємства, наданих послуг та номенклатури виготовленої продукції [4, с 26-27]. Диверсифікація підприємства охоплює усі напрямки діяльності підприємства і тим самим дає змогу діяти так, щоб закріпити свої позиції у різних галузях і забезпечити отримання найкращого результату.

У літературі проведено дослідження щодо структуризації процесу диверсифікації, що охоплює чотири етапи: окреслення основних цілей, яких підприємство прагне досягнути при застосуванні диверсифікації; визначення основних особливостей отриманих товарів; виділення ринкових факторів, які впливатимуть на реалізацію проекту; визначення економічної результативності, отриманої від проведення диверсифікації. Застосування диверсифікації на промислових підприємствах потребує комплексного аналізування, оцінювання, врахування умов ринкового середовища, цілей, мотивів, наявності ресурсного забезпечення [1, с 78-79].

Сьогодні світова економіка є глобалізованою, що може здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на ринкове економічне середовище України. Основу національного господарства України складають підприємства. Від того, наскільки активна їхня діяльність, певним чином, залежить рівень економічного розвитку країни.

Дослідження будь-якого економічного явища необхідно починати з аналізування того, які чинники (фактори) безпосередньо впливають на нього. Аналізування впливу чинників є важливим, оскільки можна отримати інформацію про зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Оцінити ефективність диверсифікації можна за допомогою бального методу. При використанні цього методу необхідно розробити та обґрунтувати перелік критеріїв, за якими визначається ефективність диверсифікації. Наприклад, серед таких показників можуть бути:

відповідність фактичного фінансового стану підприємства стратегічним орієнтирам розвитку підприємства, рівень НДДКР, критерій зниження рівня ризику тощо.

Обґрунтування вибору напрямів диверсифікації виробництва є складним, багатоаспектним і поліваріантним завданням, розв'язання якого повинно спиратися на відповідну концепцію, до числа найбільш уживаних з яких відносять концепції ресурсної ефективності та портфельного аналізу [3]. Перспективним напрямом диверсифікації діяльності промислових підприємств на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки слід визнати проектний підхід, у якому синтезуються елементи портфельного та ресурсного підходів, що призводить до оптимізації параметрів розвитку підприємств за рахунок раціонального використання ресурсів і зниження ризиків виробничо-господарської діяльності.

Сьогодні необхідно звернути увагу на методи розподілення ресурсів, яких часто використовують для моделювання процесів диверсифікації: одноразове багатоетапне розподілення; розподіл однорідних та неоднорідних ресурсів; розподіл ресурсів з одночасним вибором ефективних способів функціонування напрямів діяльності; розподіл ресурсів між залежними і незалежними об'єктами; прямі і зворотні методи розподілу ресурсів [6, с 153-154].

При визначенні доцільності та ефективності реалізації стратегії економічної диверсифікації важливо враховувати взаємозв'язок диверсифікації діяльності та операційного ризику. Диверсифікація, як відомо, дозволяє зменшити величину ризику, але не уникнути його. Отже, основне завдання при реалізації стратегії економічної диверсифікації – забезпечення прийняттого співвідношення між прибутковістю і рівнем ризику. Загальний ризик складається з двох компонентів: 1) несистематичний (диверсифікований, власний) ризик; він притаманний конкретному підприємству і підлягає зменшенню в результаті диверсифікації; 2) систематичний (не диверсифікований, ринковий) ризик; його неможливо зменшити шляхом подальшої диверсифікації, він породжується причинами, які впливають на ринок в цілому (інфляція, темпи зростання ВВП, політичні фактори тощо) [2, с 60].

Список використаних джерел:

1. Перегуда Є. Ф. Теоретичні аспекти диверсифікації сільськогосподарської діяльності підприємств АПК / Є. Ф. Перегуда // Економіка АПК. – 2013. – № 10. – С. 113–116.
2. Цогла О. О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності // Актуальні проблеми економіки 2010. № 4. – с. 109.
3. Ткачук В. Диверсифікація як стратегія сільськогосподарських підприємств / В. Ткачук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo.../10tvsoae.pdf>.
4. Должанський І.З. Диверсифікація товарної пропозиції торгового підприємства / І.З. Должанський, В.М. Лозюк // Механізм регулювання економіки. - 2009. - №4, Т.2. - С. 70–78.
5. Дереза В.М. Диверсифікація виробництва і капіталу як фактор стабілізації фінансового стану підприємства [Текст]: автореферат дисертації на здобуття ступеня кандидата економічних наук / В.М.Дереза // Національний гірничий університет. - Дніпропетровськ, 2005. - 19 с.
6. Баркалов С.А. Оптимізаційні моделі розподілу інвестицій на підприємстві за видами діяльності / О.М. Бакунець, І.В. Гурєєва, В.Н. Колпачев, І.Б. Русман // зб. наук.-техн. пр. - Львів, 2008. - Вип. 18.2. - С. 208-215.

Вакуленко В. Е.

магістрант,

(Науковий керівник – к.е.н., доцент Маркітан О.С.),

Одеський національний економічний університет

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОРСЬКИХ ГАЛУЗЕЙ

В останні роки відбуваються процеси реформування міжнародного морського транспорту. Вони пов'язані, перш за все, з розвитком морської торгівлі та поглибленням спеціалізації на перевезенні вантажів. В той самий час, пасажирські перевезення продовжують користуватись попитом лише на невеликі відстані або носять туристичний характер.

Морська торгівля вважається найбільш дешевою, комфортною та доступною. За даними Комісії ООН з питань розвитку та торгівлі (UNCTAD), понад 80 % міжнародної торгівлі товарами здійснюється шляхом морських перевезень, а обсяги світової морської торгівлі за останні двадцять років зросли майже у два рази. Стрімкий розвиток морської торгівлі, у першу чергу, зумовлений переміщенням виробництва з високорозвинених країн до країн з низькою собівартістю виробництва продукції. Наслідком цього стало формування нових маршрутів світової морської торгівлі. Найбільш перспективним напрямом, з точки зору транспорту та логістичних компаній є торгівля між Азійсько-Тихоокеанським регіоном та країнами ЄС [1].

Сприяє розвитку морських вантажних перевезень і загальне зростання ролі морських ресурсів у світовій економіці. Так стабільно збільшується світовий ринок риби та морепродуктів (з 2006 по 2010 рр. збут цих груп товарів збільшився на 1,7 %: з 145,7 до 148,2 млн т). Очікується, що впродовж 2011-2015 рр. темпи зростання у цьому сегменті складатимуть до 1,5 % на рік. Світовий видобуток енергоносіїв також дедалі активніше переходить на морський і океанічний шельфи. На сьогодні пошуками, розвідкою та видобутком нафти і газу під водою займаються понад 100 країн. У 2016 році питома вага світових енергоресурсів, видобутих на морському та океанічному шельфі, вперше перевищила 50 % від їх загальної кількості [1].

В структурі морських вантажів виділяють два значних напрями: збірні або змішані (general cargo) і безтарні (bulk cargo). Перші складаються головним чином із промислових і споживчих товарів. Що ж стосується безтарних вантажів, їх поділяють на наливні та сухі. Серед наливних вантажів головне місце належить сирій нафті. Основними видами сухих вантажів є залізна руда, вугілля, зерно, боксити і фосфати (так звана група major bulks). Слід зазначити, що дана структура є досить стабільною, але в останні роки відбувається значне збільшення частки контейнерних перевезень.

З 2000 р. по 2015 рік контейнерний флот виріс на 154 %, балкерний і танкерний флот – на 50 %, в той час як тоннаж флоту для перевезення генеральних вантажів залишився на попередньому рівні. З 1980 р. питома вага контейнерного тоннажу збільшилась у 8 разів, що, на думку фахівців, є віддзеркаленням зростання контейнеризації при торгівлі промисловими товарами. Показовим є те, що на тлі зростання загального тоннажу світового флоту на 45 % тоннаж контейнерного флоту збільшився на 72 % [1].

Більш гнучкою є структура вантажних перевезень в залежності від форм їхньої організації. На сучасному ринку все ще домінує лінійне судноплавство (liner shipping), тобто регулярні перевезення за зазначеним розкладом між чітко вказаними портами на міжнародних торговельних напрямках.

У траповому судноплаванні (tramp shipping) судна експлуатуються на нерегулярній основі. Їх переміщення залежить лише від кон'юнктури фрахтового ринку, тобто від попиту на перевезення та пропозиції суден для їх здійснення. У трапових схемах, для перевезення

кожної партії вантажу, брокерами формується окремий спеціальний рейс або серія послідовних рейсів. Цьому виду судноплавства притаманна гнучкість щодо маршруту і вантажів. Фрахтові ставки у трамповому судноплаванні також досить гнучкі і встановлюються за домовленістю між власником вантажу і судовим оператором. Вони можуть істотно змінюватися залежно від сезону, маршруту, зовнішніх та регіональних факторів, а також кон'юнктурних змін.

З розвитком як лінійного, так і трапового судноплавства головною тенденцією на ринку морських перевезень стало загострення конкурентної боротьби між перевізниками. Одним з засобів впорядкування конкуренції повинна стати формула резервування вантажу: «40–40–20». Це означає, що національні судноплавні лінії двох торговельних держав повинні мати рівні права участі у морській торгівлі між собою. В той самий час, судноплавним лініям третіх країн дозволяється обслуговувати не більш ніж 20 % цієї торгівлі. Цей захід надає можливості країнам, що розвиваються та країнам з перехідною економікою (серед яких і Україна) відвоювати собі частину ринку морських перевезень.

Зазвичай відкриту реєстрація пропонують малі країни, що розвиваються, з метою забезпечити надходження твердої валюти від реєстраційної плати і щорічних податків на тоннаж. Проте, вони не забезпечують дотримання стандартів безпеки й захисту довкілля від забруднення. Серед головних країн, що заробляють на власному «зручному прапорі» – Панама, Ліберія, Гондурас, Бермуди і Кіпр.

Відкрита реєстрація дозволяє отримати судовласникам наступні переваги:

- можливість уникнути високих податків, які б вони сплачували, працюючи під національними прапорами;
- можливість вільно наймати членів команди будь-якої національності, а отже платити низьку заробітну плату і пропонувати мінімум соціальних гарантій.

Враховуючи означені обставини, найчастіше користуються «зручним прапором» власники суден зі США, Гонконгу, Греції та Японії. Однак, за останні роки, країни, що розвиваються, посилюють тиск на міжнародні організації з метою поступового скасування відкритої реєстрації. З їхньої точки зору, «зручний прапор» йде на користь лише судовласникам з розвинутих країн. З його допомогою, судовласники користаються перевагами дешевої робочої сили і нейтралізують будь-які інші потенційні конкурентні переваги, яких прагнуть досягти у судноплаванні країни, що розвиваються.

Проте досягти означених переваг буде досить складно, бо ще одна глобальна тенденція стосується переміщення всього комплексу морського бізнесу, від суднобудування та судноплавства до найму екіпажів та обслуговування портів, до країн Азії. Це підтверджується наступними даними. Саме азіатські суднобудівники виграють більшість тендерів на виробництво вантажних суден. Відповідно до даних UNCTAD протягом 2015 р. понад 90 % новозбудованих суден були побудовані у трьох азійських країнах, а саме, в Республіці Корея (37,5 % тоннажу), Китаї (28,3 %) та Японії (24,7 %). Всі інші країни разом забезпечили лише 9,6 % світового суднобудування. При розміщенні нових замовлень у 2011 р. зазначені країни зберегли лідерство, при чому на перше місце вийшов Китай (44,3 %), на друге - Корея (27,3 %), в той час як третє залишилося за Японією (22,5 %) [1].

Судовласники з Азії (переважно з Японії, Китаю та П.Кореї) контролюють близько 40 % світового торгового флоту. З 20 найбільших контейнерних портів світу також лише п'ять європейських, два американських, а решта 13 – азіатські.

Лідирують азіатські країни (Філіппіни, Китай, Малайзія) і на ринку робочої сили. Представники даних національностей складають майже 10% екіпажів морських суден. Особливо багато їх на суднах, що плавають під «зручними прапорами», що обумовлюється економією на оплаті праці. Взагалі, в останні роки на світовому ринку морської робочої сили склалася ситуація дефіциту командного складу та надлишку рядового. Загальна кількість командного персоналу оцінюється у понад 532 тис., а дефіцит складає приблизно 5 %.

Трійку лідерів серед країн-постачальників командного персоналу для світового торгового флоту складають Філіппіни, Китай, Україна. Разом з тим, відзначається падіння престижності морської праці в країнах розвинутої економіки.

Серед стримуючих факторів розвитку національного судноплавства відзначимо відсутність попиту національної зовнішньої торгівлі на послуги з морського перевезення вантажів, відсутність в країні належного інституційного середовища: морського права, транспортної логістики, розвинутої практики фрахтування суден, слабкість національної фінансово-кредитної системи щодо обслуговування морських перевезень, високе загальне податкове навантаження на судноплавство [5, с. 266].

Реальні перспективи участі України в світовому ринку морських вантажних перевезень існують лише в сегменті портового господарства. Дійсно, Україна має досить потужний портовий потенціал. Проте, усі основні морські торговельні порти є державними підприємствами, а їхній статус закріплений в Кодексі торговельного мореплавання України. А без залучення інвестиційних коштів, сталий розвиток цього сегменту майже неможливий. Наприклад найбільший український морський порт (м. Одеса) за рік переробляє контейнерів майже у 100 разів менше ніж порт Гонконгу [4, с. 100]. Крім того існує ще декілька проблем українських морських портів:

- зношеними є основні виробничі фонди, застарілі технології, що використовуються при перевантаженні (майже третина причального фронту перебуває у незадовільному технічному стані, що обмежує потенційні можливості вітчизняних портів);
- неефективною є митно-тарифна політика;
- наявні потужності у морських торговельних портах регіонів України не відповідають структурі сучасних вантажопотоків, зокрема, зростанню контейнерних перевезень;
- відсутні гарантії збереження вантажів та їх своєчасної переробки;
- розвиток пропускнуої спроможності здійснюється кожним портом самостійно, ізолювано від врахування інтересів інших портів, виходячи з власних можливостей залучення вантажопотоків що призводить до внутрішньої конкурентної боротьби (у т.ч. на рівні регіонів України, що мають портове господарство) [3].

Відтак ми можемо виокремити наступні шляхи розвитку портового господарства. Перший з них, тотальна приватизація, тобто продаж українських портів іноземним консорціумам. Ці консорціуми можуть бути створені на базі російських, казахських чи китайських промислово-фінансових груп, що мають постійну справу із транзитними вантажами. Інший варіант – пошук цільових інвесторів, що готові вкладати кошти у розвиток портового господарства.

Отже, морська галузь, і, в першу чергу морських вантажних перевезень зберегли потенціал, який може стати основою для активізації економічного зростання національного господарства. Але позиціонування України як морської держави вимагає як врахування глобальних тенденцій світової морської торгівлі, так і внутрішніх процесів у державі.

Список використаних джерел:

1. Аналітична записка: Щодо стратегічних пріоритетів реалізації потенціалу України як морської держави. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://od.niss.gov.ua/articles/490/>
2. Закон України «Про морські порти України» від 17. 05. 2012 р. № 4709-VI
3. Ильницький К. Два десятилетия водного транспорта Украины. // Порты Украины. № 6, 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portsukraine.com/node/2169>
4. Липинська О.А., Крисюк Л.М. Торговельне судноплавство України: перспективи розвитку // Регіональні інновації, № 47 -2012. - с. 99-107.
5. Познанська І.В, Гнатюк П.І. Потенціал суднобудівельної галузі України // Регіональні інновації №43 – 2011. – С. 264-271.

Воробйова В. Г.

магістрант,

(Науковий керівник – к.е.н., доцент Сілічева Н.Є.),

Одеський національний економічний університет

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В даний час, проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства стає все більш актуальною. Ринкова ситуація багато в чому залежить від стану і результатів конкурентної боротьби. У період розвитку ринкової економіки визначається необхідність формування виробничого потенціалу і підвищення конкурентоспроможності компанії.

Підвищення конкурентоспроможності стосується всіх рівнів і сторін: продукції, підприємства, галузі, регіону і країни в цілому, при цьому важливу роль набуває конкурентоспроможність підприємства, як особливої ланки економіки.

Різноманітність різних факторів впливають на конкурентоспроможність підприємств, але все ж найважливішими і визначальними з них є його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію (роботи, послуги) і створювати умови для їх реалізації.

На конкурентоспроможність підприємства впливають ряд факторів [1]:

1. Динаміка масштабів довготривалого попиту.

Підвищення або зменшення довготривалого попиту служить головним моментом при прийнятті рішень щодо інвестування для зростання продуктивної сили фірми. Підйом довгострокового попиту залучає нові підприємства на ринок, а падіння попиту навпаки викликає відтік підприємств;

2. Науково-технічні інновації.

Часті науково-технічні нововведення в способах виробництва, обсяг інвестицій дозволяють підвищувати значення результату терміну життя продукту.

3. Рекламні інновації.

Періодично організації пропонують ринку власну продукцію, скориставшись свіжими методами, постаравшись підвищити споживчий ентузіазм, мінімізувати витрати на одиницю продукції. А значить, вони ставлять новітні можливості, які змінюють умови конкурентної боротьби і позиції організацій конкурентів.

4. Динаміка лідерства.

Характеризує вхід в конкурентну боротьбу і вхід з неї великих підприємств.

5. Дифузія досягнень.

У разі якщо свіжа розробка робиться знайомої конкурентам, постачальникам, покупцям, то знижуються перешкоди для входження в галузь.

6. Динаміка ефективності.

При появі в реальному секторі економіки новітніх успішних масштабів виробництва, які зменшують втрати на одиницю продукції, великі компанії мають всі шанси зобов'язати інші компанії до стратегій.

7. Купівельні переваги.

Найчастіше зростаюче число покупців вирішує, що товари масового споживання за низькими цінами цілком задовольняють їхнім смакам і уподобанням так само, як і товари з більш високими цінами, що дають можливість вибору.

8. Державне регулювання ринку.

Дії держави через свої інститути, включаючи регулювання фінансових взаємовідносин, також зміна державної політики, мають всі шанси вплинути на ринок і конкурентоспроможні умови.

9. Підйом детермінації.

Це означає скорочення невизначеності і ризику. Нові галузі характеризуються великою невизначеністю відомостей про потенційні можливості ринку.

Таким чином, конкурентоспроможність є одним з головних факторів, що свідчать про переваги одного підприємства по відношенню до іншого. Висока конкурентоспроможність залежить від задоволеності споживачів і готовність повторно придбати продукцію цієї фірми, відсутність претензій, престижністю роботи на даному підприємстві.

На основі використаних джерел [2,3] наведемо шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства:

1. Постійне використання нововведень.
2. Пошук нових, більш досконалих форм товару, що випускається.
3. Випуск продукції такої якості, яке б відповідало державним і світовим стандартам.
4. Збут товарів в ті сегменти ринку, де найбільш високі вимоги до якості та сервісного обслуговування.
5. Використання тільки високоякісної сировини і матеріалів.
6. Постійне навчання і перепідготовка кадрів.
7. Підвищення матеріальної зацікавленості працівників і поліпшення умов праці.
8. Проведення маркетингових досліджень ринку, з метою встановлення потреб покупців.
9. Аналіз своїх конкурентів, для виявлення своїх сильних і слабких сторін.
10. Підтримка контактів з науково-дослідними організаціями та інвестування наукових розробок, спрямованих на підвищення якості продукції.
11. Використання найбільш ефективних рекламних заходів.
12. Реєстрація свого товарного знака та використання фірмових марочних виробів.

Можемо зробити висновок, що, використовуючи наведені вище шляхи, підприємство зможе підвищити як свою конкурентоспроможність, так і зміцнити свою фінансову стійкість. Стійке підвищення конкурентоспроможності підприємства може бути забезпечене тільки за умови довгострокового, безперервного і поступального вдосконалення всіх детермінантів конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Захаров А. Н., Зокин А. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. — 2013. — № 1–2. 3.
2. Айдінова А. Т., Головка Е. С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств // Молодий вчений. -2015.-371-373с.
3. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность. — М.: Издательство «Альфа-Пресс». -2011. — 160с.

Доброва Н. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом,

Однолько В. О.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки, права та управління бізнесом,

Одеський національний економічний університет

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Соціальне підприємництво в Україні - абсолютно нова сфера діяльності, яка викликає великий інтерес серед різних груп небайдужих громадян і підприємців. Це форма господарювання, в якій поєднуються несумісні на перший погляд складові - соціальна і бізнесова.

Соціальне підприємництво - це бізнес, який має подвійну мету своєї діяльності - отримання прибутку і вирішення соціальних проблем.

На відміну від традиційного підприємництва, соціальне базується на таких принципах [1].

1. Соціальний вплив. Основна мета соціального підприємництва - рішення або пом'якшення існуючих проблем в суспільстві.

2. Інноваційність. Застосування нових підходів, нових способів розв'язання як давньої, так і новопосталої соціальної проблеми.

3. Самоокупність і фінансова стійкість. Незважаючи на благодійність, підприємство повинно бути рентабельним, щоб, мати можливість вести соціальну діяльність.

4. Підприємницький підхід. Звичайно, підприємець повинен вміти знаходити можливості для розвитку, акумулювати ресурси, приймати рішення, які надають довгострокове позитивний вплив на суспільство.

5. Тиражованість. Відтворюваність моделі соціального підприємства в інших географічних і соціальних умовах.

За соціальним підприємництвом в Україні велике майбутнє.

Можна виділити такі можливості для розвитку соціального підприємництва в Україні [2, с.30-33].

1. Відсутність закону та нормативних актів, які би регулювали соціальне підприємництво.

Це можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму, з точки зору як бізнес-моделі, так і особливостей оподаткування. А це означає, що зародок соціального підприємства може еволюціонувати з комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства. Важливо розглядати інший підхід до бізнесу: соціальне підприємництво створюється не заради пільг, а для покращення якості життя вразливих груп населення чи громади загалом.

2. Наявність ресурсів, які не задіяні традиційним бізнесом.

По-перше, найбільший ресурс, який не цікавить традиційний бізнес - це людський ресурс, до якого можна зарахувати представників уразливих груп населення: люди з обмеженими можливостями; біженці (внутрішньо переміщені особи); національні меншини; люди похилого (пенсійного) віку; молодь; люди із залежностями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі; ВІЛ-позитивні люди; багатодітні мами. Як правило, працевлаштування таких людей несе певні ризики для компаній, або вимагає додаткового інвестування для пристосування робочого місця до особливостей таких працівників. Часто такі люди мають прекрасні вміння і навички (таланти), однак їхні «особливості» відлякують традиційних підприємців і заважають брати їх на роботу через міфи та стереотипи.

По-друге, наступний ресурс, який не задіяний у традиційному бізнесі – це споруди, які знаходяться у власності громади.

В Україні багато будівель, які фактично не використовуються, бо в жахливому стані, та які знаходяться у власності громади. За кордоном існує багато прикладів, коли закинуті цехи непрацюючих підприємств трансформуються в офісні центри із працевлаштуванням представників вразливих груп населення і прибутками, що спрямовуються на вирішення місцевих проблем.

3. Великий бізнес завжди зацікавлений в аутсорсингу.

Багато великих підприємств намагаються не утримувати на своєму балансі низку допоміжних служб і підрозділів, бо це вимагає постійних витрат, тому все частіше можна спостерігати замовлення таких послуг, як прибирання, транспортування, кур'єрська доставка, обслуговування оргтехніки і мереж, реклама і зв'язки з громадськістю, організація подій, освітні послуги, бухгалтерський облік, виробництво різних деталей тощо. Це дає

зможу розвиватися малому бізнесу. Іншою складовою великого бізнесу є соціальна відповідальність, яка полягає у допомозі місцевій громаді вирішувати нагальні проблеми.

4. Лояльність споживачів до продукції соціального підприємництва зростає.

Споживацька культура українців змінюється у кращий бік. Якщо 10 років тому увагу звертали, здебільшого, на ціну, то зараз переглядається і країна-виробник, і термін придатності, і інгредієнти, а також наявність соціальної складової. Відчуття причетності до корисної справи стає вагомим аргументом на користь соціальних підприємств, а тим більше на фоні підтримки національного товаровиробника.

5. Соціальне підприємництво підтримується міжнародними фондами і організаціями, що дозволяє і створювати, і розвивати соціальні підприємства.

Соціальне підприємництво - поки нове для України поняття. Відповідно, і трактують його по-різному. Головна відмінність соціального підприємництва від звичайного в тому, що прибуток спрямовується на вирішення соціальних проблем. В іншому воно повністю підпорядковується законам бізнесу: сплачуються податки, планується розвиток, виходить прибуток. Соціальне підприємництво - це діяльність, яка має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний. Підприємницька діяльність під соціальним ухилом має великий потенціал у всьому світі так і в Україні. Ця діяльність може сприяти появі нового типу підприємств - людей, які творять, пропонуючи нові підходи у вирішенні соціальних проблем.

Сьогодні соціальне підприємництво в усьому світі стало визнаним інноваційним способом вирішення проблем економічного розвитку, подолання бідності, створення нових робочих місць, збереження навколишнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Шевченко Л. Бизнес и благотворительность в одном флаконе. Проблемы и перспективы социального предпринимательства в Украине // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/volontery-s-dengami-kak-rabotaet-socialnoe-predprinimatelstvo-v-ukraine-366210>

2. Шаповалова Т. В. Соціальне підприємництво і фандрейзинг: навчальний посібник/МФСА – К.: 2016.– 186 с.

*Жбанкова А. М.,
магістрант,
(Науковий керівник – д.е.н., професор Балджи М. Д.),
Одеський національний економічний університет*

ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Актуальність подібного дослідження зумовлена тим, що розвиток обов'язкового медичного страхування в Україні в найближчій перспективі має відбутися, що відповідає світовій тенденції страхування життя людини в цілому і медичного страхування зокрема. Зокрема, на сьогоднішній день не існує чіткого уявлення про систему медичного страхування, яку необхідно запровадити в Україні, але вона має бути прозорою і зрозумілою для громадськості. Державний бюджет, з якого даний час фінансується медична галузь, неспроможний покрити навіть половину її потреб, тому пацієнти вимушені сплачувати чималі гроші за ліки, харчування, постільну білизну, послуги молодшого медичного персоналу, але, частіше за все, і не отримують бажаний рівень обслуговування.

Медичне страхування досліджували такі науковці як О. Виноградова, М. Поліщук, В. Рудня, В. Черненко та інші. Проте досить мало науковців розкривали проблеми медичного

страхування. В зв'язку з цим, метою статті окреслено систематизація зарубіжного досвіду у сфері медичного страхування для надання пропозицій впровадження його в Україні.

Зараз в Україні відбувається реформування медицини та законопроект, який розглядається в Верховній Раді говорить про запровадження обов'язкового медичного страхування. Діяльність закладів охорони здоров'я має значну соціальну значимість, тобто вона пов'язана з потребами першочергової соціальної направленості, що обумовлює необхідність підтримки системи охорони здоров'я з боку суспільства накопичений багаторічний досвід у галузі медичного страхування свідчить про високу ефективність різних моделей і систем медичного страхування та страхування здоров'я. Зараз визначаються три основні види фінансування охорони здоров'я: державне, через обов'язкове і добровільне медичне страхування та змішана форма. Треба зауважити, що ці види окремо практично не використовуються в жодній державі, але в деяких країнах одна з них може займати домінуючі позиції. Так, наприклад, в Англії, Ірландії, Шотландії, Італії та Данії домінує державна система фінансування. У таких країнах як Німеччина, Франція, Австрія, Бельгія, Нідерланди, Швеція та Японія домінує система обов'язкового медичного страхування, у той час як у США переважає змішана форма фінансування медичної допомоги, де близько 90% населення користується послугами приватних страхових компаній [1].

Однією з перших країн, де було запроваджено медичне страхування, стала Німеччина. Основним принципом німецької системи медичного страхування є те, що уряд не бере на себе відповідальність за фінансування охорони здоров'я (за винятком деяких його сегментів), а лише надає умови для того, щоб необхідні фонди були створені працівниками та роботодавцями, а також здійснює нагляд за функціонуванням усієї системи медичного страхування. У Німеччині діє децентралізована система медичного страхування: ним займається близько 1200 страхових кас (страхових фондів) побудованих за професійним принципом (шахтарі, фермери, моряки та ін.), за територіальним принципом та ерзац-каси.

У Франції медичне страхування було введено в 1910 році у вигляді фондів взаємодопомоги, а починаючи з 1928 року ці фонди були перетворені у страхові компанії. Зараз у Франції існує єдина ієрархія страхових кас, діє вертикальна система медичного страхування: могутня страхова організація – Національна страхова організація (національна каса страхування найманих робітників), що знаходиться під контролем Міністерства соціального забезпечення та праці й охоплює 78% населення та має 129 місцевих відділень, кожне з яких відповідає за страхування в окремому регіоні і не конкурує з іншими.

У Нідерландах медичне страхування зародилось у 1901 році і на той час являло собою декілька сотень товариств взаємодопомоги та страхових компаній. Деякі були великими, але більшість – малими організаціями, які представляли інтереси населення невеликого міста чи підприємства. В наш час діяльність територіальних страхових організацій регулюється Центральною Радою страхових фондів, яка складається із представників роботодавців, профспілок, медичних асоціацій, органів управління. Цей орган не є урядовим, але йому делеговано ряд важливих повноважень, зокрема, слідкувати за тим, щоб страхові компанії не відмовляли населенню в наданні страхових медичних послуг; контролювали витрати ресурсів; надавали інформацію, необхідну для визначення нормативу централізованого фінансування страхових організацій, розрахунку страхових внесків і тарифів. Більша частина населення включена в систему керованого страхування з наданням права самостійно обирати страхову компанію.

Один із найвищих у світі життєвих рівнів має Швеція. Тут страхові закони про медичне страхування були видані в 1898 році. Всезагальне обов'язкове медичне страхування запроваджено в 1955 році. Воно охоплювало всіх громадян у віці від 16 років. Національна система соціального страхування в Швеції – це загальна й обов'язкова для всього населення країни. А медичне та стоматологічне страхування є його невід'ємними

частинами. Управління всією системою виконується 26 регіональними бюро соціального страхування, нагляд за діяльністю яких виконує Національна Рада соціального страхування. Затрати на соціальне благо компенсуються за рахунок 25% бюджету центрального уряду, а 26% затрат несуть муніципальні та окружні ради і 48% – роботодавці. На охорону здоров'я та медичну допомогу 18% коштів виділяє уряд, 51% – місцеві органи влади, 31% – роботодавці. Однією з особливостей шведської системи страхування є передача застрахованими до страховиків своїх юридичних прав з питань медичного страхування [1].

В Україні медичне страхування, як загальнообов'язкове, на даному етапі фінансується за рахунок державного бюджету. Тому враховуючи вищезазначене потрібно констатувати, що потреба у реформуванні системи охорони здоров'я назріла давно. І слід починати, перш за все, з укріплення фінансової основи галузі та із зміни загальної схеми фінансування, що передбачає обов'язковий перехід від бюджетної системи фінансування до змішаної бюджетно-страхової, яка має фінансуватися при активній участі підприємств, установ, організацій різних форм власності з елементами добровільного медичного страхування населення. При цьому головним і визначальним повинно стати поєднання бюджетного фінансування та комерційного медичного страхування. В цих умовах медичне страхування має поділитись на три рівні:

- перший рівень: виділення коштів з бюджету на надання мінімальних медичних послуг (перша допомога);
- другий рівень: визначення Міністерством охорони здоров'я України переліку хвороб, які будуть лікуватися за рахунок бюджетних коштів;
- третій рівень: комерційне страхування, яке передбачає отримання медичних послуг лише через систему медичного страхування у страхових організаціях.

Поступове впровадження цих елементів дозволить отримувати якісну медичну допомогу кожному громадянину країни.

Список використаних джерел:

1. Поліщук М. Економічні важелі реформування галузі охорони здоров'я / М. Поліщук // Медичне здоров'я. – 2014. – 11 травня.
2. Рудень В.В. Фінансування медичного забезпечення в Україні: проблеми та шляхи розв'язання / В.В. Рудень, О.М. Сидорчук // Фінанси України. – 2015. – №8. – С.25-34.
3. Черненко В.Е. Досвід країн Європи у фінансуванні галузі охорони здоров'я. Уроки для України / В.Г. Черненко, В.М. Рудий. – К.: SOCON Ltd, Академ-прес, 2012. – 112 с.
4. Виноградов О.В, Система здравоохранения США. Полезные предложения для государственного управления в Украине / О.В. Виноградов // Економіка та держава. – 2015. – №9. – С.43-47.

Зеленюк О. В.

студентка 6 курсу,

(Науковий керівник – к.е.н., доцент Сілічєва Н.Є.),

Одеський національний економічний університет

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із способів розширення сфери діяльності підприємства є диверсифікація. Процес диверсифікації передбачає перехід до багатопрофільного виробництва, розширення продуктивних ліній, впровадження нових технологій, освоєння нових секторів ринку тощо і дає можливість забезпечити конкурентоспроможність та підвищити фінансову стійкість не тільки в короткостроковому, а й в довгостроковому періоді.

Згідно зі словником іншомовних слів, диверсифікація (від лат. *diversus* – різний, віддалений і *facere* – робити) – різнобічний розвиток, розмаїття; полягає в розширенні сфер діяльності фірми на ринках нових товарів, не пов'язаних з її основним виробництвом, створенні декількох різних виробничих напрямів у межах одного підприємства [3, с. 355].

А.А. Томпсон та А.Дж. Стрікланд стверджують, що диверсифікація – це розширення номенклатури товарів (послуг) підприємства за рахунок споріднених чи нових, які можуть виготовлятися і збуватися з використанням існуючого потенціалу, а також розвиток діяльності фірми в абсолютно нових для неї галузях [4, с.282].

М.Д. Корінько визначає диверсифікацію як інноваційний процес різностороннього розвитку господарюючого суб'єкта шляхом перерозподілу ресурсів, проникнення в інші галузі виробництва та на ринки нових товарів і послуг з метою зниження ризиків та збільшення доходу [1, с.13].

З точки зору С.М. Попової, диверсифікація діяльності підприємств є елементом антикризового управління, що включає в себе як розширення асортименту виробленої продукції або спектра наданих послуг за допомогою нових технологій і технічних рішень, так і вихід за межі основної діяльності з метою забезпечення стабільних умов функціонування підприємства за рахунок, перш за все, внутрішніх резервів інноваційного розвитку [2, с.31].

Диверсифікація діяльності підприємств трактується О.О. Цоглою як виробничо-господарський процес, який завдяки освоєнню нових товарних ринків, розширенню номенклатури товарів та послуг, розподілу інвестицій між різними об'єктами господарювання, дає змогу подолати залежність від одного виду діяльності або продукції, сприяє зменшенню підприємницького ризику та забезпечує адаптацію функціонування підприємства до динамічних змін зовнішнього середовища, а в перспективі конкурентоспроможність і фінансову стабільність [5, с.452].

Диверсифікацію пов'язують насамперед зі стратегічним розвитком, переходом до багатопрофільного виробництва з широким асортиментом та номенклатурою продукції з метою уникнення або нівелювання фінансових ризиків. Для багатьох підприємств вона є стратегією розвитку і єдиною можливістю уникнення ліквідації. Диверсифікація спрямована на адаптацію до стрімкої зміни попиту, динамічної ринкової економіки, появи нових галузей і ринків.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури показує, що з позиції різних науковців найбільш суттєвими ознаками диверсифікації є: освоєння нових видів виробництв; розширення асортименту продукції (товарів, робіт, послуг), освоєння нових видів продукції; проникнення в нові сфери та галузі діяльності; освоєння нових технологій; вихід підприємства на нові сектори ринку; розширення географічних меж діяльності; розподіл фінансових ресурсів; зміна організаційних структур; цільова орієнтація.

Основним причинами диверсифікації є нерівномірний розвиток галузей економіки; зниження норми прибутку в традиційному виробництві; розвиток науково-технічного прогресу.

Для того щоб диверсифікація була розумною, необхідно підтримувати її базові принципи:

1. Визначення мети процесу диверсифікації, що не вступає у суперечності з глобальною метою системи (підприємства).
2. Необхідність передусім захищати вже отриманий і сформований капітал, а лише потім розробляти шляхи його збільшення та розвитку.
3. Врахування міжелементних зв'язків системи, їхніх особливостей і взаємодії.
4. Узгодження напряму диверсифікації з потребами ринку.
5. Доцільність технологічної сумісності та спадкоємності.
6. Максимальне використання наявних трудових ресурсів на виробництві.

Виправдано виділяти за критерієм сфери здійснення три форми диверсифікації: виробничу, фінансову і маркетингову.

Виробнича диверсифікація - це урізноманітнення на підприємстві видів виробництв, що забезпечують одержання різної продукції і розширення її асортименту.

Фінансова диверсифікація - це урізноманітнення фінансової діяльності, яка досягається через здійснення підприємством різних видів коротко- і довгострокових фінансових вкладень.

Маркетингова диверсифікація пов'язана із створенням підприємством власної торговельної мережі, розширенням каналів збуту продукції, залученням більшої кількості маркетингових важелів просування товару на ринок, організацією (за необхідності) після продажного обслуговування проданих товарів.

З урахуванням принципів та видів диверсифікації доцільно запропонувати використовувати дві групи методів диверсифікації:

1. Диверсифікація діяльності в межах одного підприємства. Внутрішнє зростання передбачає диверсифікацію існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. На підприємстві існують різні можливості внутрішньої диверсифікації: створення продукції, подібної до існуючої; створення зовсім нової продукції; диверсифікація ринків; диверсифікація технологій. Головною причиною внутрішньої диверсифікації компанії стає надлишок ресурсів, які можна використати у виробництві нової продукції або продукції, яка випускалася, за більш ефективною технологією для отримання додаткового прибутку. Мета внутрішньої диверсифікації полягає у створенні основи для забезпечення збереження підприємства у майбутньому.

2. Диверсифікація через злиття та поглинання. Зовнішнє зростання передбачає об'єднання підприємств, пов'язаних або непов'язаних технологічним ланцюжком. До переваг цієї групи методів диверсифікації необхідно віднести наявність відпрацьованих технологій, функціональних зв'язків із постачальниками, налагоджених каналів збуту, високий рівень попиту на продукцію компанії, кваліфікованість персоналу, а також популярність продукції, імідж, що значно зменшує обсяг додаткових інвестицій.

Підводячи підсумок, можна зробити висновок про те, що диверсифікація є важливим економічним інструментом розширення сфери господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Корінько М.Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи: Монографія / М.Д.Корінько. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 488 с.
2. Попова С.М. Диверсифікація діяльності промислових підприємств як елемент антикризового управління / С.М. Попова // Економіка розвитку: Наук. журнал ХДЕУ. – 2002.– №4. – С. 30–32.
3. Пустовіт Л. О. Словник іншомовних слів / Л. О. Пустовіт. – К.: Довіра, 2000. – 1018с.
4. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа /А.А.Томпсон, А.Дж.Стрикленд. – М.: Вильямс, 2003. – 924 с.
5. Цогла О.О. Сутність та основні напрямки диверсифікації діяльності підприємств / О.О.Цогла // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2006. – №552. – С. 451–455.

Ізмайлова А. Р.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

РОЛЬ УКРАЇНСЬКИХ ПОРТІВ В ЗБІЛЬШЕННІ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Олійно-жирова галузь займає провідне місце в структурі переробних підприємств агропромислового комплексу України. Це одна з найбільш бюджетоутворюючих та валутоємних галузей аграрного виробництва. Так, за даними асоціації "Укроліяпром" [1], за 2016 рік було експортовано продукцію олійно-жирової галузі на суму понад 3,7 млрд. дол. США, що складає близько 30% від загального експорту продукції АПК України з географією поставок більш, ніж до дев'яноста країн світу. Поставка рослинної олії в більшість із цих країн здійснюється морським транспортом, що обумовлює необхідність виявлення проблем розвитку експортної інфраструктури олійної промисловості, в рамках якої морський порт виступає ключовим інфраструктурним об'єктом, від діяльності якого залежить збільшення обсягу експорту та рівень конкурентоспроможності олійної продукції України на світовому ринку.

Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави з огляду на їх розташування на напрямках міжнародних транспортних коридорів. Перелік українських морських портів, відкритих для заходження іноземних суден, визначений розпорядженням Кабінету Міністрів України №466-р від 26.06.2013 р. «Про затвердження переліку морських портів України, відкритих для заходження іноземних суден» [2] та містить 13 морських портів (Рені, Ізмаїл, Усть-Дунайськ, Білгород-Дністровський, Чорноморськ, Одеса, Южний, Миколаїв, Ольвія, Херсон, Скадовськ, Бердянськ, Маріуполь). На берегових ділянках та територіях портів працюють близько 600 портальних кранів, тисячі автотранспорту різних типів та інші види портового обладнання. Криті складські приміщення цих портів займають понад 330000 кв. м, а відкриті склади – понад 2,5 млн. кв. м [3].

В рамках об'єктів портової інфраструктури, найбільш важливою складовою логістичного ланцюжка при поставках рослинної олії на експорт є олійно-наливні перевалочні термінали. Сектор припортових інфраструктурних потужностей з перевалки наливних вантажів диверсифікований за основними портами. Так, за даними державного підприємства «Адміністрація морських портів України», перевалка рослинної олії в 2016 році склала 4709,87 тис. т, що на 714,84 тис. т або на 17,89% більше в порівнянні з попереднім роком за рахунок зростання виробництва продукту в Україні та сприятливих цін на світовому ринку [4].

Зокрема, за 2016 р. державними стивідорними компаніями на причалах АМПУ було оброблено 171,69 тис. т олійних вантажів (3,65 % загального обсягу), приватними стивідорними компаніями – 4538,17 тис. т (96,35% загального обсягу), у т.ч. приватними стивідорними компаніями через причали АМПУ перероблено 3750,41 тис. т олійних вантажів (79,63 % загального обсягу). Частка приватного сектору в обсягах вантажопереробки олії продовжує збільшуватися: за 2013 – 2016 рр. зростання вантажопереробки приватними стивідорними компаніями на причалах АМПУ сягнуло 43,03% (табл. 1). Означеного результату було досягнуто, насамперед, за рахунок поглиблення спеціалізації, підвищення якості послуг та модернізації інфраструктурних об'єктів.

Наразі в портовій галузі України є нагальна потреба оновлення основних фондів. Оскільки сьогодні портове господарство України перебуває у передкритичному стані: активна частина основних фондів, насамперед кранове господарство, вже відпрацювала всі

можливі терміни, глибина і довжина причалів є недостатніми, 30% причалів підлягають капітальному або профілактичному ремонту, близько 5 км хвилеломів та огорожувальних молів перебувають в аварійному стані тощо. Загальний середній рівень фізичного зношення портової інфраструктури оцінюється у понад 90 %. Власними силами держави та портів, без залучення на взаємовигідних умовах приватного капіталу, проблеми приведення глибин портів до рівня, необхідного для заходу великотоннажних суден, розбудови сучасних терміналів, оновлення припортової інфраструктури та кранового господарства не вирішити [6].

Таблиця 1

Динаміка вантажопереробки олії у морських портах України [5]

Вантажопереробка, тис. т	2013	2014	2015	2016	Темп зростання 2016/13, %
Державні стивідорні компанії на причалах АМПУ	243,18	156,92	153,40	171,69	70,6
Приватні стивідорні компанії на причалах АМПУ	2622,16	2834,05	3025,40	3750,41	143,03
Приватні стивідорні компанії на власних причалах	787,08	1311,91	816,23	787,77	100,09
Всього	3652,42	4302,88	3995,03	4709,87	128,95

Отже, подальший розвиток морських портів України з метою збільшення якості та обсягів експортних поставок олійної продукції потребує розв'язання існуючих проблем шляхом залучення інвестицій в об'єкти портової інфраструктури на основі механізму державно-приватного партнерства; збільшення спеціалізованих причалів та перевантажувальних баз для олійних культур; провадження сучасних технологій виконання навантажувально-розвантажувальних робіт олійної продукції в морських портах; збільшення обсягів транспортування вітчизняними виробниками олійної продукції в інноваційній упаковці – флексітанках; акредитації контрольно-випробувальних лабораторій перевантажувальних терміналів відповідно до вимог ДСТУ ISO 17025 та їх оснащення високоточним обладнанням; підвищення кваліфікації працівників морських портів для обслуговування технологічних комплексів; подальшого розширення ринків збуту олійної продукції. Врахування вищеперелічених заходів в рамках діяльності морських портів позитивно вплине на розвиток експортного потенціалу олійної промисловості, що сприятиме збільшенню надходжень валютної виручки та зміцненню конкурентних позицій на ринку.

Список використаних джерел:

1. Асоціація «Укроліяпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/182>.
2. Про затвердження переліку морських портів України, відкритих для заходження іноземних суден: закон України // Верховна Рада України. – 2013. – № 766-р. – 26 червня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/466-2013-%D1%80>.
3. Ніцевич А., Мельников М. Морське право в Україні: огляд проблем та перспектив. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jur-gazeta.com/publications/practice/morske->

pravo/morske-pravo-v-ukrayini-oglyad-problem-ta-perspektiv.html Морське право в Україні: огляд проблем та перспектив.

4. Вороной В. Итоги грузоперевалки за 2016 год в морских портах Украины. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://cfts.org.ua/blogs/itogi_gruzoperevalki_za_2016_god_v_morskikh_portakh_ukrainy_205.

5. Офіційний сайт АМПУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uspa.gov.ua/>.

6. Михайличенко К. М. Розвиток портової діяльності в контексті забезпечення національних інтересів України / К. М. Михайличенко // Стратегічні пріоритети. Серія : Економіка. – 2016. - № 1. - С. 124-136. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/spe_2016_1_15.

Каражия О.А.

магістрант,

(Науковий керівник – к.е.н., доцент Добрава Н.В.),

Одеський національний економічний університет

ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Процвітання кожної держави та її регіонів безпосередньо залежить від способів мобілізації ресурсного потенціалу. Приклади таких держав, як Швейцарія, Японія, Тайвань, Південна Корея, Сінгапур, Гонконг та інших свідчать про те, що навіть із дефіцитом природних ресурсів можна досягти суттєвих економічних та соціальних результатів завдяки ефективному використанню існуючого трудового й адміністративного потенціалу.

Ресурсний потенціал регіону характеризується наявними ресурсами і складається з таких основних видів потенціалів, як економічний, поселенський, природний, трудовий, соціальний, інформаційний, фінансовий та ін. Загальне поліпшення реалізації потенціалу регіону може відбутися навіть у разі більш ефективного використання будь-яких із наявних ресурсів, однак цього не може статися без якісного поліпшення управління на всіх рівнях – держави, регіону, області, району, міста, селища, села, і головне – підприємства, яке безпосередньо забезпечує додану вартість для регіону.

Здійснення соціально-економічних перетворень в Україні значною мірою залежить від використання ресурсного потенціалу регіону, адже гармонійність і збалансованість розвитку його складових є найважливішою передумовою розвитку країни та суспільства. Ефективне функціонування ринкової економіки в регіонах вимагає вирішення складних завдань, серед яких – максимально повне використання потенційних можливостей, формування здатності швидко адаптуватися до змінної ситуації на ринку. Діяльність територіальних громад значною мірою визначається тим, наскільки результативно вони використовують ресурси, які є в їх розпорядженні та складають їх ресурсний потенціал. Ресурсний потенціал являє собою джерело і засіб їх відтворення, а також відіграє ключову роль у визначенні функцій, спрямованості та динаміки їх розвитку регіону. Його можна оцінити шляхом комплексного аналізу сукупності ресурсів – внутрішніх складових потенціалу. Створення умов для динамічного збалансованого розвитку регіону, усунення основних диспропорцій сприятиме максимальному наближенню послуг до населення, підвищенню спроможності територіальних громад та їх представницьких органів до вирішення місцевих питань власними силами. Безперечно, підвищення ефективності і водночас економне використання наявних ресурсів, збереження при цьому довкілля в належному стані для наступних поколінь потребує надійної теоретичної та методологічної бази.

Оснoву категорії «ресурсний потенціал» становить загальна категорія «ресурси» що означає «запас», «джерело». До ресурсів зараховуються запаси та джерела сировини, матеріалів, майно та грошові кошти, праця. Ресурси – це сукупність матеріальних і нематеріальних елементів, які прямо чи опосередковано беруть участь у виробничому процесі [1, с. 74].

Поняття «потенціал» (лат. – сила) – можливість, здатність, сила, що існує у прихованій формі й може виявлятися за певних умов. Зазвичай у загальнонауковому контексті поняття “потенціал” пов’язується із поняттями «сили» або «міцності». Традиційно цей термін використовується для характеристики засобів, запасів і джерел, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі, а також для можливостей окремої особи, суспільства, держави [6, с.32]. В економічному контексті потенціал регіону характеризує сукупність його спроможностей. З одного боку, під потенціалом регіону зазвичай розуміють сукупність чинників, які характеризують силу, джерела спроможності, кошти, запаси, ресурси та інші резерви, які можуть бути використані в економічній діяльності [3, с. 25]. З іншого, потенціал регіону визначається якістю та кількістю ресурсів, що має регіон, кваліфікацією персоналу, інноваційними, інформаційними й фінансовими спроможностями [2, с. 24].

Вивчення ресурсного потенціалу регіону є необхідною складовою та передумовою формування стратегії (стратегічних альтернатив) його розвитку. Коло визначень ресурсного потенціалу регіону дуже широке – від надзвичайно вузького його розуміння як річного обсягу виробництва продукції до таких загальних категорій, як соціально-економічна система [4, с. 6]. Його вивчали як елемент виробничих відносин щодо використання здатності трудових ресурсів до створення матеріальних благ, як сукупність наявних ресурсів для досягнення поставленої мети, як максимально можливий обсяг матеріальних благ і послуг, який можна отримати за умови оптимального використання наявних ресурсів, як реальну чи ймовірну здатність виконати цілеспрямовану роботу та ін.

Ресурсний потенціал регіону – це сукупність ресурсів, що є у розпорядженні регіону, а також спроможність отримання максимального прибутку. Він характеризує не весь запас конкретного ресурсу, а ту його частину, яка залучена у виробництво з урахуванням економічної доцільності та досягнень науково-технічного прогресу і включає в себе не тільки сформовану систему ресурсів, а й нові альтернативні ресурси та їхні джерела [4, с. 154]. Принципово новою проблематику потенціалу регіону на сьогодні вважати не можна, адже їй присвячено цілу низку праць, причому майже всі дослідники розглядають не просто поняття потенціалу регіону, а й конкретизують окремі види потенціалу.

Деякі вчені-економісти визначають ресурсний потенціал регіону як сукупність ресурсів, які є в розпорядженні регіону, і спроможність його співробітників і менеджерів використовувати ресурси з метою створення товарів, виконання робіт, надання послуг та отримання максимального прибутку [5, с. 47].

Найпоширеніше трактування сутності ресурсного потенціалу регіону полягає у сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, які можуть бути використані для досягнення певних цілей

Різноманіття підходів до розуміння сутності ресурсного потенціалу дає змогу вважати його багатоаспектним поняттям. На нашу думку, ресурсний потенціал є системою взаємопов’язаних різних видів ресурсів, які є у розпорядженні регіону або можуть бути залучені до його господарської діяльності для максимального задоволення потреб споживачів та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Блейклі Е. Дж. Планування місцевого економічного розвитку. Теорія і практика / Е. Дж. Блейклі. – 2-ге вид. – Львів : Літопис, 2002. – 416 с.

2. Бабина О.Є. Потенціал як системна економічна категорія / О.Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 23–26.

3. Дегтярьова І. О. Конкурентоспроможність регіону: стратегічні пріоритети та механізми державного управління : монографія / І. О. Дегтярьова. – К. : НАДУ, 2012. – 368 с.

4. Зенченко С. В. Бюджетный потенциал региона и методические подходы к его оценке / С. В. Зенченко // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2008. – № 1. – С. 186–198.

5. Лукін С. О. Економічний потенціал регіону: суть, складові і місце у процесі реформування економіки / С. О. Лукін // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: політика регіонального розвитку : зб. наук. пр. Луц. держ. техн. ун-ту. – Луцьк : Надстир'я, 1999. – Вип. V. – № 1. – С. 40–51.

6. Фомін І. О. Сучасні тенденції просторового розвитку Європи та планувальна регіоналізація України / І. О. Фомін, Ю. М. Білоконь // Вісн. Акад. буд-ва України. – 2001. – Вип. 10. – С. 26.

Куца Н. Р.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

В умовах активізації процесів інтернаціоналізації та глобалізації економіки особлива роль належить виноградарству і виноробству України, яка має об'єктивні переваги природо-ресурсного потенціалу. Виноградарство і виноробство – одна з найважливіших галузей виробничо-господарської діяльності країни. Виноградарство України – традиційна, найбільш ефективна та високоприбуткова галузь сільськогосподарського виробництва, яка істотно впливає на розвиток і укріплює економічний стан держави, відіграє важливу роль у наповненні коштами державного та місцевих бюджетів. Таким чином, виробництво та продаж вина є високорентабельним видом бізнесу, привабливим для інвестування

Україна має значний потенціал експортної діяльності у секторі виробництва та переробки винограду. Саме тому проблема експортоспроможності виноробної галузі набула особливої актуальності для України. Дослідження тенденцій розвитку експортної діяльності виноробної галузі України дозволяє шукати протидії посиленню експансії закордонної винної продукції на внутрішній ринок, що створює реальну загрозу існуванню вітчизняного виноградарства та виноробства.

В умовах політичної і економічної кризи вітчизняні виноробні підприємства знаходяться у тяжкому економічному стані. *Анексія Криму* Росією призвела до втрачання 50% всіх виробничих потужностей виноробної галузі. Також надзвичайно відчутним стало зниження купівельної спроможності споживача. В результаті спостерігається різке скорочення продажів виноробної продукції в середньому ціновому сегменті, тому що споживчі переваги зміщаються в бік дешевої винної продукції. За даними Державної служби статистики обсяги переробки підприємствами України винограду на виноматеріали в 2016 році склали 228,72 млн. тонн, що на 46,9% менше, ніж у 2012 році (рис.1).

Основними виробниками виноградних виноматеріалів в Україні в 2016 році є Одеська, Миколаївська та Херсонська області.

Основними проблемами виноробних підприємств у всіх регіонах України є

– дефіцит сировини виноматеріалів, який заповнюється за рахунок імпорту;

– незадовільний розподіл сортового складу виноградних насаджень: мало сортів шампанського напрямку (Шардоне, групи Піно та ін.), червоних і аборигенних сортів;

–високіціни на вітчизнянусировину виноматеріалів і продукціїпереробки;
– недостатняфінансовапідтримкадержавнихзакладів у сфері виноградарства та виноробства, через щоцігалузівідстаютьвідєвропейськихстандартів.

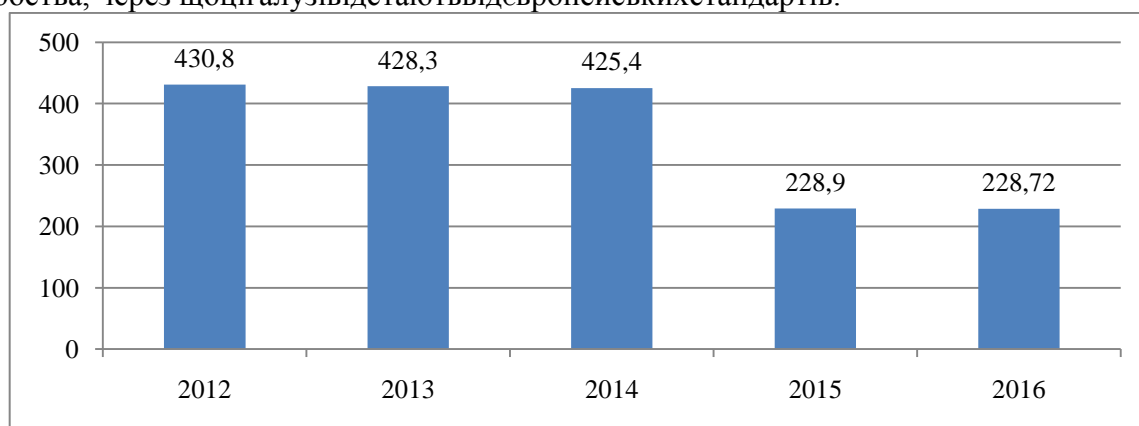


Рис.1. Обсяги переробки винограду для виробництва вина за 2012 – 2016 рр.
Складено автором на підставі: [3]

Місткість ринку вина в Україні зкожним роком значноскорочується. Так, в 2012 році виробництво вина становило 29 млн. дал, а в 2016 –10,8 млн. дал.Сучасний стан виноградарства несприяєрозвиткувітчизняноговиноробства. Середвітчизнянихторгових марок найбільшуперевагу в сегментінатуральних тихих вин українськіспоживачівіддають ТМ «Масандра». Компаніямаєширокий асортиментпродукції і давнюісторію, що збільшує лояльність покупців. Далі за рейтингом ТМ:«Шабо», «Інкерман» та інші.Усегментіігристих вин, безперечнимлідеромзалишаєтьсяАртемівський завод шампанськихвин. Не менш популярною є продукціяКиївськогозаводу підвідомоюназвою «Радянськешампанське».Далі розмістилися ТМ з Одеси: «Французький бульвар», «Шабо», «Одеса». Замикає рейтинг ігристі вина під ТМ «Крим»[2].

У період з 2013 по 2015 рік на ринку зовнішньоїторгівлі стотнозмінилися пріоритети (рис.2). Простежується зниження імпортувинної продукції, аекспортнавіпакинабираєобертів. Ще в 2013 році переважання імпорту над експортом знаходилося на рівні 67%, але вже через 2 роки ця перевагасклав 63,5% накористьекспорту[2].

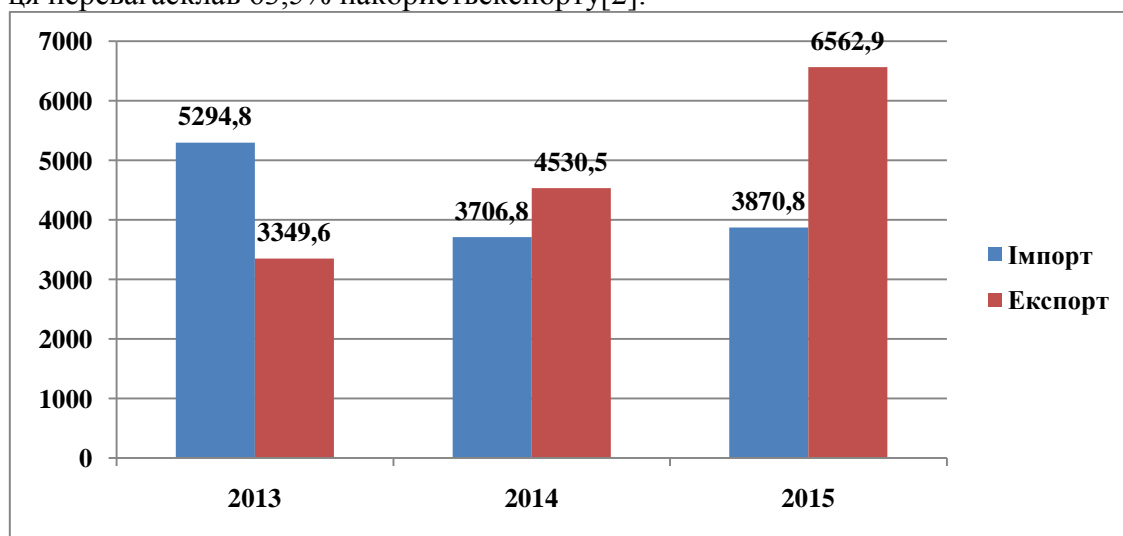


Рис.2. Динаміка зміни обсягів зовнішньої торгівлі вина в Україні в 2013-2015рр., натуральне вираження, тис.дал.

Складено автором на підставі: [1]

У географічній структурі експорту переважають поставки в Росію. В даному напрямку відправляється близько 90% вітчизняної продукції.

Прогнози щодо розвитку виноробної галузі в Україні будуть визначатися загальноекономічною ситуацією в державі і здатністю галузі оперативнореагувати на гострі виклики сьогодення. Однак загальна тенденція бачиться малоопозитивною.

Для підвищення ефективності експортної діяльності, українським виноградарям та виноробам належить довести конкурентоспроможність своєї продукції в умовах створення Асоціації Україна - ЄС, зростання конкуренції на світовому ринку, продовження глобалізації економіки тощо. Для цього необхідно: підвищити ефективність галузі за рахунок диверсифікації та розширення ринків збуту; запровадити інноваційні механізми, які б поліпшили якість продукції; забезпечити державну підтримку виноробної галузі.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Рынок вина Украины. Общие тенденции развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor_gynka_vina_ukrainy
3. Агеева І.М. Дослідження сучасного стану та напрямів побудови стратегії відновлення виноградарства та виноробства в Україні / І.М. Агеева, Ю.В.Небеснюк // Економіка харчової промисловості. - 2016. - Т. 8, № 4. - С. 58–66.

*Луценко К. О.
магістрант,*

Одеський національний економічний університет

ВПЛИВ ЄВРО ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для успішного функціонування в умовах євроінтеграції підприємству необхідно формувати ефективну стратегію розвитку, яка є запорукою виживання у сучасних реаліях. Після підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом для вітчизняних підприємств відкрилось ряд можливостей, але це привело до погіршення економічних зв'язків з країнами СНД. Вихід на європейські ринки вимагає розробки заходів щодо підвищення якості продукції відповідно до норм розвинених країн. Сьогодні більшість українських виробничих підприємств не здатні конкурувати з підприємствами розвинених країн у зв'язку з відставанням у технологічних технологіях, обумовленого застарілими устроями. Тому актуальною є проблема формування стратегії розвитку виробничих підприємств в умовах євроінтеграції.

При формування стратегії розвитку виробничого підприємства під впливом євроінтеграційних процесів ставимо за мету установити баланс між орієнтацією на ринки країн ЄС та інших країн, які мають потребу у якісній продукції, та збереження присутності на ринках країн СНД. Формування стратегії розвитку виноробних підприємств представимо на рис.1.

При формування стратегії розвитку внаслідок впровадження модернізації виробничих технологій досліджуються наступні типи ринків: внутрішній ринок України; ринки країн ЄС; ринки країн СНД; ринки інших країн.

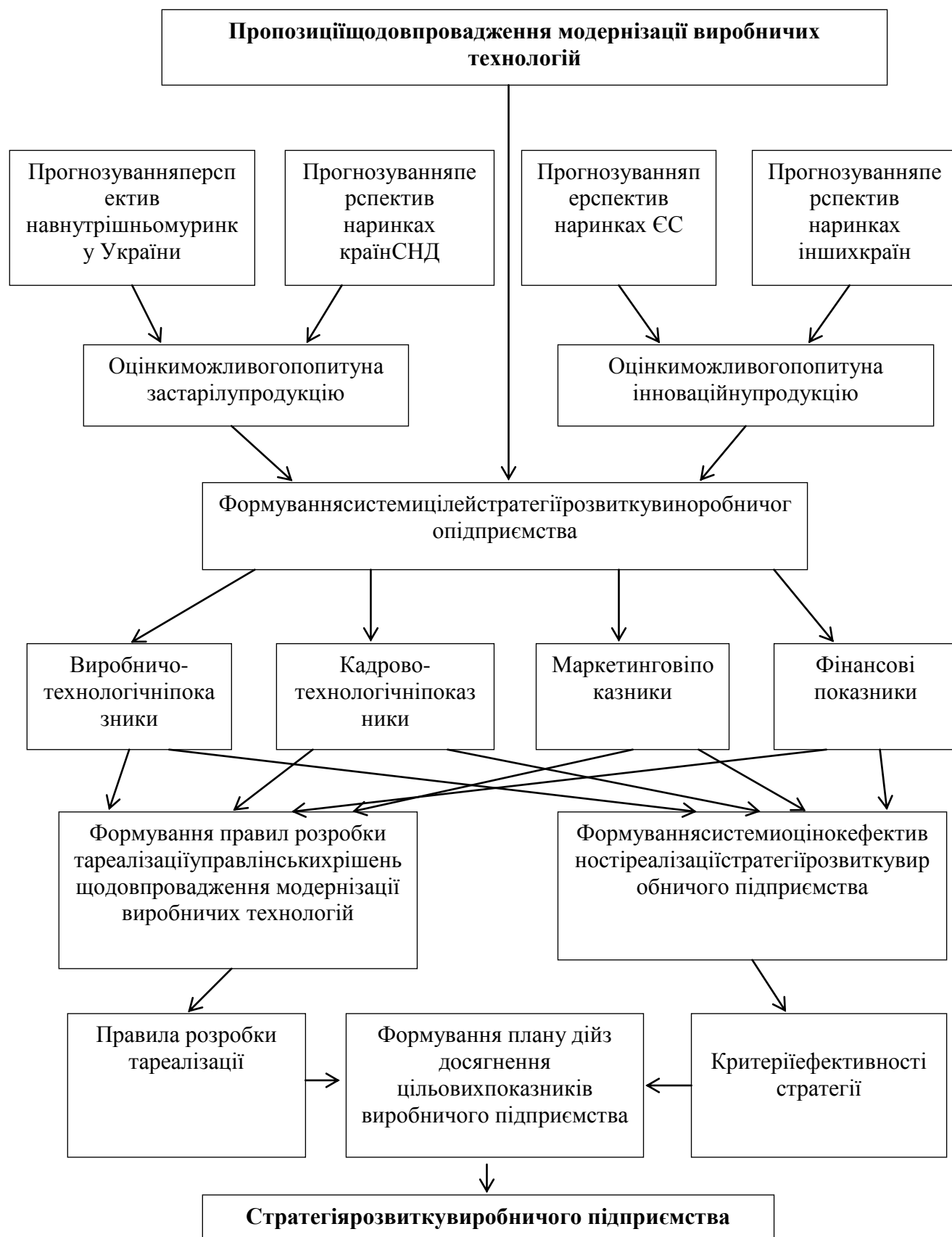


Рис.1. Формування стратегії розвитку виробничих підприємств під впливом євроінтеграційних процесів

Складено автором на підставі: [2]

Головними напрямками стратегії розвитку, які розраховані на переорієнтацію виробничого підприємства на ринки ЄС є:

- впровадження нових виробничих технологій, які сприятимуть підвищенню якості та конкурентоспроможності продукції підприємства порівняно з сучасними конкурентами;
- освоєння виробництва нової конкурентоспроможної продукції, яка буде мати попит на зарубіжних ринках;
- удосконалення сучасних систем контролю якості продукції відповідно до норм і вимог ЄС;
- відкриття представництв у країні ЄС з метою забезпечення прямих продажів, гарантійного та післягарантійного обслуговування [2, с. 150].

Диверсифікація виробничого підприємства має забезпечити використання переваг під впливом євроінтеграційних процесів, але не слід відмовлятися від досягнень, які має підприємство на вітчизняному ринку. Головними напрямками при цьому є такі:

- модернізація виробничих технологій, з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції;
- диверсифікація продукції, тобто виробництво як інноваційної продукції для розвинутих країн, так і застарілої продукції для країн СНД;
- налагодження зв'язків з партнерами у ЄС та з іншими країнами з метою просування продукції;
- відокремлення підприємств відповідно зі спеціалізацією.

При формуванні стратегії розвитку виробничих підприємств під впливом євроінтеграційних процесів нами пропонується використовувати наступні групи показників:

- виробничо-технологічні показники, які відображають ефективність модернізації виробничих технологій;
- кадрово-технологічні показники, що дозволяють оцінити відповідність кваліфікації персоналу тим вимогам, що ставляться до виробництва сучасної конкурентоспроможної продукції;
- маркетингові показники, які відображають ефективність маркетингових досліджень та заходів виробничого підприємства щодо забезпечення своєї присутності у країнах ЄС;
- фінансові показники, які дозволяють оцінити фінансовий стан виробничого підприємства.

Таким чином, нами пропонується формувати стратегію розвитку виробничого підприємства під впливом євроінтеграційних процесів на комбінуванні двох типів сценаріїв - диверсифікації та переорієнтації на ринки ЄС. Також при формуванні стратегії розвитку виробничого підприємства слід брати до уваги специфічні цільові показники, які відображають особливості завдань, що стоять перед вітчизняним виробничим підприємством в умовах євроінтеграції.

Список використаних джерел:

1. Дикань О.В. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах євроінтеграції / О.В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – Вип. 47. – С. 77-82.
2. Головач О.А. Формування стратегії розвитку машинобудівних підприємств в умовах євроінтеграції / О.А. Головач // Економічний вісник Донбасу. – 2016. - № 2(44). – С. 149 – 152.

Луценко Ю.О.
магістрант,
(Науковий керівник – к.е.н. Янковий В.О.),
Одеський національний економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІГРАШОК УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток групи гаджетів, переорієнтація з ігрових ляльок на «життєподібні» іграшки, зацікавлення товарами «madeinUkraine» – ось основні тенденції 2016-2017 років. Ці віяння збережуться і наступного року. Ключовими факторами при виборі іграшки є, перш за все, функціонал та користь для розвитку дітей.

Незважаючи на відхід Криму і закриття або призупинення роботи багатьох магазинів і торгових площ на непідконтрольній території в зоні АТО, у 2015-му в порівнянні з 2014 роком зростання ринку в грошовому вираженні склало 2,5-3%. Цей тренд йде в унісон зі щорічним 3-відсотковим зростанням ринку дитячих товарів в цілому, яке відзначається впродовж останніх п'яти років.

Найбільшим попитом у 2016 році користувалася група гаджетів та інтерактивних іграшок. Гіроскутери, квадрокоптери, мультикуби, дитячі смарт-годинники, 3D-ручки, шоломи віртуальної реальності, інтерактивні їжачки, песики, кошенята, яйця для вилуплювання дракончика та пінгвіна – це ті товари, які цікавили дітей і, відповідно, заповнили ринок іграшок. Також у групі ляльок для дівчаток відбулася переорієнтація з ігрових ляльок (типу Barbie) на життєподібні іграшки та аксесуари до них.

На сьогодні загальний обсяг ринку іграшок в Україні становить близько 440 млн\$. Трьома роками раніше він становив, за різними оцінками, приблизно 400 млн\$[1]. Після набуття країною незалежності іграшкову промисловість потіснив імпорту. Якщо у 1994 році на ринку був паритет – кількість українських та імпортованих товарів зрівнялася, то через 10 років частки стали нерівними: 12% українських проти 88% зарубіжних товарів. До 2008-го ця частка стала ще менше – 10 на 90%. Лівову частку імпорту на українському ринку іграшки стабільно займає Китай (близько 45% усього обсягу імпорту), за ним йде ЄС (30%), а також Білорусь та Росія (15 і 10% відповідно). Частка імпорту на ринку іграшок залишається високою – більше 85%, причому в окремих сегментах (наприклад, у конструкторах, іграшках, що супроводжують мультсеріали, і деяких інших) вона може наближатися до 100%. Світ іграшок дуже тісно пов'язаний з мультфільмами і кіно, які виходять на великих екранах. Наприклад, відомий мультфільм «Таємне життя домашніх тварин» викликав приголомшливий попит не тільки серед дитячої, але і серед дорослої аудиторії на іграшки, пов'язані з персонажами. Однак, інтернет поки що має не такий сильний вплив. Наприклад, популярна гра «PokemonGo» практично не позначилася на продажах покемонів.

Навіть різкі коливання валютного курсу минулого і початку цього року, які привели до істотного зростання цін у тому числі й на іграшки, не викликали звуження частки імпорту. Змінився лише його якісний склад. Зросла (за різними оцінками, до 50%) питома вага іграшок сумнівної якості нижчої цінової категорії, які реалізуються на лотках, у павільйонах, кіосках, на базарах, – так званих іграшок на один день. Яка саме кількість такого товару знаходиться на реалізації в даний момент або знаходилася в минулому році, підрахувати не уявляється можливим, адже значна його частина потрапляє на український ринок нелегально. Частка нерегульованого ринку іграшок у 2016 році перевищила 40% від загальної частки ринку, що на 5% більше показника попереднього року. Частка імпортованих іграшок вищого цінового рівня (близько 10%), які продаються переважно в мережевих магазинах, за рік не змінилася. А ось число іграшок середнього цінового сегменту зменшилося (з 50-60 до 40%) [2].

Ринок іграшок вітчизняного виробництва залишається мізерним і розвивається слабо, незважаючи на те, що його прогнозована місткість величезна. Скажімо, незадоволений попит на розвиваючі (дидактичні) ігри може забезпечити щорічне зростання сегменту на 20-25%.

Зараз в Україні працює менше сотні підприємств, зайнятих виробництвом іграшок. Левову їх частку становлять малі приватні підприємства. Великих спеціалізованих фабрик буквально одиниці [3]. Український виробник іграшок – це переважно невелике приватне підприємство або навіть фізична особа-підприємець.

Ще один штрих – українські виробники вже навчилися боротися за частку на ринку за допомогою конкурентних переваг, виготовляючи якісний товар, який нічим не поступається за дизайном китайському, а по екологічності та органічності використовуваних матеріалів перевершує його. Нарешті, іграшка вітчизняного виробництва ментально ближча українському споживачеві.

Конкуренцію дешевому низькоякісному імпорту на ринку іграшок за ціною може скласти тільки інтернет-торгівля. Вона пропонує покупцеві товар на 5-15% дешевше, ніж аналогічний в салоні магазину. Зараз в Україні діє близько 10 інтернет-магазинів, через які реалізуються іграшки. У нинішньому році бурхливий розвиток цього сегменту може стати одним з ключових трендів.

В умовах кризи, коли родини вимушені економити, проте відмовити дітям в покупці не можуть, демократична цінова політика інтернет-магазинів матиме величезний попит. В інтернет йдуть всі – від великих фабрик, що мають власні інтернет-магазини, до приватників, які розміщують свої товари на загальнодоступних майданчиках. Так економляться час і кошти виробника, причому рівень продажів зростає.

Отже, незважаючи на сплеск зацікавлення товарами українського виробництва останніми роками, ситуація на ринку іграшок залишає бажати кращого: 85% іграшок на українському ринку є імпортними. Вітчизняні виробники займають всього 15% ринку. Це лише третина від обсягу поставок товарів з Китаю. Однак попит зростає.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Олексієнко, А. Б. Сучасний стан ринку дитячих іграшок в Україні / А. Б. Олексієнко, І. В. Григоренко // Наукові здобутки молоді — вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : матеріали 82 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 13–14 квітня 2016 р. – К.: НУХТ, 2016. – Ч. 1. – С. 121.
3. Проблеми та перспективи становлення вітчизняної індустрії дитячих товарів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/qwerty/Downloads/Vird_2015_37_6.pdf

Мізіна А.О.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах глобалізації світової економіки підприємства різних галузей, що пов'язані з взаємопроникненням технологій та капіталів, проводять диверсифікацію власної господарсько-фінансової діяльності. Сутність процесу диверсифікації, як економічного процесу, має досить велике значення для підтримання можливості подальшого ведення

господарської діяльності. Саме тому, питання обґрунтування економічного розвитку підприємства пов'язані перш за все з розробкою певної методики реалізації таких проектів.

Згідно з визначеннями сучасних учених-економістів, розглядати диверсифікацію як діяльність не зовсім коректно. Діяльність, яка здійснюється в результаті реалізації проекту диверсифікації, безумовно може бути самостійним видом господарської діяльності підприємства, але сама диверсифікація не може вважатися самостійним видом економічної діяльності. Диверсифікація також не є окремим напрямком господарської діяльності за українським законодавством. [1]

Диверсифікація є одним із видів економічного процесу, який проводиться підприємствами - суб'єктами господарювання і має певну цільову спрямованість. До варіантів такої цільової спрямованості можна віднести підвищення ефективності від результатів господарсько-фінансової діяльності, отримання економічної вигоди.

Сама по собі стратегія диверсифікації являє собою освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми області. Також, стратегія диверсифікації може представляти собою систему заходів, що використовується для того, щоб підприємство не стало занадто залежним від одного стратегічного господарчого підрозділу чи однієї асортиментної групи. Така стратегія являє собою розробку нових видів продукції одночасно з освоєнням нових ринків. При цьому товари можуть бути новими для всіх підприємств, працюючих на цільовому ринку, або тільки для даного підприємства. Така стратегія забезпечує прибуток, стабільність і стійкість фірми у віддаленому майбутньому.

Займатися диверсифікацією підприємства змушує ряд причин, серед яких одними з головних - прагнення зменшити або розподілити ризик, а також можливість піти з ринків, що стагнують, - та отримати фінансові вигоди від роботи в нових областях. Останні два чинники - стагнуючий ринок і прагнення освоїти нові області діяльності - є головними причинами диверсифікації українських підприємств. Диверсифікація передбачає виявлення саме того виду діяльності, в якому можна найбільш ефективно реалізувати конкурентні переваги підприємства [2]

Розрізняють такі види диверсифікації: вертикальну (або концентричну), горизонтальну та конгломеративну диверсифікацію.

Вертикальна диверсифікація представляє собою ситуацію, коли підприємство починає виробляти товари, які в технологічному та маркетинговому аспекті пов'язані з існуючими товарами фірми. Яскравий приклад – корпорація "Дженерал моторз", яка відрізняється найвищим рівнем вертикальної диверсифікації – власна продукція становить близько 65 % загальної вартості автомобіля.

До переваг вертикальної диверсифікації відносяться:

- поєднання координації дій з великими можливостями контролю;
- стабільність господарських зв'язків у межах підприємства;
- гарантовані поставки матеріально-технічних ресурсів;
- тісний контакт з кінцевими споживачами.

До недоліків можна віднести:

- взаємозалежність підрозділів підприємства, що в разі негативних зовнішніх змін погіршує становище підприємства;
- обмежений ринок збуту призводить до зменшення впливу конкуренції;
- необхідність удосконалення потребує значних витрат, що, урешті, призводить до перевищення вартості ресурсів за середньою ринковою ціною. Як наслідок указаних недоліків спостерігається зниження рівня вертикальної диверсифікації.

Горизонтальна диверсифікація, в свою чергу, передбачає вихід у нові сфери бізнесу, які пов'язані із задоволенням потреб для існуючих клієнтів (споживачів) фірми.

Підприємство, що виготовляє певний вид товару або послуги, може отримати інформацію від своїх споживачів щодо необхідності в інших видах товарів та послуг і користування цією можливістю.

Саме в цьому полягають переваги горизонтальної диверсифікації, що дає змогу різнобічно врахувати потреби споживачів, при цьому досягається ефект синергізму – сукупність видів діяльності дає значніший ефект, ніж окремі види діяльності. Прикладом такого виду диверсифікації може слугувати фірма, що здійснює пасажирські перевезення, виходить у туристичний бізнес та може надавати своїм пасажиром послуги з туристичного обслуговування.

Конгломеративна диверсифікація являє собою вихід у нові види бізнесу, які жодним чином не пов'язані ні з існуючою технологією, ні з потребами існуючих у фірми споживачів. Такий вид диверсифікації потребує найбільших фінансових витрат і доступний лише великим підприємствам [3, с.129].

Таким чином, враховуючи вищенаведені характеристики, поняття «диверсифікація» визначається як безперервний економічний процес розвитку декількох не пов'язаних або обслуговуючих виробництв, розробки нових видів товарів, робіт, послуг, які здійснюються суб'єктом господарювання для реалізації визначених ним економічних інтересів у конкретних ринкових умовах під впливом економічного регулювання органів управління держави [1].

Список використаних джерел:

1. Ващенко Н.В., Стецура Л.Г. Сутність диверсифікації як економічного процесу// Науковий вісник ДонНУЕТ. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/20_PRNiT_2007/Economics/23795.doc.htm
2. Штефан Н.М., Біленко І.В. Умови і причини диверсифікації підприємства// Науковий вісник НГУ. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Economics/45919.doc.htm
3. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: підр. / : Підручник/ Н.В. Бутенко. – К: Атіка, 2006. – 300 с.

Новомлінова Н. О.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ

На сучасному етапі в Україні ринок сільськогосподарської техніки є невід'ємною складовою ефективного механізму забезпечення конкурентоспроможного розвитку АПК, продовольчої безпеки і формування високотехнологічного виробництва продукції з високою доданою вартістю орієнтованого на експорт.

Ситуація, яка склалася останніми роками на вітчизняному ринку техніки для аграрного сектору, з одного боку, була зумовлена зростанням попиту на нову економіку і високопродуктивну сільськогосподарську техніку внаслідок дії фактору сприятливих високорожайних років, що дозволило сільгоспвиробникам суттєво оновити вкрай застарілий машинно-тракторний парк, а з іншого — суттєвим підвищення її вартості через падіння курсу національної грошової одиниці і ведення нових правил мита на імпорту. Відтак купівельна спроможність аграріїв дає їм змогу витратити на придбання техніки щорічно 5-7 млрд. грн., що покриває технологічну потребу в оновленні парку машин лише на 15-20%. В той самий час ринок поступово виходить із кризи і склав у 2016 році майже 520 млн. дол.

(рис. 1). Проте стагнація ринку сільгосптехніки техніки України закінчиться лише за стабілізації ситуації в економіці держави.

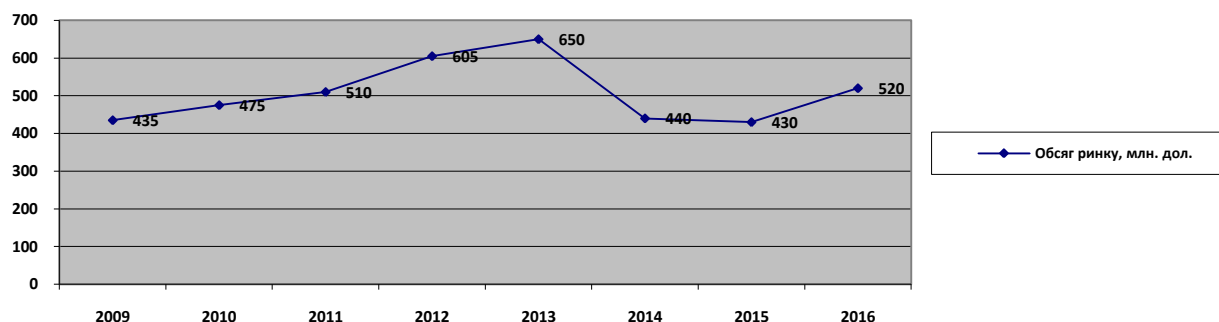


Рис. 1 Динаміка ринку сільськогосподарської техніки [2]

Ринок сільськогосподарської техніки розподіляється на три головні сектори: трактори – 35%; самохідні сільськогосподарські машини – 15%; причіпна, навісна і стаціонарна сільськогосподарська техніка – 50% [3, с. 60].

Що стосується співвідношення між вітчизняною та імпортною технікою, в залежності від сегменту ринку сільськогосподарської техніки частка імпорту коливається від 50 до 90% (рис. 2). Причому ринкова частка вживаної імпортової техніки постійно збільшується.

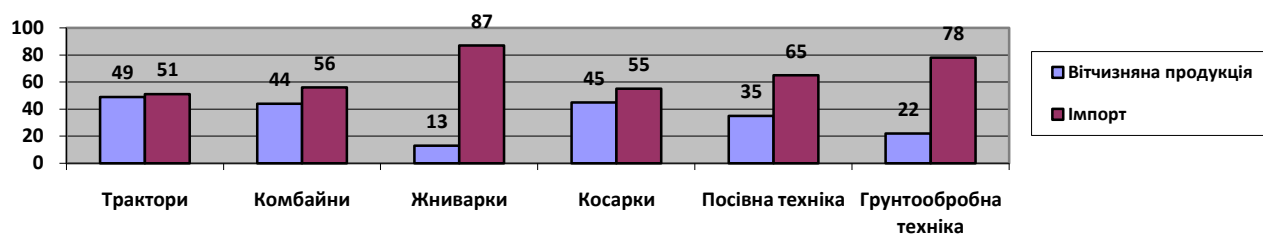


Рис. 2 Ринкова частка вітчизняної та імпортової продукції за різними групами сільськогосподарської техніки, % [2]

Ринок імпортової техніки в Україні протягом останніх років пережив чимало змін, але сьогодні він сформувався й має всі ознаки впорядкованості. Український капітал під впливом світових мультибрендів сформував потужні дилерські мережі. Вони забезпечують як широкий вибір моделей, так і можливість придбання техніки за різними схемами.

Зарубіжні машини кращі від вітчизняних аналогів за багатьма техніко-економічними показниками. Вони надійніші, потужніші, комфортніші та оснащені сучасними системами керування вузлами й агрегатами. Проте йти шляхом масової закупівлі техніки за кордоном, витрачаючи на це величезні кошти та стимулюючи зарубіжного виробника, з державницьких позицій не завжди виправдано. Адже масове придбання господарствами України сільськогосподарської техніки зарубіжних фірм призведе до втрати вітчизняного виробництва. Будуть ліквідовані не тільки заводи, а й наукові та конструкторські структури, потенційні можливості яких досить значні.

У структурі імпорту сільськогосподарської техніки найбільша частка належить США, Німеччині та Білорусі. В той самий час питома вага російської техніки за останні роки значно зменшилася.

Що стосується вітчизняного виробництва, у машинобудуванні для АПК функціонує 126 спеціалізованих підприємств, у яких працює 70 тисяч робітників, що виготовляють сільськогосподарську техніку та обладнання для переробних галузей [1, с. 15]. В останні

роки спостерігалася тенденція скорочення виробництва, зумовлена передусім складною економічною ситуацією в країні і погіршенням фінансових можливостей товаровиробників у придбанні нових технічних засобів.

Для стимулювання вітчизняного виробника сільськогосподарської техніки в різний час приймалися державні цільові програми, в тому числі і часткова компенсація вартості придбаної вітчизняної техніки. За нинішнього складного економічного стану в країні важливими заходами підтримки вітчизняного ринку техніки для АПК має стати цілеспрямована державна політика стимулювання оновлення технічних засобів через механізм залучення пільгового кредитування, розвиток лізингу і компенсації витрат, що має бути спрямована на відтворення і розвиток матеріально-технічної бази, комплексну механізацію й автоматизацію технологічних процесів, відновлення і збереження родючості ґрунту в сільському господарстві на основі використання кращих розробок як вітчизняного машинобудування, так і іноземних виробників.

Список використаних джерел:

1. Антощенко, В. М. Огляд ринку сільськогосподарської техніки для підприємств АПК України / В. М. Антощенко, Р. В. Антощенко // Вісник ХНТУСГ, 2016. - Випуск 124. Том 2 – С. 15-16.
2. Аналіз ринку сільськогосподарської техніки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.vc>.
3. Кравчук В.І. Особливості системного підходу до управління вітчизняним ринком сільгосптехніки з врахуванням вимог СОТ / В.І. Кравчук, М.М. Павлишин, В.Г. Гусар // Зб. наук. праць УкрНДПВТ ім. Л.Погорілого. – 2016. – Вип. 13(27), кн.1. – С. 59-65.

Омельяненко В. А.

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,
Сумський державний університет, Україна*

АНАЛІЗ СИСТЕМНИХ ЗАСАД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ) ¹

Питання забезпечення властивостей симетричності, пропорційності або збалансованості соціального та економічного простору є порівняно новою сферою досліджень, результатом яких має стати розробка механізмів узгодження і балансування економічних процесів та об'єктів для цілей їх розвитку. Наразі ж теорії рівноваги розглядають лише часткові виміри взаємозв'язку соціально-економічного та інноваційного простору, й в результаті ігноруються проблеми пропорційності з суміжними просторовими областями, що результується у відповідних фрагментарних стратегіях розвитку.

Аналіз праць вітчизняних вчених показав відсутність єдиних підходів як до визначення основних понять національної безпеки, так і до їх управління через інновації. Також недостатньо уваги приділяється вивченню власних динамічних властивостей інноваційних систем з точки зору можливостей та загроз та аналізу можливостей управління ними. Відтак постає розробки теоретико-методологічних і методичних підходах до аналізу впливу інновацій на національну економіку, в основу якого буде покладено оцінку системної ефективності інноваційного розвитку. На нашу думку, інноваційне наповнення інвестиційної

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом «Розвиток механізмів управління інноваційною складовою економічної безпеки України» Державного фонду фундаментальних досліджень

політики здатне забезпечити соціальну-економічну програм в області національної безпеки, військово-промислового комплексу і космічної галузі. В даному дослідженні ми розглянемо механізми узгодження і балансування процесів інноваційного розвитку на прикладі космічної галузі, що характеризується значними інноваційними потенціалом.

Загальний обсяг ринку космічних послуг у світі, бюджети глобальних навігаційних систем і космічних агентств, за даними Федерального управління цивільної авіації США, досягають \$335 млрд. Найбільш емним є сегмент супутникового телебачення, частка якого становить 29% (\$98 млрд.). На другому місці сегмент глобальних навігаційних систем – 24% (\$81 млрд.), на державні космічні бюджети доводиться 23% ринку (\$77 млрд.) [1]. Відзначимо, що зазначені показники не враховують системні ефекти, зокрема сумарні економічні результати створення інновацій та міжгалузевий трансфер технологій.

Незважаючи на різноманітні кризові фактори, світова космічна галузь порівняно з іншими секторами економіки продовжує динамічно розвиватися. Це відбулося не лише завдяки стратегічній значимості, але і зростаючій комерціалізації космосу, що в останні роки стимулюється приватними компаніями.

В Україні проблеми космічної галузі розглядаються переважно в контексті секторального інноваційного розвитку. У меншій мірі розглядаються питання, пов'язані з особливостями управління виробництвом на всіх етапах життєвого циклу виробів космічної техніки, обумовлених як невизначеністю зовнішніх умов, так і специфікою галузевого виробництва, а також різноманітні аспекти забезпечення різних аспектів національної безпеки. Також не враховується й міжгалузевий аспект, зокрема значний потенціал розвитку високотехнологічного сільського господарства на основі космічного моніторингу.

Відзначимо, що в рамках розвитку космічної галузі держава може паралельно вирішувати кілька стратегічних завдань – від створення робочої інфраструктури ближнього космосу, включаючи зокрема постійне забезпечення космічним зв'язком та мовленням на всій території країни, до освоєння далекого космосу. По цілому ряду продуктових ланцюжків продукти та послуги на базі космічних засобів, такі, наприклад, як канали космічного зв'язку або знімки Землі з космосу, знаходять безпосереднє застосування в складі комплексних інформаційно-комунікаційних продуктів, що володіють певною ринковою цінністю, або інфраструктурних мереж, що вносять свій внесок у забезпечення діяльності суб'єктів ринку та безпеку. Зазначені аспекти враховує так звана «трьохзіркова модель» [2], відповідно до якої космічна діяльність має системно розглядатися за трьома напрямками:

1. Космічна діяльність в інтересах соціально-економічного розвитку;
2. Космічна діяльність в інтересах забезпечення умов безперешкодного сталого розвитку (включаючи питання національної безпеки та військового спрямування);
3. Космічна діяльність в інтересах вивчення та освоєння космосу.

Високе значення всіх цих трьох напрямів в умовах України обумовлено тим, що наша держава успадкувала третину промислово-космічного потенціалу колишнього Радянського Союзу і вважається однією з 6 провідних країн у космічній галузі, яка володіє технологіями як у виробництві пускових установок та супутників, так й їх запуску та управління.

В контексті збереження потенціалу та стратегії системного розвитку необхідно створити економічні умови для формування інноваційної бізнес-системи, що забезпечує нарощення інновацій та інвестицій в інновації, створення високих технологій і нової продукції, що забезпечить завоювання нових ринків та лідируючу роль країни у світі в певних сегментах. Державі також необхідно створити фінансово-економічні умови для приватного інвестування капіталу в науку та високі технології, а не підтримувати підприємства, що випускають продукцію, що не користується попитом.

У випадку космічної діяльності, на нашу думку, необхідно формувати галузеву інноваційну екосистему, яку узагальнено можна розглядати як систему обміну інноваційними ресурсами (мережа) та взаємовигідних зв'язків між її учасниками. Деякі

важливі елементи інноваційної екосистеми космічної галузі України були створені давно (елементи науково-дослідної та виробничої інфраструктури). Однак для того, щоб сформувалося ефективне середовище, їх недостатньо і потрібно більше різноманіття інноваційних форм взаємодії, зокрема на міжнародному рівні. Інноваційна екосистема, виникнення якої відрізняє успішні проекти від неуспішних, являє собою множину особистих контактів і зв'язків між учасниками процесу на національному та міжнародному рівні.

Формування інноваційної екосистеми як симбіозу технологічних стартапів, малих підприємств, великого високотехнологічного бізнесу полягає у створенні кластерів наукоємних компаній, перехід влади до активної політики підтримки інноваційного підприємництва та створення інфраструктури, а також формування інноваційного бренду країни. Реалізація зазначених напрямів дозволить:

- 1) використати наявний потенціал для забезпечення захисту національних інтересів та інфраструктуру для надання послуг комерційним користувачам (подвійне застосування);
- 2) використати можливості переваги приватного сектора для розвитку даної системи (наприклад, для надання послуг користувачам на основі загальної технологічної платформи);
- 3) забезпечити перерозподіл маржинального прибутку між різними переділами ланцюжка цінностей при створенні та комерційній експлуатації прикладних систем.

Список використаних джерел:

1. Шустиков В. Бизнес за пределами атмосферы: развитие рынка космических услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sk.ru/news/b/press/archive/2017/05/30/biznes-za-predelami-atmosfery-razvitie-rynka-kosmicheskikh-uslug.aspx>
2. Пайсон Д.Б. Космическая промышленность «новая» и «старая»: уроки и перспективы совместного развития / Д. Б. Пайсон // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 16. – С. 2–10.
3. Omelyanenko V.A. Innovation priorities optimization in the context of national technological security ensuring // Marketing and management of innovations. – 2016. – № 4. – pp. 226–234.
4. Омеляненко В.А. Факторы трансфера высоких технологий в контексте модели Quintuple Helix // Инновации в технологиях и образовании: Сборник статей участников VIII Международной научно-практической конференции. – Великотырновский университет им. Святых Кирилла и Мефодия, 2015. – С. 195–199.

Скляр Д. В.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

ЕТАПИ ТА ОЦІНКА ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ

Прийняття стратегічних рішень має велике значення в забезпеченні успіху господарської діяльності підприємства, оскільки саме від них залежить як будуть проходити різні бізнес процеси в майбутньому. Сукупність дій, які виконуються будь-яким підприємством в певній послідовності для реалізації ефективною своєї діяльності є способом вирішення окремих та часткових завдань бізнесу. Так, плануючи діяльність суб'єкта господарювання менеджери визначають його цілі, способи їх реалізації та ресурси, необхідні для їх успішного досягнення [1].

У процесі діяльності, керівництвом приймаються рішення щодо організаційної структури, організації виробничого процесу, розподілу робіт та забезпечення їх необхідними засобами тощо. Контроль передбачає прийняття рішень щодо вибору системи контролю

(періодичності, масштабів, форм контролю), аналізу отриманої інформації та здійснення коректуючих дій. Від того, наскільки обґрунтованими будуть ці рішення, залежатимуть успіх чи невдача підприємства, її процвітання чи закриття [2].

Процес управління будь-яким підприємством складається із економічних рішень. Ці рішення з'являються у процесі руху усіх ресурсів, що забезпечують бізнес підприємства. Таким чином, під управлінським рішенням розуміють результат аналізу, прогнозування і оптимізації, здійснений менеджером для досягнення поставлених цілей організації.

Виокремлюють такі типи управлінських рішень, що приймає менеджер підприємства:

- оперативні – мають короткостроковий характер та носять регулююче спрямування і виникають тоді, коли порушується хід виробничого процесу через будь-які непередбачувані внутрішні або зовнішні обставини;

- тактичні (середньострокові) – пов'язані з конкретною розстановкою сил і ресурсів у кожному періоді (рік, сезон, квартал, технологічний процес). Ці рішення приймають менеджери у структурних підрозділах, в межах своїх повноважень, а вище керівництво тільки здійснює консультування і контроль, надає необхідну допомогу;

- стратегічні (перспективні, довгострокові) – це рішення, які мають досить важливе значення для майбутнього розвитку організації та визначають напрямки спеціалізації, обсяги виробництва продукції, кадрову і технічну політику підприємства, перспективи економічного і соціального розвитку трудового колективу, встановлюють взаємодію підрозділів. Ці рішення приймаються керівництвом організації після всебічного аналізу відповідної інформації.

Стратегічне управління слід розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів. Ці процеси логічно утворюють один цілісний механізм, всередині якого існує стійкий двосторонній зв'язок і, відповідно, взаємовплив між відповідними процесами. У його структурі виділяють основні етапи чи завдання, серед яких основними елементами стратегічного управління є: аналіз середовища; місія підприємства; вибір стратегії; процес виконання стратегії; оцінка і контроль виконання стратегії [3].

Аналіз середовища організації забезпечує основу для формулювання або коригування її місії та довгострокових цілей і вибору відповідної стратегічної поведінки. На цій стадії відбувається оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища шляхом формулювання основних компонент та їхніх чинників і вибір з них таких, які дійсно мають значення для організації; складання прогнозів майбутнього стану середовища.

Стадія визначення місії та цілей організації складається з декількох взаємопов'язаних процесів, які вимагають складної та відповідальної роботи. Формулювання місії організації в концентрованому вигляді виражає зміст її існування, призначення; визначення довгострокових і короткострокових цілей; значення організації для навколишнього середовища.

Вибір стратегії – основа стратегічного управління. За допомогою спеціальних методів визначають, як досягти цілей і реалізувати місію організації. При цьому порівнюють чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, аналізують можливі стратегічні альтернативи і вибирають з них конкретну стратегію, яка відповідає заданим критеріям. Вибір стратегії має певні особливості, зумовлені переважно рівнем управління.

Реалізацію стратегії вважають критичним процесом, тому що саме у випадку успішного його виконання організація досягає мети, а при неуспішному — з'являються додаткові труднощі. Найчастіше реалізація стратегії передбачає поглиблене вивчення стану середовища, цілей і сформованих стратегій; оцінку ресурсів і можливостей їх розподілу; створення умов для мотивації працівників під час реалізації стратегії; підготовку рішення щодо організаційної структури (розроблення оптимальної структури управління, оцінку існуючої організаційної структури та порівняння їх з метою оцінки масштабу необхідних змін; управління процесом перетворень). На цьому етапі може виявитись, що організація не в

зможі здійснити вибрану стратегію, що пояснюється недосконало проведеним аналізом і відповідно неправильними висновками, або виникненням непередбачених змін у зовнішньому середовищі. Під час реалізації стратегії кожний рівень управління виконує закріплені за ним функції.

Контроль за реалізацією стратегії – завершальний процес, який здійснюється на стадії стратегічного управління і має забезпечити якісний зворотний зв'язок. Стратегічний контроль спрямований на з'ясування того, якою мірою реалізація сприяє досягненню цілей організації і значно менше оцінює правильність виконання стратегічного плану чи окремих його етапів. За результатами стратегічного контролю здійснюється коригування цілей організації та напряму їх досягнення [4].

Оцінка стратегії є завершальним етапом стратегічного планування і продовжується на всіх етапах реалізації стратегії. Вона може вироблятися за двома напрямками.

1. Оцінка вироблених конкретних стратегічних варіантів для визначення їх придатності, здійсненності, прийнятності і послідовності відносно організації.

2. Порівняння результатів реалізації стратегії з рівнем досягнення цілей.

Ефективна система оцінки вимагає наявності чотирьох основних елементів:

1) мотивація для оцінки (у менеджменту організації має бути бажання оцінити свої показники або стратегію, що прийнята до реалізації);

2) інформація для оцінки (потрібна ефективна система збору і обробки управлінської інформації, а також повний і достовірний звіт про можливі результати реалізації запропонованих стратегій);

2) критерії оцінки (послідовність, узгодженість, перевага, прийнятність);

3) прийняття рішень за результатами оцінки стратегії (оцінка повинна забезпечувати раціональність вибору стратегії і сприяти визначенню її дієвості).

Існуюча економічна кон'юнктура в Україні характеризується досить високим рівнем складності відносин, невизначеності інформації про характеристики економічних об'єктів, динаміку процесів, що відбуваються. Розширюються масштаби соціально-економічної взаємодії, більш складними й розгалуженими стають економічні, фінансові, соціальні зв'язки, що вимагає пошуку нових методів прийняття стратегічних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Головка Т.В. Стратегічний аналіз : навч.-метод. посіб. / Т.В. Головка, С.В. Сагова. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
2. Міщенко А.П. Стратегічне управління. навч. посібник. (Видання друге) / А.П. Міщенко. – Дніпропетровськ. : Вид-во ДУЕП, 2007. – 332 с.
3. Федулова Л.І. Менеджмент організацій / Л.І. Федулова. – К. : Либідь, 2004. – 448 с.
4. Стратегічний менеджмент: навч. посібник/ Г.І. Кіндрацька. — К.: Знання, 2006.- 366с.

Стрельчук А. О.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ЗАПОЧАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Створення власної справи – це завжди величезний ризик і подолання опору, що неминуче виникає при народженні чогось нового. Створюючи власну справу, потрібно знати, що це не тільки можливість (за сприятливих умов) користуватися благами, які пророкує це починання, а й відповідальність за її функціонування, розвиток та виживання.

Рішення щодо відкриття власної справи приймається виходячи із конкретної ситуації і тому воно унікальне, але все ж в усіх подібних рішеннях є дещо спільне – відмова від способу життя, що склався, на користь започаткування власного бізнесу.

Рішення зайнятися бізнесом включає в себе певні моменти: бажання створити власну справу, щоб стати господарем та небажання працювати на когось; відмову від попередньої кар'єри і готовність змінити свій спосіб життя; переконаність у тому, що власна справа – це заняття престижне і достойне; можливість відкрити власну справу (наявність коштів, умов); упевненість у реальності створення такої справи за умови існування необхідних зовнішніх і внутрішніх передумов [1, с. 25].

У реаліях сьогодення саме бізнес у сфері послуг допоможе реалізувати мрії і домогтися визнання. Під сферою послуг розуміють надання того чи іншого сервісу клієнту. Це може бути інтелектуальна діяльність або надання матеріальних послуг. В одному випадку клієнт купує матеріальні блага за певну вартість або грошову винагороду. В іншому випадку підприємство виконує обумовлені заздалегідь роботи, отримуючи за цю діяльність фінансове відшкодування. У першому випадку, для організації бізнесу обов'язковим є наявність початкового капіталу, тому що необхідні капітальні вкладення для придбання матеріальних запасів. Другий варіант більше зацікавить людей з творчим підходом до життя. В даному випадку, навіть при відсутності стартового капіталу, можливий старт власного бізнесу. Як приклад подібного стартапа в сфері послуг можна навести консультаційну діяльність, яку вони надають клієнтам або «продаж знань» [2].

Позитивним моментом започаткування бізнесу в сфері послуг є, перш за все, затребуваність на ринку. Для будь-якого обраного напрямку діяльності в сфері послуг можна знайти зацікавленого клієнта, готового оплатити необхідну йому послугу. По-друге, успішність малого бізнесу в сфері послуг пов'язана з його гнучкістю, можливістю швидко переформатуватися під зміни кон'юнктури ринку, малий бізнес може швидше за великий зайняти на ринку послуг нішу. Додатковим стимулом до розвитку бізнесу в сфері послуг може бути індивідуальний підхід до кожного клієнта з питань ціноутворення, на відміну від більш чітких правил в торгівлі і виробництві, що дозволяє збільшити клієнтську базу.

Згідно з науковими спостереженнями, найбільш затребуваними напрямками діяльності у сфері послуг є такі: консультаційні послуги, call-центри, громадське харчування, приватне навчання, транспортні послуги, інтернет-магазини, організація свят, благоустрій будинку [2].

Для започаткування бізнесу у сфері послуг, відповідно до українського законодавства, необхідно пройти здійснити такі кроки:

- 1) обрати вид діяльності за КВЕД;
- 2) зареєструвати суб'єкт підприємницької діяльності;
- 3) обрати систему оподаткування та стати на облік в податковій інспекції;
- 4) укласти договір купівлі / найму (оренди) приміщення;
- 5) отримати дозвільні документи від органів пожежної безпеки та санітарно-епідеміологічної служби.

Однак, відкривши бізнес у сфері послуг, варто панятами про непередбачувані небезпеки і загрози незміцнілому і такому, що не має досвіду, підприємству. Останнім часом помітно поширилися методи комерційного шпигунства, шантажу, несанкціонованого використання технічних засобів для «зняття» інформації про діяльність конкурентів, а наразі і рейдерства, що породжує соціальний резонанс. До того ж, ще діють й такі традиційні, деструктивні чинники, як розкрадання, шахрайство, корупція, криміналізація бізнесу, промислове шпигунство тощо.

Звичайно, будь-який бізнес сумісний з комерційним ризиком, природа якого, як відомо, багатоаспектна. А відтак, непередбачуваність фінансово-господарської діяльності та її результатів може призвести не лише до небажаного результату, а й до непоправних

збитків. Подолання загроз вимагає від підприємців, менеджерів різних рівнів знання теорії економічної безпеки, кількісних і якісних показників оцінювання рівня економічної безпеки, методів аналізу чинників ризику і, що досить важливо, основних напрямів забезпечення безпеки.

Отже, бізнес у сфері послуг відкриває широкі можливості для розвитку і досягнення хороших результатів. Важливо ретельно спланувати і організувати його розвиток, що дозволить зайняти лідируючі позиції у бажаній сфері.

Список використаних джерел:

1. Кучеренко В.Р., Карпов В.А. Бізнес-планування фірми. К. Знання 2006 – 493 с.
2. Як відкрити малий бізнес в сфері послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sviybiznes.com/sfera-poslug/296-yak-vidkriti-malij-biznes-v-sferi-poslug.html>

*Томашен В. В.,
магістрант,
(Науковий керівник – д.е.н., професор Балджи М. Д.),
Одеський національний економічний університет*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Україна, як і більшість держав у світі обрала соціальну спрямованість економіки. Твердження в Конституції, про те що, Україна є демократичною, соціальною та правовою державою [1], підтверджує факт пріоритетності соціальної функції країни. У Державній Стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року, у розроблених цілях регіональної політики, важливе місце посідає розвиток соціальної сфери у регіонах України [2]. Таким чином, на сьогодні вкрай важливим є проведення аналізу сучасного стану соціальної сфери України з виділенням основних проблем її розвитку, і відповідно, розробки можливих шляхів їх вирішення. Ще з проголошенням незалежності в Україні відбулася активізація соціальних процесів, а відтак в мережі об'єктів соціальної сфери сталися досить суттєві зміни. Позитивною стороною цих змін є підвищена увага до розвитку соціальної інфраструктури, можливість впровадження приватної власності у цій сфері. Водночас стан і якість надання послуг у закладах соціальної сфери не завжди відповідає попиту населення, неспроможний задовольнити різноманітні інтереси населення та сприяти покращенню рівня життя населення [3].

На початку 90-х рр. минулого століття, водночас з хаотичною приватизацією та падінням виробництва, скорочувались видатки на соціальну сферу, звужувалась і як наслідок руйнувалась її інфраструктура. Такі процеси, особливо в сільській місцевості, викликали скорочення мережі закладів освіти, культури, охорони здоров'я та ін.

Разом з тим, в Україні видатки з державного бюджету на соціальну сферу збільшуються з року в рік (табл.1).

Незважаючи на суттєве збільшення видатків на розвиток об'єктів соціальної сфери в Україні, їх стан погіршується. На сьогодні більша частина об'єктів видів економічної діяльності, що належать до соціальної сфери, перебувають у критичному стані.

Фінансування об'єктів соціальної сфери на сьогоднішній день в є доволі складним і болючим питанням. Адже, більшість закладів цієї сфери реалізують свої послуги у некомерційному секторі економіки, а відтак, їх діяльність спрямована не на отримання прибутку, а на забезпечення соціального ефекту від реалізованих послуг. Проте, для успішного функціонування та розвитку вони потребують значних капіталовкладень.

Таблиця 1

Видатки державного бюджету України на розвиток соціальної сфери (за даними [4])

	2005 р., млн. грн.	% до загальної суми видатків	2010 р., млн. грн.	% до загальної суми видатків	2015 р., млн. грн.	% до загальної суми видатків	2015р./ 2005р., %
Усього видатків	141698,8		377842,8		505843,8		357,0
Житлово- комунальне господарство	3914,2	2,8	5431,3	1,4	7704,7	1,5	196,8
Охорона здоров'я	15476,5	10,9	44745,4	11,8	61568,8	12,2	397,8
Духовний та фізичний розвиток	3449,8	2,4	11525,4	3,1	13661,2	2,7	396,0
Освіта	26801,8	18,9	79826,0	21,1	105538,7	20,9	393,8

Серед видів економічної діяльності, що належать до соціальної сфери лише об'єкти оптової та роздрібною торгівлі, тимчасового розміщування й організації харчування здатні самотужки без державної допомоги функціонувати і надавати якісні послуги. Незначну нішу в комерційному секторі економіки зайняли приватні заклади охорони здоров'я і освіти, організації кінематографії, телебачення й радіомовлення, книговидання й розповсюдження книжок, шоу-бізнесу, виробники аудіо- і відео- продукції, що стали самостійними суб'єктами ринку соціальних послуг і здатні акумулювати кошти для власного розвитку [5]. Решта ; об'єктів соціальної інфраструктури потребує фінансової підтримки з боку держави та місцевої влади. Зважаючи на те, що діючий механізм фінансування соціальної сфери не дає бажаних результатів, виникає нагальна потреба у розробці нових шляхів фінансування об'єктів соціальної сфери України.

В Україні фінансова підтримка державою закладів соціальної інфраструктури здійснюється в основному із консолідованого бюджету. Виділених бюджетних ресурсів достатньо лише для утримання будівель, оплати комунальних платежів та виплати заробітної плати [6]. Саме тому розглядати можливість розширення мережі закладів соціальної сфери у регіонах країни виключно за рахунок бюджетних коштів вкрай важко.

Відтак, сьогодні потребує належного врегулювання питання визначення джерел фінансування об'єктів соціальної сфери, у якості яких доцільно розглядати цільове фінансування, спонсорство, платні послуги, добродійність, комерційну діяльність, підприємницьку діяльність, патронаж, меценатство, кредити, гранти, аукціони, міжнародні інвестиції, фонди підтримки, податкові кредити та пільги на орендну плату. Проте, варто розуміти, що перелічені фактори зростання позабюджетних доходів ніяк не можна розглядати як джерело добробуту організацій соціальної сфери, тим більше будівництва нових закладів.

Отже, на перспективу зусилля держави повинні бути зосереджені не на скороченні державних витрат на функціонування соціальної сфери, а на підвищення ефективності використання бюджетних засобів. Оскільки тільки за бюджетної підтримки галузей соціальної сфери гарантовано виконуватимуться ті соціальні завдання, які ставить перед собою кожна цивілізована держава.

В подальшому перспективним напрямом дослідження розвитку соціальної сфери України є розробка шляхів і методів активізації впровадження у ній державно-приватного партнерства.

Список використаних джерел:

1. Конституція України. Верховна Рада України; Конституція, Закон від 28.06.1996р. № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> .
2. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 р. №385[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-п> .
3. Кінаш І.П. Соціальна сфера як ресурс сталого розвитку / І.П. Кінаш [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/Збірник/2012-1/Кінаш.pdf>
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Куценко В.І. Трансформації соціальної сфери України: регіональний аспект: [монографія] / В.І. Куценко, Я.В. Остафійчук. – Київ: Оріони, 2005. – 400 с. – С. 340.
6. Скуратівський В.А. Соціальна політика: [навч. посіб. для слухачів, аспірантів, докторантів спеціальності “Державне управління”] / В.А. Скуратівський, О.М. Палій, Е.М. Лібанова. – Київ: Вид. УАДУ, 1997. – 360 с. – С. 344.

Хавалджи Л. І.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ПРОФМЕДГРУП»

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Вчені стверджують, що конкуренція – це суперництво між учасниками ринку за найвигідніші умови виробництва, а також за привласнення найбільших прибутків. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого не залежні суб'єкти, а їхня залежність пов'язана тільки з кон'юнктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції.

Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. У розвинутих країнах, наприклад, вона постійно перебуває в центрі уваги державних діячів і ділових кіл. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує країни постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів [1, с.15].

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції можливо лише за наявності науково обґрунтованих методів оцінки та конкурентної стратегії. Основою для розробки такої стратегії є оцінка фактичного рівня конкурентоспроможності підприємства за відповідними показниками, отже, оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції повинно бути приділено максимум уваги при розробці конкурентних стратегій, програм підвищення конкурентної стійкості підприємства тощо. Дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності проводились на прикладі компанії ТОВ «ПрофМедГруп».

Компанія ТОВ «ПрофМедГруп» працює на ринку косметичних засобів за наступними напрямками:

- професійна косметологія;

- естетична медицина,
- декоративна косметологія, що становить повний арсенал засобів краси, молодості та здоров'я.

Реалізація ТОВ «ПрофМедГруп» косметичних виробів іноземних підприємств виробників здійснюється шляхом їх реалізації на умовах дилера та дистриб'ютора. Загальний асортимент продуктів нараховує більше 200 косметичних товарів. Основні види продукції компанії ТОВ «ПрофМедГруп» представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні види продукції компанії ТОВ «ПрофМедГруп»

Направлення продукції	Торгові марки/Бренди
1. Хімічні пілінги	DERMA SPIRIT (США)
2. Плазмоліфтинг	Centrifuge 800 PlasmoMed
3. Біопептиди	EVOLUTION (Франція)
4. Мезотерапія	EVOLUTION (Франція)
5. Мезоніти	Dr. perfect V-line (Франція)
6. Дермароллери	EvgeniyEroshkin M.D. (США)
7. Анестезуючі засоби	Lightfrost (Росія); GeLido
8. Біорегенеруючі засоби	EVOLUTION (Франція)
9. Біоарміровані засоби	EVOLUTION (Франція)
10. Гідроксиапатит кальцію	Delice
11. Філлери	NeoCell; EVOLUTION (Франція)
12. Біоревіталізаційні засоби	EVOLUTION (Франція)
13. Косметика для догляду	DERMA SPIRIT (США)

Під час аналізу ринку косметичної продукції в Україні було встановлено, що найбільшу частку на українському ринку, приблизно 90%, косметичної продукції займають товари європейських виробників і лише 10% -продукція вітчизняних виробників. Це пояснюється високою якістю імпортової косметичної продукції, гарним упакуванням, привабливим зовнішнім виглядом.

Але в Україні існують виробники, які можуть чи зможуть в найближчому майбутньому виготовляти якісну, привабливу і врешті решт конкурентоспроможну продукцію, та розвивати конкурентоспроможну косметичну промисловість в Україні [2, с.33].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства ТОВ «ПрофМедГруп», є: підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; розробка унікальних схем роботи з клієнтом та удосконалення роботи дистриб'юторів; удосконалення організації інноваційної діяльності; упровадження нових інформаційних технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств в галузі косметології необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Розвиток конкурентного ринку вимагає створення умов для підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг [3, с.63].

Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції. Механізм «ціна-якість» дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг і проводити аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість пропонованих товарів та послуг, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю.

Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і росту конкурентоспроможності підприємств галузі.

Список використаних джерел:

1. Гетьман О.О. Економічна діагностика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Гетьман О.О. – 2014. – 15с.
2. Гетьман О.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Економіка підприємства. / Гетьман О.О., Шаповал В.М., Коваленко В.О. – 2016. – 33с.
3. О. В. Малик. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах господарювання / О. В. Малик, А. А. Хачатрян. – 2016. – 63с.

Чубенко М. О.,

магістрант,

(Науковий керівник – д.е.н., професор Балджи М. Д.),

Одеський національний економічний університет

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕКОЛОГІЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ринкова економіка України зорієнтована на стратегію її сталого розвитку. Такий підхід передбачає економічну безпеку у сфері виробничих відносин і в природокористуванні. З вищесказаного випливає, що проблему забезпечення економічної безпеки не можна розглядати ізольовано від екологічних аспектів. Цей взаємозв'язок має спиратися на результати комплексного аналізу всієї сукупності показників соціальної, економічної й екологічної сфер життя суспільства. Гострота цих завдань зумовлюється значною мірою тим, що дотепер екологічна складова не виступала самостійним елементом у системі економічної безпеки підприємств України.

Однією з найважливіших цілей розвитку виробництва є формування стійких економічних відносин, які динамічно розвиваються, де екологічна складова істотно впливає на економічне зростання. Держава при цьому приймає на себе відповідні зобов'язання щодо гарантованого забезпечення економічних передумов для діяльності особливо значущих галузей.

Ринкові відносини, які активно розвиваються, зумовлюють пошук нових можливостей, які б найбільшою мірою відповідали інституційним перетворенням в системі оцінки впливу економіко-екологічних факторів на діяльність підприємств.

Інтенсивна людська діяльність, нераціональне природокористування, нехтування законами природи спричинили глибокі, часто незворотні зміни в навколишньому природному середовищі як в масштабах планети, так і окремих ландшафтів та екосистем.

На сьогодні першорядного значення при оціненні всієї виробничої діяльності суспільства повинен набути економіко-екологічний аспект. Успішне користування сучасним суспільним виробництвом потребує інтегрування методів керування економічним розвитком із методами управління природними біологічними процесами в єдину методологію ведення економіко-екологічної системи.

Промислове виробництво зв'язано з використанням природних ресурсів та взаємодією з довкіллям, тому будь-яке економічне рішення впливає на середовище проживання, а підприємство, як економічна система, є системою виробництва, розподілу і споживання товарів і послуг. Взаємозв'язок економіки та екології на підприємстві, а також пов'язані з ним процеси управління представлено на рисунку 1.

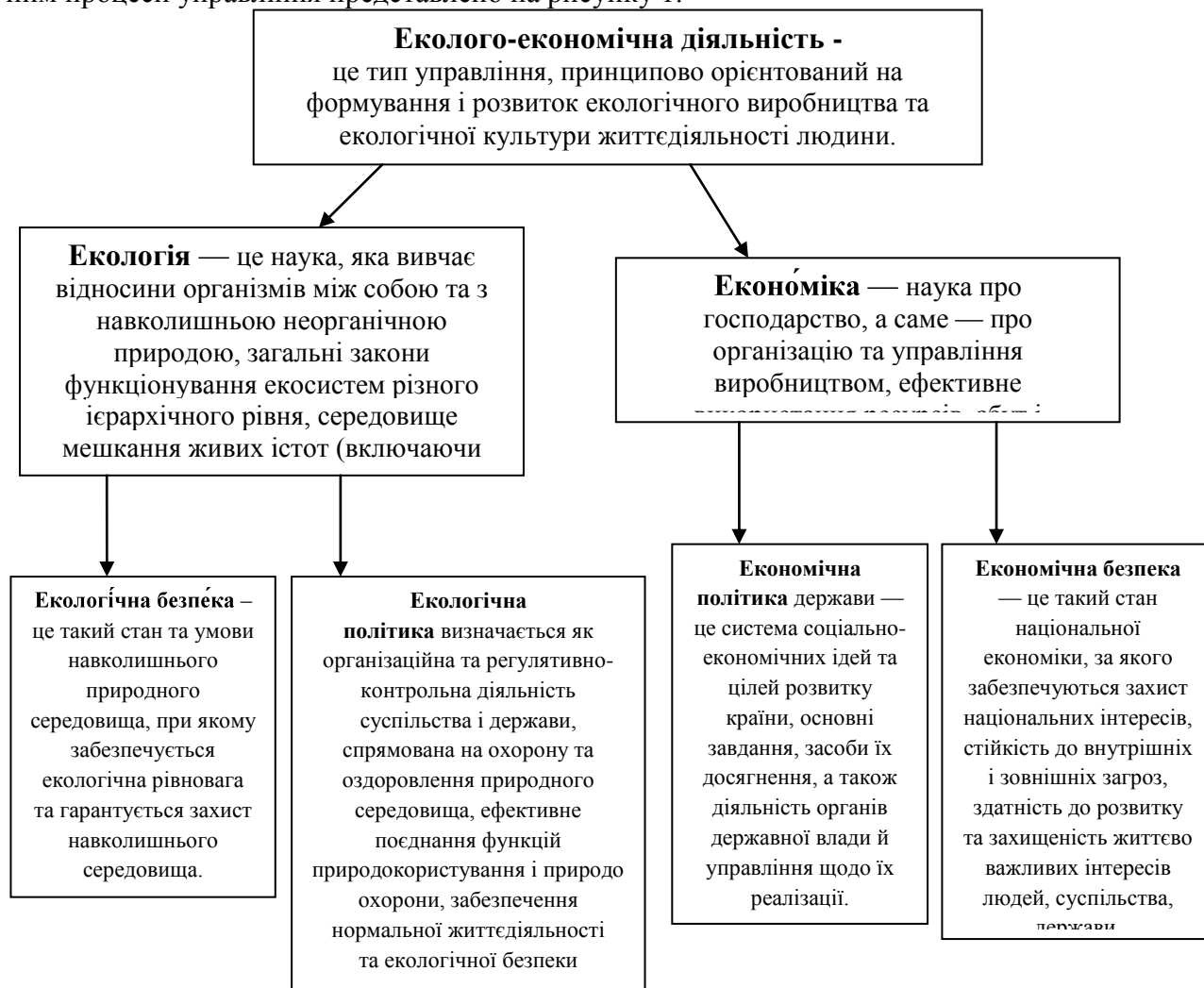


Рис. 1 – Взаємозв'язок економіки та екології на підприємстві

У виробничій діяльності промислового підприємства екологічними проблемами, що вимагають обліку і рішення, виступають:

- забезпечення ефективності виробництва і доведення до мінімуму рівня забруднень;
- забезпечення безпеки і рентабельності продукції відповідно до вимог споживачів;
- постачання матеріалів, придатних для повторної утилізації;
- забезпечення окупності заходів із запобігання забруднення;
- проведення попередньої екологічної експертизи проекту для оцінки його впливу на навколишнє середовище.

Економіко-екологічні проблеми відносяться абсолютно до всіх галузей економіки країни. Проте, виділяють окремі об'єкти, які більш частіше зіштовхуються з екологічними проблемами та здійснюють забруднення навколишнього середовища в процесі виробництва. Зниження ефективності роботи підприємства в зв'язку з впливом екологічного чинника в науковій літературі визначається, як економічний збиток від антропогенного забруднення навколишнього природного середовища. Результатом впливу процесу забруднення довкілля

на економіку підприємства є втрата (недоотримання) доходу і прибутку в поточному і майбутньому періодах. Недоотримання прибутку внаслідок забруднення середовища можливо з наступних причин:

- 1) недовикористовуються за часом і продуктивністю економічні ресурси підприємства, функціонуючі в умовах забрудненого навколишнього середовища;
- 2) підвищуються витрати підприємства у зв'язку з необхідністю:
 - запобігання впливу забрудненого довкілля на економічні ресурси підприємства;
 - усунення негативних наслідків впливу забруднення на економічні ресурси;
 - компенсації наслідків забруднення третім особам (населенню, іншим підприємствам, державі);
- 3) знижується конкурентоспроможність продукції підприємства, яка не відповідає екологічним стандартам.

Еколого-правове регулювання ґрунтується на нормах Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища», прийнятого 25 червня 1991 року, і визначає правові, економічні та соціальні основи організації охорони навколишнього природного середовища в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь.

Під екологічним стандартом розуміють документ, розроблений на основі консенсусу та затверджений уповноваженим органом, що встановлює призначені для загального і багаторазового використання правила, інструкції або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, включаючи продукцію, процеси або послуги (Закон України «Про стандартизацію» від 17 травня 2001 р.). Метою стандартизації в Україні є забезпечення раціонального використання природних ресурсів, відповідності об'єктів стандартизації їх функціональному призначенню, інформування споживачів про якість продукції, процесів та послуг, підтримка розвитку і міжнародної конкурентоспроможності продукції та торгівлі товарами і послугами [1]. Порядок здійснення стандартизації визначається наступними законами: «Про стандартизацію», «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» та іншими. Об'єктами стандартизації виступає продукція, процеси та послуги, зокрема, матеріали, складники, обладнання, системи, їх сумісність, правила, процедури, функції, методи чи діяльність, персонал і органи, а також вимоги до термінології, позначення, фасування, пакування, маркування, етикетування тощо, що пов'язано з використанням природних ресурсів та їх відтворенням, а також охороною довкілля. Стандартизація в галузі охорони земель та відтворення родючості ґрунтів здійснюється з метою забезпечення екологічної і санітарно-гігієнічної безпеки громадян шляхом прийняття відповідних стандартів, які визначають вимоги щодо якості земель, допустимого антропогенного навантаження на ґрунти та окремі території, допустимого сільськогосподарського освоєння земель тощо [2]. Все це надає змогу підвищити конкурентоспроможність продукції, виходити на міжнародний ринок та забезпечити стабільний прибуток.

Таким чином, економіко-екологічні проблеми відносяться абсолютно до всіх галузей економіки України. Проте, існують окремі об'єкти, які більш частіше зіштовхуються з екологічними проблемами та здійснюють забруднення навколишнього середовища. Вони потребують особливої уваги з боку державних, регіональних та місцевих органів влади. Найбільша частка економіко-екологічних проблем спостерігається на промислових підприємствах, адже вони часто мають застарілі технології виробництва та обладнання, високу енергомісткість та матеріаломісткість і відсутність сучасних очисних систем.

У свою чергу людство починає відчувати суттєві наслідки бездіяльності в сфері екології: погіршується стан здоров'я населення, забруднюється вода, атмосфера, ґрунт. Світ почав боротьбу з цими явищами та наслідками. Розробляються нові очисні споруди, розпочато знищення відходів та впровадження вторинної обробки матеріалів; відбувається перехід на безвідходне виробництво. Збереження навколишнього природного середовища

вимагає значних витрат коштів. Оцінки у грошових одиницях природних ресурсів та економічного збитку, заподіяного впливом господарської діяльності, недостатні. Мета економічної діяльності – отримання прибутку, а екологічні витрати можуть знижувати конкурентоспроможність. Перспектив подальшого розвитку потребує розробка, впровадження та розширення екологічних проектів, як для окремих регіонів, так і для усієї країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Про стандартизацію: закон України // Відомості Верховної Ради, 2014 – № 31, ст.1058)
2. Заверуха Н. М., Серебряков В. В., Скиба Ю. А. Основи екології: навч. посіб. – К.: Каравела, 2006. – 368 с.
3. *Екологія: підручник* / С. І. Дорогунцов, К. Ф. Коценко, М. А. Хвесик та ін. – К.: КНЕУ, 2006. – 371 с.

Яковлева Р. Т.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ КОТОРЫЕ НА НЕЁ ВЛИЯЮТ

В настоящее время в любой стране мира господствуют рыночные отношения. Фирм, выпускающих однородную продукцию, сейчас огромное количество. Между ними существует жесткая конкуренция. И выпуск качественной, недорогой, конкурентоспособной продукции и услуг по сравнению с аналогами - главная задача любой фирмы в любой стране. Каждая фирма стремится сделать все, чтобы ее продукция была конкурентоспособной.

Изучение конкурентоспособности предприятия представляет собой одну из важнейших составных частей рыночных исследований, создающих основу для выработки стратегии и тактики деятельности на рынке, выбора правильного пути повышения технического уровня и качеств. Постепенная интеграция Украины в мировое экономическое сообщество и развитие конкурентной среды в отечественной экономике делает проблему повышения конкурентоспособности украинских фирм, весьма актуальной.

Конкуренция – это процесс борьбы организаций друг с другом за потребителей своей продукции. Этот процесс зависит от того, какова структура рынка. Если имеется много мелких конкурентов, барьеры входа на рынок низки и все участники в равной степени обладают необходимой информацией, то это совершенная конкуренция. Если же имеется лишь несколько конкурентов на рынке, то это олигополистическая конкуренция. Эти два вида конкуренции сильно отличаются друг от друга. Если в условиях совершенной конкуренции все определяется уровнем качества и эффективности выпуска продукции, то в условиях олигополии основными инструментами конкуренции становятся сговор, выстраивание барьеров входа, ограничение доступа к информации и производства. Большинство практических ситуаций можно отнести либо к первому, либо ко второму типу.

В последнее время во всем мире, все чаще встречаются случаи олигополистической конкуренции. Именно этот вид конкуренции становится доминирующим в отечественной и зарубежной хозяйственной практике.

Конкурентоспособность - это способность конкурировать, а конкурентные преимущества - это те преимущества, которые позволяют конкурировать. Другими словами,

конкурентные преимущества - это проявляющиеся у конкурентных субъектов факторы конкурентоспособности.

Понятие "конкурентоспособность" в процессе развития мировой экономики, затоваривания рынка и усиления конкуренции между производителями товаров и услуг, стало ключевым словом наряду с понятием "эффективность", а проблема достижения конкурентных преимуществ - одной из главных в деловой, управленческой, экономической и политической жизни.

Методологические основы конкурентоспособности как категории заложили такие основоположники экономической науки как: А. Смит, К. Маркс, Ф. Энгельс, Дж. Кейнс и другие. В трудах А.Смита конкуренция в основном рассматривается как конкуренция цены и качества, т.е. в основных и простейших ее формах. Дальнейшее исследование конкуренции и конкурентных преимуществ предпринял Д. Рикардо [1, с. 36].

Углубили понимание конкурентоспособности и расширили о ней представление Т. Питерс и Р. Уотермен, которые старательно изучали опыт работы многих образцовых компаний, однако мир меняется так быстро, что данное понятие эволюционирует вместе с развитием форм и видов современного бизнеса также с высокой скоростью. Развитию теоретических основ конкурентоспособности посвящены также работы Дж. Грейсона и К. О'Делла ("Американский менеджмент на пороге XX века"). Исследованию сущности категории "конкурентоспособность" посвящены работы таких современных авторов, как Г.Н. Бобровников, М.Г. Долинская, Соловьев Н.А., В.Я. Маштабей, Л.А. Желудкова, Р. Уотерман, В.М. Мишин, А.В. Кочетков [2, с. 23].

С учетом всего вышеперечисленного можно сформулировать следующее определение: конкурентоспособность предприятия - это комплексная характеристика предприятия, характеризующая его возможность в любой момент времени обеспечивать свои конкурентные преимущества и прибыльность, а также адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды.

Фактор конкурентоспособности - непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

Возможности непосредственного воздействия предприятия на факторы внешней среды достаточно ограничены, поскольку они преимущественно действуют объективно по отношению к предприятию. Реальные возможности обеспечения конкурентоспособности предприятия находятся в сфере факторов внутренней среды. Однако воздействовать на эти факторы можно с разной степенью эффективности. Так, как правило, значительных капиталовложений и длительного срока окупаемости требуют инновационные изменения технико-технологических условий работы. Однако следует отметить, что при существующем в мире высоком уровне развития научно-технического прогресса производственный потенциал предприятий, который составляет значительную часть экономического потенциала, практически определяется используемыми в производстве современными технологиями [3, с. 18].

Применяемые на предприятии технологии формируют требования к количественному и качественному составу основных производственных фондов, системе коммуникаций, составу и квалификации промышленно-производственного персонала, используемым природным ресурсам (вода, топливо и т.п.), системе обработки информации. В свою очередь вышеназванные требования определяют производственную мощность предприятия, количество и качество оборотных средств, необходимых для реализации производственного процесса.

Вместе с тем для обеспечения конкурентоспособности предприятия при всей важности создания современных технико-технологических условий производства, необходимо также уделять внимание формированию адекватной данным условиям системы менеджмента на предприятии.

Поэтому среди внутренних факторов конкурентоспособности организации важнейшую роль играет уровень качества управления организацией, т.е. уровень подготовки менеджеров, умение правильно вести деловые операции в условиях постоянного изменения на рынке. Эти факторы считают ключевыми в определении конкурентоспособности организации на рынке.

Список использованной литературы:

1. Философова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Экономика, 2010. – 36 с..
2. Долинская М.Г. Международная конкуренция / пер. с англ. – М.: Международные отношения. 2011. – 23 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: выбор лучшего решения. - М.: Экономика. 2012. – 18 с.

СЕКЦІЯ 3 РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА, ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бадюл О. С.
магістрант,
(Науковий керівник – к.е.н., доцент Янковий В.О.),
Одеський національний економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який динамічно розвивається, оскільки, з одного боку, передові компанії витісняють менш потужних гравців, а з іншого – постійно з'являються нові гравці, які створюють конкурентне середовище.

Сучасний кондитерський ринок України є одним з найбільших секторів харчової промисловості, характеризується стабільністю та стрімким зростанням, а також показує низький рівень вразливості до негативних спадів в економіці країни та світу в цілому. На всіх провідних підприємствах галузі впроваджені та функціонують системи менеджменту якості за версією ISO 9001:2000. Український кондитерський ринок майже нічим не відрізняється від європейського, оскільки вітчизняні виробники пропонують різноманітний асортимент кондитерської продукції своїм споживачам, який налічує близько 1000 найменувань[1]. Тим самим постійно скорочуючи загальний імпорт солодощів в Україну.

Кондитерський ринок є висококонкурентним та насиченим. Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95% в загальному обсязі. Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 800 компаній.

Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-10 кондитерських компаній. Основними гравцями на українському кондитерському ринку є Кондитерська Корпорація «ROSHEN», Компанія «КОНТИ», Компанія «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «ЖЛ», Компанія «Nestlé», Компанія «CraftFoods», ПАТ «Полтавакондитер», кондитерська фабрика «Лагода» та ЗАТ «Одесакондитер» [4, с.35].

Кондитерська корпорація «Roshen» безперечний лідер ринку кондитерської продукції. Вона існує з 1996 р. і її продукцію можна купити в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС та СНД. Roshen стабільно входить у ТОП-100 кондитерських компаній світу. ТОП-10 кондитерських компаній за підсумками 2016 року наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

ТОП-10 кондитерських компаній за підсумками 2016 року

№ п/п	Кондитерська компанія	Чисті продажі, млрд. дол. США	Кількість працівників, осіб	Кількість фабрик, од.
1	MarsInc. (США)	18,400	35 000	70
2	MondelezInternationalInc. (США)	16,691	104 000	170
3	Nestle SA (Швейцарія)	11,041	339 000	447
4	FerreroGroup (Італія)	9,757	27 485	21
5	MeijiCo. Ltd. (Японія)	8,461	10 943	7
6	HersheyCo. (США)	7,422	22 000	18

7	ChocoladefabrikenLindt&Sprungli AG	4,171	12 000	12
8	PerfettiVanMelleSpa (Нідерланди)	3,400	18 700	32
9	NariboGmbH&Co. K.G. (Німеччина)	3,180	7 000	15
10	Arcor (Аргентина)	3,000	20 000	40

Джерело: [3]

В кондитерській галузі на виробництві задіяно близько 170 тис. працюючих. Виробничі потужності галузі завантажені орієнтовно на 70%. Загальний обсяг виробництва становить понад 1 млн. т продукції на рік, що дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й експортувати її у значних обсягах за кордон.

У рейтингу ТОП-100 кондитерських компаній світу від CandyIndustry потрапили 3 українські виробники: кондитерська корпорація «Roshen», виробниче об'єднання «Конті» та кондитерська компанія «АВК» (22, 38 та 62 місця відповідно). Детально про місце цих компаній у рейтингу наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Українські кондитерські компанії в ТОП-100 кондитерських компаній світу за підсумками 2016 року

№ п/п	Кондитерська компанія	Чисті продажі, млрд. дол. США	Кількість працівників, осіб	Кількість фабрик, од.
22	Roshen	800	10 000	8
38	Конті	473	8097	5
62	АВК	269	2300	3

Джерело: [3]

Українська кондитерська галузь залежна від експорту, тому запровадження торговельних обмежень негативно впливає на її динаміку та зумовлює пошук нових ринків збуту. Українські виробники також наражаються на високі політичні ризики. З іншого боку, кондитерський ринок Євросоюзу досить насичений, що потребує від українських виробників розширення власного асортименту, а також приведення якості продукції до європейських стандартів для конкурування з європейською продукцією не лише на зовнішньому ринку, але й на внутрішньому.

Рівень споживання кондитерських виробів в Україні значно нижчий, ніж у країнах ЄС, що зумовлюється низьким рівнем доходу у порівнянні з європейськими країнами. Покращення економічної ситуації в країні дасть можливий невеликий ріст ринку за рахунок збільшення платоспроможності споживачів.

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Наприклад, досвідом підтверджується, що українська карамель на російському ринку виграє порівняно з російською за рахунок вартості навіть за введення Росією мита на ввезення цукристих кондитерських виробів з України [2, с.19]. Крім того, перевагами українських виробників є також якість продукції, увага до оновлення асортименту, вивчення попиту на зовнішніх ринках та вдосконалення дизайну.

Можна визначити такі основні тенденції розвитку кондитерської галузі України:

- 1) через затяжні кризові явища в національній економіці і постійне падіння попиту відбувається падіння обсягів споживання кондитерської продукції;
- 2) через зменшення платоспроможності населення відбувається переорієнтація споживачів на більш дешеву продукцію. Зокрема споживачі віддають перевагу не

шоколадним цукеркам, які стали дорожчими, а вафельним кондитерським виробам, які в рази дешевші;

3) відбувається орієнтація в більшій мірі на експорт, оскільки внутрішній ринок через падіння платоспроможності і зростання матеріальних витрат стає все меншим за своєю часткою, і тому виробники вимушені шукати нові ринки збуту;

4) з метою забезпечення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках відбувається постійне підвищення якості кондитерської продукції, приведення її до рівня міжнародних, а не лише національних стандартів;

5) у світлі світових тенденцій все більше українських виробників починають впроваджувати екологічний менеджмент і орієнтуватися на соціальну відповідальність бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Корніковський Д.О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Д.О. Корніковський // Економіка харчової промисловості. – 2014. – № 4(24) – С. 17-23.

3. Спеціалізований сайт світового кондитерського ринку CandyIndustry. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com>

4. Шашина М. В. Удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі / М. В. Шашина // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. – С. 34-39

Банчуковська Р. О.,

магістрант,

(Науковий керівник – д.е.н., професор Балджи М. Д.),

Одеський національний економічний університет

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ НЕРУХОМОСТІ

На сучасному етапі економічного розвитку проблема конкурентоспроможності посідає центральне місце як в економічній політиці держави, так і в окремо узятих підприємствах. При цьому підвищення конкурентоспроможності стосується всіх рівнів ієрархії: продукції (товарів і послуг), підприємства, галузі, регіону і країни в цілому. Створення конкурентних переваг перед суперником стає стратегічним напрямком діяльності. Поряд з цим, особливу вагомість набуває конкурентоспроможність підприємств сфери нерухомості, як однієї з провідних ланок економіки, адже підвищення значущості сфери послуг в соціально-економічному розвитку суспільства є в даний час загальносвітовою тенденцією [1].

Ринковий шлях становлення економіки в останні роки призвів до бурхливого зростання цілого ряду галузей сфери послуг. До їх числа відноситься сфера оренди нерухомості, більш успішно адаптований до нових економічних умов, ніж інші галузі. За короткий час нерозвинений ринок нерухомості поповнився безліччю приватних фірм, які стали задовольняти потреби громадян, передусім в якісних ріелторських послугах і дали поштовх до розвитку багатьох суміжних галузей. У зв'язку з цим, особливої актуальності набуває створення конкурентних переваг для підприємств саме сфери нерухомості.

Незважаючи на велику кількість методів і факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств сфери нерухомості, найважливішим з них, на нашу

думку, залишається його здатність надавати конкурентоспроможні послуги і створювати умови для просування на ринок. Сьогодні для вітчизняних агентств нерухомості завдання підвищення конкурентоспроможності послуг стає особливо важливим у зв'язку з тим, що негативні наслідки світової фінансової кризи значною мірою послабили їхні позиції на внутрішньому і зарубіжному ринках. Незадовільний стан якості обслуговування та високі витрати не дозволяють багатьом підприємствам сфери послуг позитивно вирішувати цю задачу. У сформованій ситуації для успішної конкурентної боротьби підприємствам необхідно не тільки оновлювати технології та технологічне обладнання, вивчати внутрішній та зовнішній ринок і вести маркетингові дослідження, а й також виявляти свої можливості, слабкі та уразливі місця конкурентів, чинити керуючий вплив на власну конкурентоспроможність і визначати її основні напрямки. Крім того, в умовах ринкової економіки агентства нерухомості, надають свої послуги як на внутрішньому, так і на міжнародному напрямку. Це призводить до того, що вони не завжди можуть тривалий час займати стійкі позиції, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності послуг та не враховуючи світові рівні якості.

Ринкова модель економіки вимагає принципово нових підходів до формування стратегії та тактики дії учасників ринку нерухомості. Для здійснення успішної діяльності в складних і нових для всіх учасників умовах компанії, будучи основною ланкою, що пов'язує попит і пропозицію на даному ринку, змушені були звернутися до концепції управління фірмою, яка дозволяє компанії отримувати прибуток за рахунок задоволення потреб споживачів. Важливим завданням для агентства нерухомості є пошук нових споживачів і утримання вже наявних [2].

Основним методом для залучення нових клієнтів є реклама. Проведення ефективної рекламної кампанії в кризових умовах допомагає організації знайти нових клієнтів і утримати свою конкурентоспроможність шляхом збільшення обсягу продажів [3, с. 127].

Стійке зростання конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, посилення конкурентних позицій на ринку неможливі без ретельно проробленої організаційно-економічної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг, заснованої на комплексному механізмі реалізації його конкурентних переваг. Далі буде розглянуто модель, що складається з п'яти етапів, які зображені на рисунку 1.

На першому етапі проводиться комплексний аналіз і оцінка факторів, які можуть вплинути на конкурентоспроможність підприємства, з метою визначення найзначніших факторів, врахування яких можуть впливати на підвищення конкурентоспроможності.

Другий етап включає визначення пріоритетних напрямів посилення потенційних конкурентних переваг, які за допомогою спеціально розроблених заходів, будуть переведені до ланки реалізованих у перспективі.

На третьому етапі визначаються пріоритетні цілі, завдання та напрями розвитку конкурентоспроможності. Розробляються стратегії управління конкурентоспроможністю.

Наступний етап полягає у створенні комплексного механізму реалізації конкурентних переваг підприємства.

На останньому етапі проводиться моніторинг стану конкурентоспроможності, рівня реалізації конкурентних переваг у процесі діяльності підприємства.

Успішність підприємства обумовлюється здатністю запропонувати товари і послуги, які найбільш відповідають потребам ринку і споживачів. Тому так важливо пильну увагу приділяти такому багатозначущому аспекту підприємства, як конкурентоспроможність.

Перший етап	Формування конкурентного потенціалу		
	Аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність	Оцінка факторів, на які можна впливати	Оцінка впливу керованих факторів на конкурентоспроможність
Другий етап	Формування системи конкурентних переваг		
	Визначення цілей і основних напрямів розвитку потенційних конкурентних переваг	Розробка заходів щодо перетворення потенційних конкурентних переваг у фактичні	
Третій етап	Розробка стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг		
	Вибір стратегічної мети й завдань управління конкурентоспроможністю	Розробка основних напрямів і заходів щодо досягнення обраної стратегічної мети	Формування системи показників конкурентоспроможності
Четвертий етап	Комплексний механізм реалізації конкурентних переваг підприємства сфери послуг		
	Визначення цілей і напрямів реалізації конкурентних переваг	Розробка системи функцій, методів та інструментарію за напрямками реалізації	Формування системи показників реалізації конкурентних переваг
П'ятий етап	Система моніторингу та зворотного зв'язку управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг		
	Моніторинг внутрішніх і зовнішніх факторів конкурентоспроможності	Моніторинг реалізації конкурентних переваг	Розробка коригувальних впливів і/або зміна цільових орієнтирів

Рис. 1 – Організаційно-економічна модель управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг

Список використаних джерел:

1. Воронкова А. А. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства / А. А. Воронкова // Економіст. – 2013. – № 8. – С. 14–17.
2. Олексенко Р. І. Методичні підходи до формування конкурентоспроможності підприємства / Р. І. Олексенко // Держава і регіони. – 2014. – № 2. – С. 172–174
3. Проблеми та тенденції формування соціально-інноваційної політики сталого розвитку держави, регіонів, підприємств: колективна монографія / К.Ф. Ковальчука. – Павлоград: АРТ СИНТЕЗ-Т, 2014. – 352 с.

Генчева В. Г.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ПРОГНОЗНІ ПЕРСПЕКТИВИ НА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ

Ринок зерна надзвичайно важливий для України. Навіть за умов кризи продаж зерна дає прибуток та забезпечує приплив іноземної валюти.

Минулий рік (2016/2017) став рекордним за обсягом врожаю та експортом зернових. Згідно з попередніми даними Міністерства аграрної політики і продовольства врожай

зернових культур за підсумками 2016/2017 маркетингового року склав близько 66 млн. тонн. При цьому експорт зернових культур становив 55,3 млн. тонн [1].

У розрізі зернових культур за підсумками 2016/2017 маркетингового року, як це видно з таблиці 1, експорт пшениці склав 17,531 млн. тонн (на 592 тис. тонн більше до попереднього МР); кукурудзи - 20,703 млн. тонн (на 3,294 млн. тонн більше), ячменю - 5,354 млн. тонн (на 941 тис. тонн більше); жита - 11,4 тис. тонн (на 7 тис. тонн менше); інших зернових - 304 тис. тонн (на 61 тис. тонн більше), борошна - 402,9 тис. тонн (на 54 тис. тонн більше).

Таблиця 1

Експорт зернових культур, млн. тонн

Зернові культури	Маркетингові роки		
	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Пшениця	16,939	17,531	15
Кукурудза	17,409	20,703	19,5
Ячмінь	4,413	5,354	3,6
Жито	11,393	11,4	10,5
Інші зернові	0,243	0,304	0,3
Разом	50,397	55,292	48,9

Джерело: складено за даними [1].

За прогнозами Державної служби статистики України врожай зернових в Україні в 2017 році прогнозується на рівні 60 млн тонн, експорт в 2017/2018 маркетинговому році - на рівні 48-49 млн тонн [1].

За словами експерту зернового ринку компанії "УкрАгроКонсалт" Єлизавети Малишко в 2017/2018 маркетинговому році Україна збере близько 24 млн тонн пшениці, при цьому експортний потенціал по цій культурі складе 15 млн.тонн. Врожай кукурудзи становитиме близько 26 млн. тонн. Якщо цей рівень врожаю буде досягнуто, Україна, як відмічає експерт, зможе експортувати 19,5 млн. тонн [2].

Взагалі в світі спостерігається тенденція по зменшенню площ під зерновими культурами. В Україні за останні п'ять років посівні площі під зернові культури скоротилися майже на 12%. У поточному сезоні скорочення площ виражено не так яскраво. В Україні було зменшено площі під ячмінь, але це було компенсовано збільшенням площ під озиму пшеницю.

На сьогоднішній день в світі спостерігається зростання цін на пшеницю з високим рівнем протеїну. Цей факт вигідний для України, тому що чорноморська пшениця з вмістом протеїну 12,5% зараз коштує понад 190\$ за тонну, що на 25-27\$ вище ніж на аналогічну дату минулого року. Взагалі в 2017 році завдяки жарким погоднім умовам, що сприяє підвищенню показників протеїну в пшениці, очікується високий врожай продовольчої пшениці. У зв'язку зі змінами кліматичних умов і підвищенням ціни на продовольчу пшеницю в Україні будуть зроблені великі зусилля по вирощуванню пшениці твердих сортів та відбудеться розширення площ під цією культурою.

Підсумувавши зазначене вище, можна зробити висновок, що в 2017/2018 маркетинговому році врожай зернових в Україні зменшиться, а отже зменшиться й експорт, що може призвести до недоотримання прибутку.

Список використаних джерел:

1. Статистичний бюлетень 2016 р.: збирання врожаю сільськогосподарських культур [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Державної служби статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ17_u.htm

2. Офіційний сайт консалтингового агентства «УкрАгроКонсалт». – Режим доступу:
<http://www.ukragroconsult.com/uk/news>.

Єфременко А.А.
магістрант,
(Науковий керівник – к.е.н. Янковий В.О.),
Одеський національний економічний університет

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досягнення стратегічної мети інтеграції України до світового співтовариства та інтенсифікації участі в сучасних інформаційно-технологічних потоках можливе за умов реалізації чіткого плану дій щодо підвищення рівня інноваційного розвитку шляхом комплексного поєднання ефективної державної інноваційної політики та ринкових методів управління, спрямованих на активізацію інноваційної діяльності українських підприємств та нарощування кількісного і якісного складу їх інноваційного потенціалу. Недосконалість ринкової інфраструктури, застаріла галузева структура виробництва, дефіцит фінансових ресурсів та неефективне законодавство свідчать про наявність проблем стратегічного управління на макро- й мікрорівнях і виступають головними чинниками гальмування інноваційного розвитку вітчизняних підприємств.

Зокрема, потребують подальшого розгляду питання вдосконалення механізму функціонування інноваційного менеджменту як ефективної складової стратегічного управління, визначення рівня інноваційності промислового підприємства та вдосконалення на цій основі існуючих методик оцінки інвестиційної привабливості.

Особливістю структури стратегічного менеджменту є побудова ланцюга, що складається з таких класичних етапів управління, як формулювання місії та визначення цілей підприємства, стратегічного аналізу середовища, вибору, розробки й реалізації стратегії та контролю за її виконанням, в межах яких встановлюється взаємний вплив кожної окремої ланки на інші зони і на всю їх сукупність.

Основний зміст сучасного стратегічного менеджменту полягає в тому, що при прийнятті стратегічних рішень підприємство, поряд з внутрішніми факторами розвитку, повинне враховувати ринкову кон'юнктуру, тобто не тільки моделювати власну поведінку в плинних умовах зовнішнього оточення, а і повністю охоплювати управління внутрішніми процесами. Він має базуватися на таких принципових положеннях, як відмінність від класичних принципів управління; зосередження уваги на проблемах гнучкості і адаптованості до постійних змін зовнішнього середовища; використання системних методів; застосування ситуаційного підходу; орієнтація на нові умови та чинники розвитку управління; практичне застосування нових принципів менеджменту тощо.

На сучасному етапі господарювання, будь-яке здійснюване підприємництво має характерні ознаки, що притаманні інноваційному. Саме тому воно є важливим обов'язковим елементом інноваційної моделі розвитку вітчизняної економіки. Важливе значення інноваційного підприємництва полягає у зменшенні розриву між початковими дослідженнями та впровадженням їх результатів у господарську діяльність. Інноваційне підприємництво сьогодні – це підприємницька діяльність, яка включає процеси від виникнення ідеї, до втілення її у певну інноваційну продукцію – «новації, комерціалізацію та впровадження новацій, рутинізацію та дифузю нововведень з метою отримання фінансового результату та інших вигод».

Аналіз інноваційної діяльності як складової сталого економічного зростання країни (табл. 1) показав, що протягом 2000–2005 рр. спостерігалось відносно повільне зниження інноваційної активності вітчизняних підприємств. Упродовж 2006-2016 рр. почали проявлятися позитивні тенденції щодо підвищення ефективності роботи інноваційної сфери, зумовлені низкою політичних, законодавчих та економічних факторів. І хоча в 2014 році відбувалося деяке уповільнення інноваційної діяльності, завдяки впровадженню та освоєнню нових видів техніки вказана вище тенденція не змінилася.

Таблиця 1

Інноваційна активність підприємств України						
Рік	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	з них нові види техніки	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2000	14,8	1403	430	15323	631	9,4
2001	14,3	1421	469	19484	610	6,8
2002	14,6	1142	430	22847	520	7,0
2003	11,5	1482	606	7416	710	5,6
2004	10,0	1727	645	3978	769	5,8
2005	8,2	1808	690	3152	657	6,5
2006	10,0	1145	424	2408	786	6,7
2007	11,5	1419	634	2526	881	6,7
2008	10,8	1647	680	2446	758	5,9
2009	10,7	1893	753	2685	641	4,8
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	897	3,8
2012	13,6	2188	554	3403	942	3,3
2013	13,6	1576	502	3138	809	3,3
2014	12,1	1743	447	3661	1314	2,5
2015	15,2	1217	458	3136	966	1,4
2016	16,6	3489	748	4139	1305	6,1

Водночас упродовж 2000-2015 рр. спостерігалася негативна тенденція до зменшення питомої ваги інноваційної продукції в обсязі промислової. Однак, у 2016 році її показник збільшився на 4,7 в.п., що свідчить про покращення політики у сфері інновацій та удосконалення стратегій інноваційного розвитку на вітчизняних підприємствах.

Ефективне застосування існуючих підходів щодо стратегічного управління інноваційною діяльністю можливе тільки при обов'язковому врахуванні національної специфіки (особливостей функціонування ринкових, виробничих та організаційних структур, стану і напрямків розвитку ринкових інститутів тощо), що дозволить уникнути відомих у світовій практиці тактичних і стратегічних помилок в управлінні інноваційною діяльністю. Особливо важливо правильно обрати прийоми, методи і засоби управління, які найбільш точно характеризують природу і переваги інноваційних процесів перед поточними виробничими завданнями. Досягнення цієї мети можливе за допомогою використання системного підходу до аналізу об'єктивних і суб'єктивних факторів, що впливають на результати розробки і реалізації окремих інноваційних заходів.

Вибір форм і засобів реалізації інноваційної стратегії на макро- та мікрорівнях управління інноваційною діяльністю залежить від використання певних економічних інструментів менеджменту, які у своїй більшості спираються на залучення значного обсягу фінансових ресурсів, однак у кожному окремому випадку мають певні специфічні особливості. В зв'язку з цим виникає необхідність в обґрунтованому свідомому виборі тих з них, які є найбільш ефективними та гнучкими щодо умов діяльності вітчизняної інноваційної сфери. Запорукою їх успішного застосування може стати виділення пріоритетів у сфері державної інноваційної політики, до яких можна віднести: стимулювання інноваційної діяльності, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, підтримку фундаментальних наукових досліджень, розвиток системи освіти тощо.

Список використаних джерел:

1. Б. М. Андрушків н. Б. Кирич о. Б. Погайдакінноваційна діяльність підприємств та організацій як метод стабілізації економіки регіонів України вісник економічної науки України №2/2015 – 209 с.
2. Инновационноепредпринимательство : учебник для вузов / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : ИздательствоЮрайт, 2013. — 523 с. — Серия : Бакалавр. Углубленный курс.
3. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів від 17 червня 2010 року: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua>
5. Федоренко В. Г. Стратегія інноваційного розвитку сучасного підприємства: моногр. / за ред. В. Г. Федоренка, Т. Є. Воронкової – К.: ТОВ «ДКС центр», 2014. – 338 с.
6. Федулова Л. І. Управління інноваційним розвитком підприємства: монографія / За заг. ред. В. Г. Федоренко, Л. І. Федулової. - К.: ТОВ «ДКС центр», 2014. - 346 с.
7. Чумак Л. Ф. Інноваційна діяльність підприємства в сучасних умовах // Бізнес Інформ. – 2012. – № 12. – С. 209 - 212.
8. Шаманська О. І., Олійник В. П. Інноваційна діяльність підприємств України: проблеми сьогодення та перспективи розвитку. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки, Дніпропетровськ - 2013 р. - №12.

Кодрик А. С.,

магістрант,

(Науковий керівник – д.е.н., професор Балджи М. Д.),

Одеський національний економічний університет

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКОНОДАТЕЛЬНО
НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ
В УКРАИНЕ И МОЛДОВЕ**

Швейная промышленность является одной из крупных отраслей лёгкой промышленности, призванной удовлетворять возрастающие потребности людей в одежде. Желание потребителей получить качественную вещь обуславливает актуальность создания и развитие швейной фабрики.

В настоящее время, швейная промышленность имеет все перспективы для дальнейшего роста и процветания. На смену неповоротливым гигантам советской

промышленности пришли мобильные малые предприятия, которые ежегодно наращивают объемы массового производства при индивидуальном крое одежды, внедряют международные стандарты, повышают уровень менеджмента и маркетинга, а также рентабельность производства.

Швейная промышленность – отрасль лёгкой промышленности, производящая одежду и другие швейные изделия бытового и технического назначения из тканей, трикотажных полотен, искусственной и натуральной кожи и меха, новых конструкционных материалов, а также разнообразных отделочных материалов и фурнитуры [1, с. 157].

Чтобы определить нормативно правовое регулирование предпринимательской деятельности следует обратиться к КВЕДу [2].

По данным КВЕДа Украины производство верхней одежды можно отнести к 2 разделам:

- «14. Производство одежды».
- «15. Производство изделий из кожи и других материалов».

Данные КЭДМа в Республике Молдова не отличаются, за исключением подпункта 14.99 (Fabricarea altor articole de îmbrăcăminte și accesorii n.c.a.), в котором указываются аксессуары для одежды [3].

Согласно КВЭД ДК 009: 2010 (Классификация видов экономической деятельности, утвержденным приказом Госпотребстандарта Украины от 26.12.2010 № 375) к группам 14-15 отнесены такие виды деятельности, как «Текстильная промышленность», «Производство одежды, производство меха и изделий из меха» и «Производство кожи, изделий из кожи и других материалов».

Традиционно в Украине и в Молдове к легкой промышленности относят – производство ткани и нетканых материалов, вязаных сеток для корда, технических волокон, текстильной галантереи, первичная обработка сырья (льна, шерсти и т.п.).

Бизнес в сфере производства одежды осуществляется субъектами хозяйствования после их государственной регистрации в установленном законодательством порядке. Требования согласования с СЭС установлено в ст. 15 Закона Украины «Об обеспечении санитарного и эпидемического благополучия населения» от 24.02.94 г. № 4004-ХІІ [4]. О получении предприятием, которое решило открыть заведение по пошиву одежды, разрешения на размещение объекта торговли и разрешения на начало работы в органах пожарного надзора идется в ч. 1 ст. 4 Закона Украины «О разрешительной системе в сфере хозяйственной деятельности» от 06.09.2015 г. № 2806-IV. Требования относительно разрешения органа пожарного надзора на открытие объекта по пошиву одежды установлены ст. 10 Закона Украины «О пожарной безопасности» от 17.12.93 г. № 3745-ХІІ [5], или ст.8 Закона о пожарной безопасности № 267-ХІІІ от 9 ноября 1994 г. (Официальный монитор Республики Молдова, 1995 г., № 15-16, ст.144) [6].

Как и любое другое рознично-торговое предприятие, учреждение по пошиву одежды должно иметь Уголок потребителя, где согласно п. 10 Порядка проведения торговой деятельности и правил торгового обслуживания населения, утвержденных постановлением КМУ от 15.06.2006 г. № 833.

Исполнителем в сфере производства кожи, изделий из кожи и других материалов является организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель. Исполнитель обязан придерживаться установленных в государственных стандартах, санитарных, противопожарных правилах, технических документах, других правилах и нормативных документах обязательных требований к качеству товара и услуг, их безопасности для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества.

Формулирование перспектив развития предприятия должно опираться на некоторое целостное представление о том, какие изменения происходят в окружающей среде организации, как организация может к ним адаптироваться либо противостоять.

Главные пути развития бизнеса в этом направлении:

1. Увеличение количества покупателей;
2. Увеличение стоимости одной покупки;
3. Увеличение количество покупок, сделанных одним покупателем.

Таким образом, определенно можно сказать, что большинство нормативных актов, касающееся развития швейной фабрики на территории Украины и Республике Молдова являются схожими. Выбранный путь развития швейной фабрики в Республике Молдова является увеличение количество покупок, сделанных одним покупателем. Необходимо ввести новейшие разработки для того, что бы швейная промышленность заняло достойное место на рынке легкой промышленности.

Список использованной литературы:

1. Кужева С.Н. Организация и планирование производства: учебное пособие. / Издательство Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского. – Омск, 2011 – 212 с.
2. Государственная служба статистики Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kved.com.ua/>
3. Классификатор видов экономической деятельности Молдовы // Постановление Коллегии Национального бюро статистики №20 от 29.12.2009.
4. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>
5. Про пожежну безпеку // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999. – № 37, ст.863. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>
6. Основные правила пожарной безопасности в Республике Молдова // Официальный монитор Республики Молдова, 1995 г., № 15-16, ст.144.

Попов М. С.
магістрант,

Одеський національний економічний університет

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день конкуренція є рушійною силою для зростання ринкової економіки, підвищення економічного та науково-технічного прогресу. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. В умовах реалізації продукту на ринку збуту, він так чи інакше потрапляє в жорсткі рамки вимірювань його якісних сторін, та зіставлень із аналогами, що в свою чергу веде до устремління зайняти вищу ланку рейтингу серед інших.

Що ж представляє собою конкуренція в економічному розумінні даного терміну, конкуренція – це економічне змагання, суперництво виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах [1, с.384].

Зрозуміло, що конкурентоспроможність проявляється тільки в умовах конкуренції і через конкуренцію. Необхідно відмітити, що єдиного підходу до визначення даної категорії у вітчизняній та зарубіжній науці не існує. Аналіз економічної літератури щодо логічного

встановлення змісту цього поняття свідчить про наявність багатоаспектного трактування терміну «конкурентоспроможність» [2, с.6].

Аналіз численних визначень категорії «конкурентоспроможність» («конкурентоздатність») дозволив виділити наступні ознаки даного поняття, які приведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація конкурентоспроможності

Ознака	Види конкурентоспроможності
1. Територіальна-географічна сфера	- міжнародна
	- внутрішньо національна
	- регіональна
2. Рівень конкуруючих об'єктів	- галузі
	- підприємства
	- товару
3. Фіксація у часі	- на визначену дату в минулому
	- поточна
	- прогнозна

Джерело: [2, с.6].

За рівнем економічних об'єктів, що конкурують, розглядають конкурентоспроможність галузі, підприємства, товару. Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю в ній технічних, економічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту (з витратами не вищими, ніж інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів. Конкурентоспроможність галузі – здатність підприємств (фірм) входити до складу галузі, швидко реагуючи на зміну в її структурі, брати до уваги тенденції до зміни, відновлювати свої соціально-економічні системи і зберігати та підвищувати досягнутий рівень ефективності виробництва й управління.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [2, с.7].

Вітчизняні та зарубіжні підприємства розробляють та реалізують велику кількість програм підвищення конкурентоспроможності кожна з яких є як правило унікальним набором заходів і процедур адаптованих до умов діяльності конкретного підприємства. Це зумовлено різноманітністю комплексністю та багатоаспектністю проблем і цілей що постають перед тими чи іншими суб'єктами господарювання, а також відмінностями оточення в якому їм доводиться діяти. Тому опрацювання універсальної програми підвищення конкурентоспроможності є доволі складним завданням. Програмою підвищення конкурентоспроможності прийнято вважати особливим чином організований комплекс робіт спрямований на вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності продукції та/або підприємства виконання якого обмежено в часі, а також пов'язано зі споживанням конкретних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів [3, с. 219].

До основних способів підвищення конкурентоспроможності підприємства можна віднести [3, с. 221]:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів;
- обґрунтована рекламна політика;
- створення нової продукції;

- покращення якісних характеристик продукції;
- модернізація обладнання;
- всебічне зниження витрат;
- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу тощо.

Поштовхом до розробки та реалізації програм підвищення конкурентоспроможності частіше за все виступає виникнення на підприємстві загалом та в окремих його підсистемах кризових явищ: кризи збуту, постачання, виробничо-технологічної, соціально-кадрової, загально-управлінської тощо. Проте ефективність процесів розробки і впровадження програми підвищення конкурентоспроможності тісно пов'язана з забезпеченням позитивного значення організаційно-управлінських, фінансових, техніко-технологічних та кадрових характеристик підприємства.

Розробка програми підвищення конкурентоспроможності організації передбачає підготовку і проходження трьох стадій відповідного процесу [4, с.52].

Стадія 1. Обстеження, вибір оптимального підходу, визначення цілей програми, визначення завдань у рамках програми, визначення напрямів дій, що охоплюються програмою, розробка проектної організаційної структури, складання плану-графіка програми.

Стадія 2. Аналіз інформування всіх учасників програми, збирання даних, опис ситуації, узгодження базового періоду, аналіз можливих завдань, розробка концепції, розробка детальних програм, створення цільових груп по завданнях, ознайомлення з планом-графіком складання звіту про очікувані результати.

Стадія 3. Впровадження: інформування всіх учасників, встановлення механізмів контролю за реалізацією програми, здійснення необхідних заходів, отримання результатів, контроль та корегування (в разі необхідності), подальша підтримка показників діяльності на досягнутому рівні.

Важливе місце при реалізації програми займає контроль, що передбачає не лише перевірку досягнення цілей та виявлення причин, які дестабілізують хід роботи, а й обґрунтування управлінських рішень щодо корекції виконання завдань задля запобігання шкоди (зриву термінів, перевищення норм використання ресурсів, вартості, низької якості тощо) [3, с. 224].

Список використаних джерел:

1. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна/. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
3. Кошелупов І.Ф. Програма підвищення конкурентоспроможності організацій/ Вісник соціально-економічних досліджень, 2012 рік, випуск 1 (44), - с. 219 – 224.
4. Кошелупов І.Ф. Управління конкурентоспроможністю підприємства / І.Ф. Кошелупов. Одеса: ОДЕУ, 2009. - 152 с.

Прийма В. Є.
 магістрант,

Одеський національний економічний університет

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день однією з актуальних проблем є розгляд і вивчення чинників, які прямопропорційно впливають на величину прибутку. Будь-яке підприємство всі свої сили спрямовує на отримання кінцевого результату.

Рівень і сума прибутку складаються під впливом безлічі факторів, що впливають на неї як негативно, так і позитивно. Фактори, що впливають на прибуток, численні і різноманітні. Обмежити їх досить важко. Всі фактори, що впливають на прибуток підприємства, поділяються на зовнішні і внутрішні (рис 1.1) [1, с. 30–31].

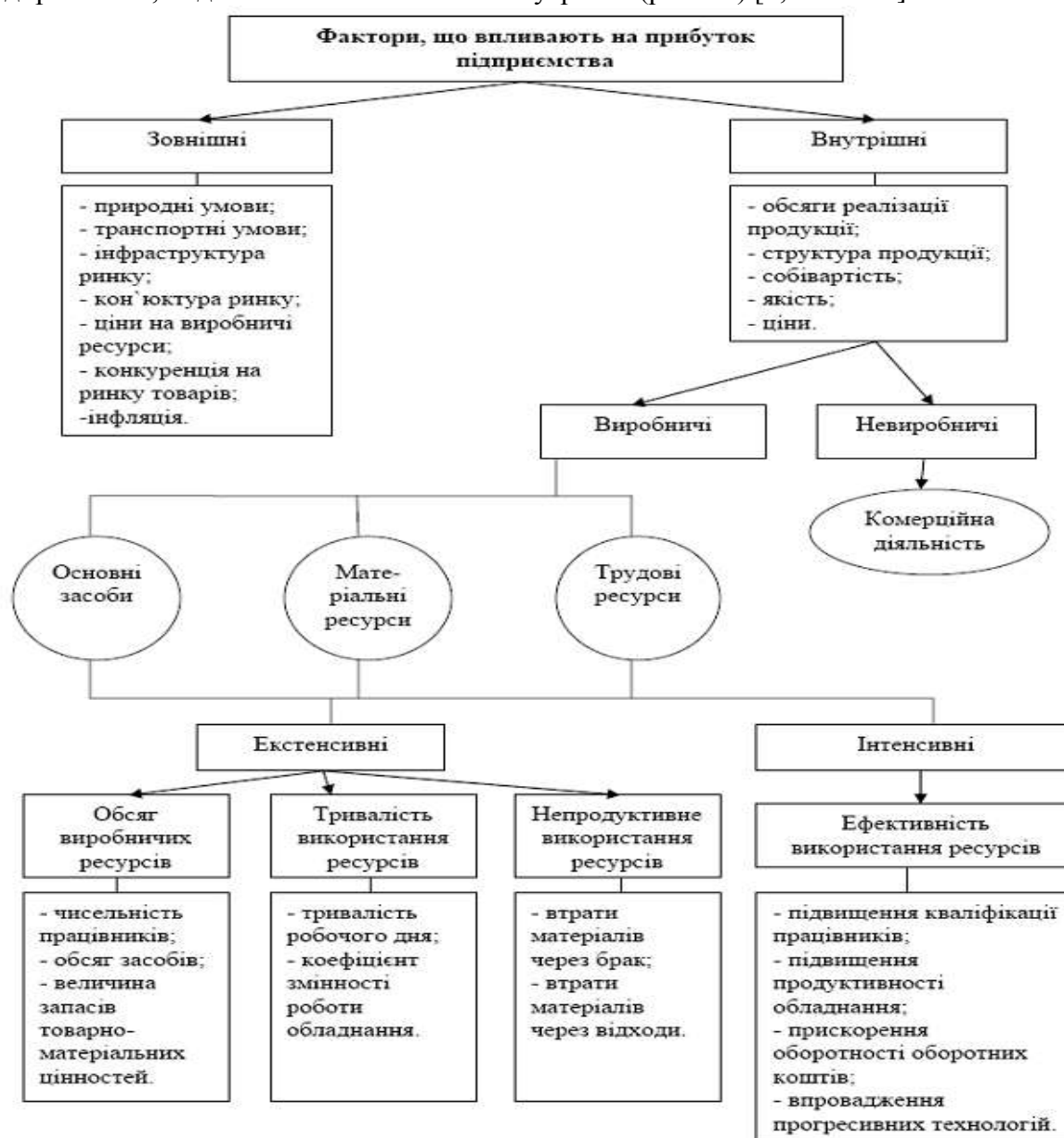


Рис 1.1. Фактори, що впливають на прибуток підприємства.
 Джерело: [1, с. 30–31].

До зовнішніх факторів належать природні умови, транспортні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг, штрафних санкцій, конкуренція на ринку товарів тощо. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, але суттєво впливають на його прибуток.

До внутрішніх факторів відносять обсяги виробництва та реалізації продукції, структура продукції, собівартість продукції, якість продукції, ціни та інше. Внутрішні фактори поділяють на виробничі та невиробничі. Виробничі фактори характеризують наявність та використання засобів і предметів праці, трудових та фінансових ресурсів. Ці фактори, у свою чергу, поділяють на екстенсивні та інтенсивні [2, с.112]

Екстенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів та предметів праці, фінансових ресурсів, тривалості роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу тощо. Інтенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через якісні зміни: підвищення продуктивності обладнання та його якості, використання прогресивних видів матеріалів та вдосконалення технології їх обробки, прискорення оборотності оборотних коштів, підвищення кваліфікації та продуктивності праці персоналу, зниження трудомісткості та матеріаломісткості продукції, удосконалення організації праці та ефективніше використання фінансових ресурсів та інше [3, с.227].

До невиробничих факторів належать постачальницько-збутова та природоохоронна діяльність, соціальні умови праці та побуту тощо.

Ряд вище перелічених факторів повинен бути предметом посиленого розгляду та обґрунтування відносно формування прибутку. Без належної уваги до цієї проблеми і кожного фактора зокрема, неможлива ефективна діяльність та прибутковість будь-якого з підприємств.

Нині в економіці України спостерігається тенденція до значного зниження доходів суб'єктів господарювання, що призводить до зменшення прибутку чи навіть збитковості багатьох підприємств. Для того, щоб підприємства України в сучасних ринкових умовах працювали стабільно та отримували прибуток, можна запропонувати основні чинники його збільшення.

1. Нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції.
2. Здійснення заходів щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників та застосування системи участі працівників у прибутках підприємства.
3. Зменшення витрат на виробництво продукції або застосування сучасних методів управління витратами, однією з яких є управлінський облік.
4. Кваліфіковане здійснення цінової політики, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни.
5. Грамотна побудова договірних відносин з постачальниками, посередниками, покупцями.
6. Покращення системи маркетингу на підприємстві, потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності і зосередити увагу на тій продукції, яка є високо-рентабельною.
7. Удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну зняти з виробництва.
8. Організація виробничого процесу таким чином, щоб він був пристосований до швидкої переналадки.
9. Постійне проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів.

Отже, запропоновані заходи можуть використовуватися вітчизняними підприємствами для підвищення прибутковості своєї діяльності в нинішніх умовах в Україні [4, с.261-262].

Список використаних джерел:

1. Дженкова, Г. Г. Фактори зростання прибутку промислового підприємства / Г. К. Дженкова // Культура народів Причерномор'я. –2008. – № 126.– С.30–31.
2. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. – Львів: Афіша, 2004. – 140 с.
3. Гринчуцький, Валерій Іванович. Економіка підприємства: навч. посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. - К.:Центр учбової літератури, 2010. -304 с.
4. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. –2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 313 с.

Станков Н. Д.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ

В даний час термін «логістика» став активно вживатися в економічній діяльності. Розгляд логістики як фактор підвищення конкурентоспроможності припускає, що наслідки прийнятих рішень у цій області мають піддаватися вимірюванню їх впливу на функціональні витрати і доходи від продажу товарів.

Визначити кількісні параметри наслідків логістичних рішень досить складно. Це можна зробити лише при дотриманні наступних умов методологічного і технічного характеру: наявності добре налагодженої обліково-інформаційної системи; проведення комплексного аналізу витрат і доходів структурних підрозділів фірм і всіх учасників логістичного ланцюга, заснованого на застосуванні принципу «місій» і єдиної методології обчислення витрат; визначення частки прибутку від логістичної діяльності в загальній прибутку фірм [1].

Вплив логістики на витрати, пов'язані з продажем товарів. В рамках логістичного підходу до даних витрат відносяться витрати по виконанню замовлень, які включають витрати на їх обробку, перевезення та складування вантажів, управління запасами, упаковку і підтримуючу діяльність (забезпечення запасними частинами, післяпродажний сервіс). Вплив логістики на поліпшення положення фірм на ринку, що оцінюється, як правило, збільшенням їх частки на ньому і в чому залежить від ефективного пропозиції фірм конкурентоспроможного рівня обслуговування споживачів [2]. Оренда складів, транспортних засобів та інших елементів логістичної системи є для орендаря поточними витратами. Заміна основного капіталу на поточні витрати досягається головним чином залученням третіх фірм до виконання операцій по складуванню і перевезень замість придбання власних коштів для їх здійснення. Такі зміни істотно позначаються на балансі між борговими зобов'язаннями і власним капіталом, а, отже, і на співвідношенні останнього і прибутку, а також на рух готівки з точки зору як процентних платежів, так і виплати боргу. Логістика впливає майже на кожен аспект рахунку прибутків і збитків фірм, тому відповідні зміни до логістичної стратегії впливають на фінансові результати діяльності фірм і вносять свою лепту в забезпечення їх довгострокової життєздатності. Фірми, які взяли на озброєння логістичну стратегію, постійно аналізують її. Ретельному аналізу піддаються також прибуток і інвестований капітал, щоб переконатися, максимальної ефективності використання ресурсів. Для більшої частини продовольчих товарів логістика як активний інструментарій маркетингу не відіграє суттєвої ролі. Виняток становить відвантаження продукції, яка

швидко псується, коли домінуючим чинником служить час відвантаження та швидкість перевезення [2].

На ринку інвестиційних товарів важливим конкурентним фактором є надійність відвантаження. Вона суттєва для отримання повторних замовлень від споживача або для отримання замовлень від нових споживачів за рекомендацією колишнього замовника. Значимість надійності відвантаження обумовлена тим, що вона повинна вписуватися в діяльність, яка відбувається у споживача, включаючи, найчастіше, будівництво, укомплектування персоналом, його навчання. Політика фірм, спрямована на отримання доходів від логістичної діяльності, як правило, веде до збільшення прибутку. Дослідження зарубіжних фахівців показують, що внесок логістики в прибуток компаній залежить від рівня обслуговування. При цьому помічено, що при досягненні рівня 90% і вище логістичні витрати починають випереджати зростання доходів від цього виду діяльності. Починаючи з 95%, ефект стає негативним, отже, підвищення конкурентоспроможності фірм за рахунок логістики – процес безперервний і динамічний [3].

Наскрізний матеріальний потік проходить через безліч різних підрозділів, але традиційні методи обліку здійснюють калькуляцію витрат по окремим функціональним областям, тобто відомо лише, у що обходиться реалізація тієї чи іншої функції. Основна увага повинна приділятися скорочення логістичних витрат, які займають найбільші частки в сумі усіх логістичних витрат. Як показує практика, основними складовими логістичних витрат є транспортно-заготівельні витрати (до 60%) і за - витрати на утримання запасів (до 35%). Таким чином, специфіка обліку логістичних витрат в логістиці полягає: по-перше, в необхідності виявлення всіх витрат, пов'язаних з конкретними логістичними процесами (принцип тотальних витрат); по-друге, в угрупованні витрат не навколо підрозділів підприємства, а навколо робіт і операцій, що поглинають ресурси. В умовах зростаючої конкуренції на ринку, коли компаніям все важче отримувати прибуток за рахунок збільшення обсягів виробництва або шляхом вдосконалення методів просування товару, одним з основних інструментів отримання конкурентних переваг стає управління витратами в логістиці. У середньому логістичні витрати компанії становлять від 10 до 17% від сукупного доходу, а в деяких галузях зазначені витрати досягають 40-45% [4].

Ефективне управління логістикою відбувається тоді, коли встановлюється оптимальне співвідношення між зменшенням логістичних витрат, підвищенням прибутку та поліпшенням якості обслуговування споживачів. Для споживача важлива цінність товару – співвідношення ціни, якості та доступності товару. Ініціювати скорочення логістичних витрат можна лише при чіткому розумінні причин їх виникнення. І підприємство слід розглядати з точки зору логістичної організації. Це допоможе створювати цінність товару з прийнятними для споживача витратами [5].

Основними зонами виявлення прихованих витрат є: складські витрати, інвентаризаційні витрати, транспортні витрати, витрати зовнішньоекономічної діяльності, витрати забезпечення логістичної функції, структурні логістичні витрати.

Правила аналізу логістичних витрат: чітко визначати й обґрунтовувати конкретні види логістичних витрат, які слід включати в схему аналізу; визначати центри зосередження логістичних витрат, тобто функціональні області бізнесу, де концентруються значні логістичні витрати і де зниження їх рівня може забезпечити підвищення доданої цінності для споживача. виявляти пункти зосередження логістичних витрат в межах кожного центру їх концентрації, тобто окремі ділянки в рамках одного центру логістичних витрат; розгляд логістичних витрат у вигляді єдиного потоку; розгляд вартості як суми, яка сплачується споживачем, а не як суму логістичних витрат, що виникає в межах підприємства як юридичної особи; діагностика логістичних витрат. Шляхи зниження рівня логістичних витрат: виключення тих видів діяльності, які не створюють доданої цінності; надання сприяння постачальникам і покупцям в досягненні більш низького рівня витрат;

забезпечення контролю над загальними витратами; пошук більш дешевих ресурсів; підвищення продуктивності праці працівників; оновлення найбільш витратних ланок логістичного ланцюжка при здійсненні інвестицій у бізнес.

У багатьох випадках удосконалення логістичної системи дозволяє скоротити або взагалі усунути необхідність дорогого складського обладнання, не втрачаючи рівня ефективності. Транспортні парки можуть бути скорочені за рахунок поліпшеного складання графіків та ефективного управління.

Список використаних джерел:

1. Бакарі П. Ф. Етапи стратегічного управління: управління компанією. - М., 2008.
2. Канке А. А., Кошова В. П. Логістика: М.: ИНФРА – М, 2007, 384 с.
3. Курганів В. М. Логістика. Транспорт і склад у ланцюгу поставок товарів: практ. посібник. М.: Книжковий світ, 2006. 432 с.
4. Сергеев В.І. Логістика в бізнесі: Підручник.- М., 2009.
5. Миротин Л. Б., Ташбаев Н.Е. Системний аналіз в логістиці: підручник. М.: «ІСПИТ», 2004. 480 с.

Терешина А. С.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ ЗА ПЕРШІЙ КВАРТАЛ 2017 РОКУ

Щорічна оцінка ділового клімату (ABCA, AnnualBusinessClimateAssessment) - це щорічне дослідження малого та середнього бізнесу, яке дозволяє здійснювати моніторинг змін, що відбуваються у діловому середовищі. Це – інструмент виявлення бар'єрів на шляху розвитку малого та середнього бізнесу, формування переліку пріоритетних економічних, правових та регуляторних заходів (реформ) для покращення середовища ведення бізнесу в Україні.

За результатами щорічного дослідження бізнес-середовища України «Щорічна оцінка ділового клімату», яке проводить Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» протягом першого кварталу 2017 року економічні перешкоди для розвитку малого і середнього підприємництва України в середньому знизилися.

Фінансові перешкоди знизилися, але залишилися суттєвими через усе ще високі ставки за кредитами. Індекс ділового клімату в 2016 році зріс на п'ять пунктів з $-0,04$ до $0,06$. Індекс змін регуляторного середовища є додатним два роки поспіль. Погіршився достроковий індекс ділової активності, але його значення залишилося додатним. «Низький попит» названо основною перешкодою в розвитку малого і середнього підприємництва (МСП). Найбільш очікувані заходи – дерегуляція та спрощення податкового адміністрування. З огляду на наявні негативні дострокові оцінки ділового клімату та наявність затребуваних бізнесом змін, уряду потрібно докласти ще більше зусиль для впровадження змін [1].

У 2016 році реальний ВВП зріс на 2,3% завдяки зростанню інвестицій. Реальне приватне кінцеве споживання збільшилося лише на 1,8% через різке підвищення тарифів на комунальні послуги та повільне зростання доходів населення. Реальний ВВП зріс на 1,5-3,0% у першому кварталі 2017 р. Економічному відновленню сприяло покращення роботи промисловості в першому кварталі, а також подальше зростання будівництва [1].

Частка малих підприємств, що потребують додаткових кредитів, суттєво зросла за останні два квартали (з 33,7% у III кварталі 2016 року), що, імовірно, відображало покращення ділових очікувань а лише третина банків повідомила про зростання попиту на кредити з боку МСП, і лише 3,4% про суттєве зростання такого попиту (ще 29,4% банків зазначили незначне підвищення попиту). Більшість МСП, яким потрібно додаткове фінансування, імовірно, не зверталися до банків. До того ж, усього 27% малих та 33% середніх опитаних підприємств планували брати кредити в наступні 12 місяців [2].

У першому кварталі 2017 року відсоткові ставки за кредитами юридичним особам надалі поступово знижувалися. Середня ставка за гривневими кредитами строком до 1 року всім підприємствам зменшилася до 14,2% річних проти 15,2% річних у попередньому кварталі. Банки також повідомили про зниження відсоткових ставок для МСП, хоч і повільніше, ніж за кредитами великим компаніям. Більшість банків залишалися непрозорими щодо вартості кредитування МСП. Утім, ті банки що публікують відсоткові ставки, їх зменшили в квітні 2017 року порівняно із січнем до 18-20% річних.

Банки поступово знижували відсоткові ставки і збільшували кредитування МСП на початку 2017 року. Але цей поступ був недостатньо суттєвим, щоб його помітила значна частина МСП. Жорсткі кредитні стандарти та високі відсоткові ставки надалі відлякують МСП від отримання банківських кредитів, хоча поступове відновлення економіки збільшує їхню потребу в кредитних коштах для розвитку [2].

У кінці 2016 року почали ліквідацію Податкової міліції, діяльність якої суттєво шкодила бізнес-клімату в країні. У першому кварталі Міністерство фінансів розробило проект закону про Службу фінансових розслідувань Відповідно до розробленого проекту закону планується розділити сервісну та правоохоронну функції фіскальної служби.

У першому кварталі 2017 року ДФС здійснила 3387 перевірок МСП, що на 24,9% менше порівняно з попереднім кварталом (та на 20,2% менше за минулий рік). Це, імовірно, пов'язано з планами з ліквідації податкової міліції (хоча формально положення про податкову міліцію були вилучені з Податкового кодексу, вона надалі працює і отримує судові рішення, необхідні для її роботи).

Кількість порушених у першому кварталі кримінальних проваджень щодо суб'єктів усіх розмірів становила 1466. Це на 38% менше за перший квартал минулого року.

Відповідно до опитування АВСА рівень довіри до державної політики залишається низьким. МСП вважають державу радше перешкодою у веденні бізнесу або навіть «ворогом», а не партнером. Але Майже половина опитаних МСП вважає, що неформальні стосунки з представниками органів влади є важливими для успішного ведення бізнесу. При цьому 77% бізнесу зазначили, що йому передусім потрібне поліпшення ділового середовища та спрощення системи адміністрування, а не пряма державна підтримка.

У першому кварталі 2017 року оцінка учасників заходів поточного стану ділового середовища погіршилась. Індекс ділового середовища зменшився на один з половиною пунктів 3-1,5 у грудні 2016 до -1,65 у лютому 2017 року.

У першому кварталі 2017 року найбільш важливими факторами, що обмежують зростання бізнесу, учасники заходів назвали корупцію та високий регуляторний тиск (59% опитаних). На другому місці респонденти зазначили низьку доступність кредитів (48%). 41% опитаних назвали одним із найважливіших бар'єрів обтяжливе податкове адміністрування [2].

Високі ставки податків та нестабільна політична ситуація виявилися важливими для, відповідно, 39% та 36% опитаних учасників. Понад третина опитаних учасників заходів також зазначила, що розвитку бізнесу заважають неефективність державного апарату, недостатній попит та застарілі технології. Високу конкуренцію та недостатню кількість сировини й матеріалів назвали перешкодами лише 5% та 1% учасників заходів.

Менш важливими для покращення ділового середовища заходами, на думку респондентів, є зменшення адміністративного тиску на ціни (7% опитаних), скасування

мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення (9% опитаних) та скасування податкових пільг (галузевих та індивідуальних пільг для окремих фірм)-10% опитаних [1].

Виходячи з вищесказаного можна сформулювати основні заходи державної політики, які є найбільш важливими для сприяння розвитку МСП.

1. Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності.
2. Спрощення податкового адміністрування.
3. Перетворення Державної фіскальної служби на сервісну службу платників податків.
4. Надання адміністративних послуг в електронному вигляді, створення рівних умов для всіх та єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Бетлій О. Квартальний моніторинг перешкод у розвитку МСП/ О.Бетлій, В.Кравчук, Н.Фрейк, А. Гулік // ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій». – 2017. – №5. – С. 1-9.

2. СімківЛ.Є. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання / Л.Є. Сімків, С.А. Побігун // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 3. – С. 560-564.

Фіалковська А. А.

*к.е.н., викладач кафедри економіки, права та управління бізнесом
Одеський національний економічний університет*

ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКА ПРОБЛЕМ ТА КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Виникнення кризових явищ у процесі господарювання підприємств обумовлено комплексним впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, які в сучасних умовах можуть бути охарактеризовані високою динамічністю. Стабільність функціонування підприємства багато в чому пов'язана зі своєчасним виявленням наявних проблем, які заважають його ефективному функціонуванню та розвитку, та кризових явищ, що в подальшому можуть призвести до виникнення кризи. У зв'язку з цим, для суб'єктів господарювання значної важливості набуває впровадження системи постійного моніторингу результатів діяльності з метою своєчасного виявлення відхилення від норм.

Для своєчасної ідентифікації необхідності змін дієвим інструментом може виступати діагностика фінансово-господарського стану підприємства. В рамках концепції антикризової реструктуризації можна говорити про те, що діагностика є видом інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо здійснення перетворень на підприємстві з урахуванням впливу змін внутрішнього та зовнішнього середовища, причинно-наслідкових зв'язків й економічних умов господарювання. Діагностика не визначає засоби досягнення та регулювання об'єкту, не пропонує миттєвих, ситуаційних рішень існуючих проблем, її результатом є інформація, яка надає можливість провести оцінку ситуації та прийняти рішення щодо визначення засобів нормалізації діяльності підприємства. З цієї точки зору, діагностування, спираючись на кількісні показники аналізу господарської діяльності, дозволяє інтерпретувати ці результати з метою вивчення стану підприємства та розробки рішень, що можуть скоректувати стратегію підприємства, забезпечити його стабільне функціонування та розвиток.

Експрес-діагностика проводиться з метою виявлення існуючих проблем та ймовірності виникнення кризових явищ у діяльності підприємства. Проведення експрес-діагностування підприємств на постійній основі забезпечує вирішення важливого завдання, що постає перед суб'єктами економічної діяльності у сучасних умовах, а саме здійснення моніторингу можливості виникнення кризових явищ для їх своєчасного подолання й забезпечення ефективного функціонування та розвитку.

У праці О. В. Васильєвим та В. В. Гой було виділено наступні групи методів експрес-діагностування [1, с. 118]: нормативні, аналогові, коефіцієнтні, критеріальні, рейтингові та статистичні.

Найбільш ефективними, з прогностичної точки зору, можна вважати методи, що ґрунтуються на статистичному аналізі даних. До них відносяться підходи засновані на використанні регресійного та дискримінантного аналізу. Дискримінантний аналіз являє собою сукупність методів багатовимірного статистичного аналізу, що використовуються у певній послідовності та дозволяють побудувати одну чи кілька дискримінантних функцій, які найкраще охарактеризують відмінності між досліджуваними групами об'єктів. Цей метод пов'язаний з отриманням однієї або декількох функцій, що забезпечують можливість віднесення об'єкту дослідження до певної групи. Отримані функції називають класифікуючими. Вони дозволяють віднести об'єкт до однієї з виділених груп.

На базі аналізу звітності виноробних підприємств України було побудовано наступну дискримінантну модель:

$$Z = 17,37615X_1 + 2,28822X_2 + 8,28951X_3 - 2,75559X_4 - 4,46449X_5 + 2,28356X_6 - 4,9653X_7 - 0,31294X_8 + 1,19008, \quad (1)$$

де X_1 – коефіцієнт рентабельності оборотних активів;

X_2 – коефіцієнт оборотності активів;

X_3 – коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами;

X_4 – коефіцієнт покриття (поточної ліквідності);

X_5 – коефіцієнт рентабельності продажу;

X_6 – коефіцієнт автономії (фінансової незалежності);

X_7 – коефіцієнт швидкої ліквідності;

X_8 – коефіцієнт маневреності власного капіталу.

Для практичного використання отриманої моделі необхідною умовою є правильно побудована шкала інтерпретації. Для побудови шкали інтерпретації доцільно використовувати правило, яке було запропоновано О. О. Терещенко [121, с. 137]:

$Z_k \geq Z_{1c}/2$ – підприємство вважається стабільно функціонуючим;

$Z_{1c}/2 < Z_k < Z_{2c}/2$ – не має можливості зробити однозначний висновок щодо якості стану господарювання підприємства, необхідним є проведення додаткового аналізу (т. н. «Зона додаткового аналізу» або «Сіра зона»);

$Z_k \leq Z_{2c}/2$ – підприємство характеризується наявністю кризових явищ.

При цьому Z_{1c} являє собою середнє значення функції для групи стабільно функціонуючих підприємств, а Z_{2c} – середнє значення функції для групи кризових підприємств. Середні значення функцій для кожної групи в рамках розробленої моделі склали відповідно 1,73194 та -1,64078.

Критичне значення функції (Z_k) визначаємо як середню арифметичну (2) від середніх значень показника Z для кожної групи підприємств:

$$Z_k = \frac{Z_{1c} + Z_{2c}}{2} \quad (2)$$

Критичне значення отриманої функції складає 0,04558.

Таким чином, шкала інтерпретації для отриманої моделі ідентифікації кризових явищ на виноробних підприємствах має так вид, що представлено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Шкала інтерпретації до моделі ідентифікації кризових явищ на виноробних підприємствах

№	Характеристика інтервалу шкали інтерпретації	Значення інтервалу шкали інтерпретації
1	2	3
1.	Кризова зона	$Z \leq -0,82$
2.	Зона додаткового аналізу («Сіра зона»)	$-0,82 < Z < 0,87$
3.	Зона стабільності	$Z \geq 0,87$

Апробація, отриманої за допомогою дискримінантного аналізу, моделі ідентифікації кризових явищ на підприємстві була здійснена на виборці підприємств виноробної промисловості України за даним їх фінансової звітності.

Таким чином, результати розрахунків дискримінантної моделі свідчать про те, що для більшості підприємств виноробної промисловості характерні кризові явища або наявність загрози їх виникнення. Зрозуміло, що сама по собі дискримінантна модель не дає конкретної оцінки кризових явищ, а дозволяє лише класифікувати підприємства в залежності від стабільності їх функціонування. Тому наступним етапом у рамках антикризової реструктуризації вважаємо проведення комплексного діагностування господарського стану підприємства з метою формування інформаційної бази для розробки антикризових заходів.

Список використаних джерел:

1. Васильєв О. В. Методи прогнозування фінансової стійкості підприємства в умовах кризи / О. В. Васильєв, В. В. Гой // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – № 17. – С. 116-121.

2. Терещенко О. О. Антикризове управління фінансами підприємств : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.04.01 "Фінанси, грошовий обіг і кредит" / Терещенко Олег Олександрович ; Київський національний економічний ун-т. – Київ, 2005. – 496 с.

Ходацький С. С.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Легка промисловість України – одна із найстаріших галузей виробництва товарів народного споживання. Вона складається з 17 підвидів економічної діяльності, нараховує понад 10 тисяч організацій та виробництв усіх форм власності. Практично всі підприємства легкої промисловості приватизовані, а ті, що знаходяться в державній власності, становлять менше 1% [1, с. 151].

Легка промисловість стоїть на другому місці після харчової промисловості щодо задоволення потреб людини першого рівня за ієрархією А. Маслоу. Підприємства легкої промисловості також є споживачами продукції інших галузей промисловості та сільського господарства. Вони використовують у своїй діяльності такі види сировини, як бавовна, льон,

шкіра, метал, пластмаси, хімічні волокна; застосовують обладнання та устаткування, які є продукцією машинобудування; впроваджують розробки науково-дослідних інститутів.

За роки незалежності України виробництво товарів легкої промисловості, через розрив господарських зв'язків і структурної складової економіки, скоротилося щонайменше у 14 разів. За даними Державної служби статистики України частка галузі у загальному обсязі реалізованої промислової продукції у 2015 р. склала лише 0,98% [2].

На сучасному етапі розвитку економіки легка промисловість утворює потужний виробничий потенціал, здатний виробляти значний спектр товарів широкого вжитку і промислового призначення. Дана галузь України об'єднує 23 види економічної діяльності згідно з КВЕД, які згруповано у три основні розділи [3, с. 26]:

- текстильне виробництво (ткацьке виробництво, виробництво трикотажного полотна, килимів, канатів, мотузок, нетканих матеріалів, інших текстильних виробів, крім одягу, тощо);

- виробництво одягу (виробництво одягу зі шкіри, виробництво робочого, спіднього, верхнього одягу та аксесуарів, виготовлення виробів із хутра, виробництво трикотажного і в'язаного одягу, панчішно-шкарпеткового виробів тощо);

- виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (виробництво взуття, дублення і оздоблення шкіри, вичинка і фарбування хутра, виробництво дорожніх виробів, сумок тощо).

У структурі реалізованої продукції легкої промисловості відбулися значні зміни. Так, якщо у 2010-2012 рр. значні обсяги реалізації приходилися на продукцію текстильного виробництва, то у 2013 р. вона займала друге місце після обсягів виробництва шкіри та взуття, коливаючись в межах 38% від загального обсягу реалізації. Але вже у 2014-2015 рр. питома вага виробництва шкіряних виробів та взуття значно зменшилася. Починаючи з 2012 р. спостерігається постійне зростання питомої ваги виробництва одягу в загальній структурі обсягу реалізації продукції легкої промисловості. Та вже у 2014 р. вона є лідером на ринку легкої промисловості.

Індекс обсягів виробництва продукції легкої промисловості за період 2010-2015рр. зменшився на 18,94%, у тому числі за основними підгалузями: у текстильному виробництві – на 20,08%, у виробництві одягу, хутра та виробів з нього – на 19,58%, у виробництві шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів – на 19,9%. Лише у 2010 р. та 2015 р. легка промисловість випередила промисловість в цілому, а за результатами інших років її індекс є нижчим.

Треба зауважити, що на 1 мешканця України вітчизняні підприємства легкої промисловості не виробляють навіть 1 пари взуття та 1 швейного або трикотажного виробу. Тому, можна зробити висновок, що попит на одяг та взуття українці задовольняють в основному за рахунок імпортних виробів, що й є основною причиною занепаду галузі. Крім того, таке становище створює загрозу економічній безпеці країни за складовою «задоволення населення товарами широкого вжитку».

Зниження попиту на продукцію легкої промисловості у 2015 р. зумовлено, насамперед, високою собівартістю вітчизняних товарів легкої промисловості (унаслідок зростання цін на сировину та енергоносії, через дорогі банківські кредити), що створило велику різницю між цінами на товари та купівельною спроможністю населення (особливо враховуючи її зниження). Ще однією причиною падіння попиту на продукцію даної галузі є суттєва частка імпортних товарів на ринку України, які ввозяться контрабандою, а також товари секонд-хенду.

За даними окремих експертів контрабандна продукція займає біля 70% вітчизняного ринку. Із року в рік чинники, які впливають на падіння обсягів виробництва товарів легкої промисловості залишаються незмінними. Нерівні умови конкуренції для українських підприємств на внутрішньому ринку створюють дешеві товари переважно турецько-

китайського виробництва. Щорічно зростає також імпорт товарів «секонд-хенд», обсяг якого у 2014 р. досяг 100 тис.т. [4, с. 148].

За оцінками фахівців Асоціації «Укрлегпром», місткість внутрішнього ринку товарів легкої промисловості становить 50-60 млрд грн, при цьому частка української продукції на внутрішньому ринку та легального імпорту становить лише 20%, а інші 80% – це контрабандні товари, товари «сірого» імпорту та нелегального виробництва, секонд-хенд. Для підвищення ефективності боротьби з тіншовим сегментом актуальним є створення надійного механізму виведення з обігу та запобігання фактам повторної реалізації контрафактної продукції, що під силу лише державі.

Ситуація, коли вітчизняний ринок товарів легкої промисловості є надзвичайно переповнений дешевими іноземними товарами, призводить до занепаду легкої промисловості. Не витримуючи конкуренції заводи і фабрики легкої промисловості закриваються.

Основними стримуючими факторами розвитку легкої промисловості є: висока собівартість виробництва товарів легкої промисловості; залежність вітчизняного виробника від імпортованої сировини; відсутність механізмів подолання залежності підприємств легкої промисловості України від роботи за давальницькими схемами та поступового переходу до самостійної діяльності з використанням власних ресурсів; низька купівельна спроможність населення; заповнення внутрішнього ринку країни дешевою продукцією китайського та турецького виробництва; відсутність розвинутого споживчого ринку та дієвої ринкової інфраструктури, недостатній рівень розвитку міждержавної, міжрегіональної й міжгалузевої товаропровідної мережі.

Список використаних джерел:

1. Слава С. С. Диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства [Текст] / С. С. Слава, В. В. Галагурич // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2014. – Вип. 42. – Ч. 1. – С. 109-111.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Тарасенко І. О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика: монографія [Текст] / І. О. Тарасенко. – К.: КНУТД, 2010. – 390 с.
4. Касьян З.Е. Діагностика інноваційної діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості [Текст] / З. Е. Касьян, Т. Є. Воронкова // Вісник КНУТД. – 2012. – № 1. – С. 145 –152.

Чебан Р. В.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ОЦІНКА ВПЛИВУ ГАЛУЗЕВИХ ПОКАЗНИКІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА

Найважливішою галуззю продуктивного тваринництва України є скотарство, яке постачає незмінні продукти харчування і цінну сировину для харчової і переробної промисловості. У результаті господарського використання великої рогатої худоби одержують молоко, що відзначається високими якість і є сировиною для виробництва молочних продуктів. Молоко і молочні продукти становлять основу повноцінного харчування населення.

Прискорення темпів зростання виробництва молока має важливе народногосподарське значення. Молоко – один з найбільш повноцінних та висококалорійних продуктів харчування. Серед усіх інших продуктів йому належить почесне місце. Під час розгляду напрямів підвищення ефективності виробництва молока слід урахувати також головну умову подолання збитковості галузі молочного скотарства: забезпечення його інтенсивного розвитку [1].

Актуальним питанням є підвищення продуктивності худоби. Розв'язання даного питання дасть змогу ефективніше та раціональніше використовувати матеріальні, фінансові, трудові ресурси, а також прискорити окупність витрат. Рівень продуктивності корів має значний вплив на економічну ефективність виробництва молока. Для досягнення високої продуктивності необхідно підтримувати високий генетичний потенціал стада, а також забезпечити повноцінну збалансовану годівлю.

Не менш важливу роль та вплив на ринок має загальне поголів'я корів у країні, що продовжує скорочуватися із року в рік.

Також деякий вплив має і ціновий фактор, зміни якого можуть призвести до коливання попиту та пропозиції на молоко в країні.

Для покращення ситуації з виробництвом молока в Україні необхідно комплексний підхід до аналізу сучасної ситуації на ринку.

Для оцінки ефективності виробництва молока в Україні визначимо основні статистичні показники ринку. У якості факторних показників були обрані показники середнього удою молока від однієї корови, середні ціни реалізації молока та молочних продуктів, а також кількість корів. У якості результативних показників використаємо виробництво молока на одну особу та виробництво молока усіх видів (табл. 1).

Таблиця 1

Основні статистичні показники ринку молока України в 2015 році

Області	Середній річний удій молока від однієї корови, кг.	Середні ціни реалізації молока та молочних продуктів, грн. за т.	Кількість корів, тис. голів	Виробництво молока на 1 особу, кг	Виробництво молока усіх видів, тис. т.
Вінницька	5137	4299,6	161,8	521,9	838,4
Волинська	4082	4312,4	112	407,7	425,2
Дніпропетровська	4387	4402,4	75,9	105,5	344,6
Донецька	4426	4246,5	49,5	53,2	227,9
Житомирська	4877	4368,2	119,1	462,1	578,4
Закарпатська	3634	5226	93,7	284,3	358,1
Запорізька	4266	4157,5	93,7	148,1	260,7
Івано-Франківська	4354	3977,8	106,6	342,9	474
Київська	6048	4532,4	73,2	96,4	446,3
Кіровоградська	4984	4204,4	59,1	317,9	310,6
Луганська	4197	3954,5	36,1	71,7	158,7
Львівська	4180	4330,4	136,7	225,2	571,2
Миколаївська	4110	4372,6	82,3	296	343,8
Одеська	3502	3871,9	104,5	161	385,3
Полтавська	6016	4454,3	129,2	550,2	794,5

Рівненська	4206	4355,6	104,2	376,1	436,8
Сумська	4940	4128,4	84,8	373,4	417,6
Тернопільська	4561	4569	99,8	431,4	460,7
Харківська	5483	4276	92,7	192,5	524,5
Херсонська	4163	4457,6	71,5	281,7	300
Хмельницька	4175	4323,5	139,7	448	581,4
Черкаська	5724	4442,3	91,2	425	530,1
Чернівецька	4764	4293,5	60,1	323,1	294
Чернігівська	4735	4207,5	120,1	526,1	552,6

Вплив факторів на виробництво молока розраховуємо через стандартний додаток Microsoft Excel «Пакет аналізу» за допомогою даних з таблиці 1. Коефіцієнт кореляції не має розмірності, тому його можна співставляти для величин різних порядків. Він вимірюється у діапазоні від -1 до +1, що свідчить про наявність прямого та оберненого лінійного зв'язку. Шкала оцінки тісноти зв'язку за коефіцієнтом кореляції за «Таблицею Чеддока» є наступною: 1,00 – зв'язок функціональний; 0,90-0,99 – дуже сильний; 0,70-0,89 – сильний; 0,50-0,69 – значний; 0,30-0,49 – помірний; 0,10-0,29 – слабкий; 0,00 – зв'язок відсутній [2].

Таблиця 2

Кореляційна матриця взаємозв'язків статистичних показників ринку
молока в 2015 році

Показники	Середній удій, кг	Середні ціни, грн/т	Кількість корів, шт.	Виробництво на 1 ос. кг	Виробництво, тис. т
Середній удій, кг	1,00	-	-	-	-
Середні ціни, грн/т	0,06	1,00	-	-	-
Кількість корів, шт.	0,05	0,09	1,00	-	-
Виробництво на 1 ос. кг	0,26	0,16	0,67	1,00	-
Виробництво, тис. т	0,49	0,13	0,87	0,72	1,00

У результаті проведеного кореляційного аналізу (табл. 2) було виявлено наступні взаємозв'язки результативності виробництва молока із іншими показниками:

- середній річний удій молока від однієї корови – помірний прямий зв'язок (0,49);
- середні ціни реалізації молока та молочних продуктів – слабкий прямий зв'язок (0,13)

- кількість корів – сильний прямий зв'язок (0,87)

Взаємозв'язки виробництва молока на одну особу із іншими показниками:

- середній річний удій молока від однієї корови – слабкий прямий зв'язок (0,26);
- середні ціни реалізації молока та молочних продуктів – слабкий прямий зв'язок (0,16)

- кількість корів – значний прямий зв'язок (0,67)

В результаті проведеного аналізу підходимо до важливого висновку: встановлено сильний прямий зв'язок між виробництвом молока та кількістю корів, помірний зв'язок із середнім річним надоем та слабкий зі середніми цінами реалізації молока та молочних продуктів.

Список використаних джерел:

1. Касіян Р.Л. Економічна ефективність виробництва молока і напрями її підвищення // Науково-дослідний центр "Західагропромпродуктивність", 2015 – С. 1
2. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: навчальний посібник / Купалова Г.І. – К. : Знання, 2008. – 639 с.

Чебан Р.В.,
магістрант,
Балджи М. Д.,

д.е.н., професор, професор кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Молоко є одним з найбільш затребуваних продуктів на українському ринку. Однією із проблем функціонування регіонального продовольчого ринку є незбалансована структура споживання продуктів харчування населенням, яка викликана нерівномірним рівнем доходів та життя жителів міської та сільської місцевості. Дослідження процесу сегментації ринку молока та молочної продукції за середньомісячним доходом сім'ї має практичне значення для визначення структури споживання населення, що дасть змогу удосконалити маркетингові стратегії для кожної групи споживачів молочної продукції на регіональному ринку [1].

Висока поживна цінність молока та молочних продуктів займає важливе місце в структурі харчування населення країни. Україна забезпечує себе молоком і молочними продуктами не в повну міру. За 2010-2016 рр. самозабезпечення молоком і молочними продуктами не перевищувало 83,8 %. При цьому цільовий показник з самозабезпечення на ринку молока і молокопродуктів (в перерахунку на молоко) становить не менше 90 %. Виробництво молока у 2016 р. в розрахунку на душу населення суттєво відрізнялося у різних областях. Так, у Київській області виробництво молока у розрахунку на особу становить 346 кг, в Львівській — 288 кг, у Одеській та Миколаївській — від 130 до 171 кг. Найвище споживання в Тернопільській області — 285 кг. [2]

Незважаючи на збільшення виробництва молока в окремих областях, споживання населенням країни молока і молокопродуктів стає більше та поки що знаходиться нижче рекомендованої раціональної норми, яка становить 390 кг на людину в рік.

У травні 2017 р. було проведено анкетне опитування споживачів молочної продукції Київської області. Оскільки молочну продукцію вживає практично все населення, обсяг вибірки був визначений на основі статистичної формули при рівні ймовірності отриманих результатів 95 %, допустимої похибки ± 5 % і склав 384 осіб. В опитуванні взяли участь споживачі від 18 до 65 років, переважно це були жінки (80 % опитаних), оскільки в сім'ях саме вони традиційно роблять покупки молочної продукції. Більше 80 % респондентів регулярно купують молочну продукцію, в тому числі не рідше одного разу на тиждень питне молоко 81,6 %, кисломолочну продукцію — 83,5 %.

Вихідна база даних для аналізу включала в себе інформацію по 36 змінним [3]. При використанні великої кількості вихідних змінних кластери, як правило, не мають чіткої структури, що утрудняє їх інтерпретацію. Тому був проведений факторний аналіз з використанням методу головних компонент, що дозволив при заданому рівні значущості більше 0,5 об'єднати статистично значущі характеристики об'єктів у три чинники і замінити ними велику кількість вихідних змінних.

Перший фактор — регулярність і обсяг покупки. Його дія обумовлена змінними регулярності покупок, частотою покупок, разовою сумою покупок, кількістю придбаної продукції. Дія фактора «Схильність до відомого смаку» обумовлена впливом змінних, що

відображають бажаний рівень зовнішнього вигляду упаковки, краще співвідношення «ціна — якість», гармонійності смакових властивостей, запаху, а також популярності марки продукції. Третій фактор заснований на впливі лише трьох змінних, що описує число споживачів в родині груп молочної продукції. Відповідно, він отримав назва «Кількість споживачів в сім'ї» [2].

З урахуванням отриманих чинників всі об'єкти дослідження в результаті виконання процедури кластерного аналізу були розділені на три сегменти. Для перевірки коректності отриманого розподілу споживачів на кластери дана оцінка впливу різних змінних на результати кластеризації за допомогою моделі однофакторного дисперсійного аналізу. Також були зіставлені профілі отриманих сегментів за середнім значенням досліджуваних змінних, дана характеристика споживачів кожного сегмента.

Сегмент 1 включає в себе респондентів у віці від 18 до 45 років, причому частка чоловіків становить вище середнього значення по вибірці (28 і 20 % відповідно). Більшість споживачів, які увійшли в сегмент, купують молочну продукцію для себе і дітей, тому середній розмір і сума покупки тут вище, ніж в інших сегментах. Крім того, в цій групі питома вага домогосподарок вище середнього значення, тому можна назвати отриманий сегмент «Молоді батьки». За даними опитування, представники молодіжного сегменту найменш вимогливі до характеристик молочної продукції, за винятком якісного складу продукту і відсутності штучних добавок. Також молодь віддає перевагу молочним продуктам з низьким рівнем жирності.

Сегмент 2 найчисленніший (62 % респондентів). Він має максимальні середні значення змінних віку і доходу, хоча в ньому представлені всі вікові групи і категорії доходу. Представники цього сегмента купують молочну продукцію на невелику суму, але роблять це часто. Більшість респондентів купують питне молоко щодня, кисломолочну продукцію — 2-3 рази в тиждень. Рідше купується біопродукція — в середньому один раз в тиждень, причому переважно для дітей, а не для дорослих членів сім'ї, і за відносно високою ціною. При відповіді на питання про бажаний рівень характеристик молочних продуктів респонденти, що увійшли в сегмент, поставили максимально високі оцінки за всіма досліджуваними змінними, тому сегмент отримав назву «Вимогливі покупці». При виборі продукту у них на першому місці стоїть свіжість молочної продукції.

Крім того, крім смакових і якісних характеристик, представники цього сегменту пред'являють високі вимоги до зовнішнього вигляду упаковки, популярності марки продукту і воліють купувати молочну продукцію з середнім і високим рівнем жирності.

Сегмент 3 представлений групою споживачів, що з найменшою регулярністю здійснюють покупки молочної продукції. Середня сума покупки і кількість продукції, що купується, також мають мінімальне значення. Більшість споживачів, які увійшли в сегмент, купують молочну продукцію тільки для себе. Оскільки в цю групу увійшли тільки респонденти у віці 18-25 років і старше 55 років, то можна зробити висновок, що це переважно самотні люди. Тому сегмент отримав назву «Одинаки». Як і представники другого сегмента, вони на перше місце при виборі покупки ставлять свіжість продукції [4].

Перш ніж перейти до оцінки привабливості і вибору цільового ринку, необхідно вивчити конкурентну ситуацію та особливості сприйняття конкуруючих марок молочної продукції споживачами кожного з отриманих сегментів. Крім того, для розробки ефективної маркетингової програми доцільно дослідити ступінь впливу маркетингових інструментів на представників різних сегментів.

Таким чином, проведене дослідження дозволило на прикладі Київської області встановити існування трьох різних за уподобаннями сегментів покупців, описати профілі цих сегментів і визначити напрямки подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання: Пер. з англ.: уч. пос. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2001. – 608 с.
2. Савицька В.П. Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів // Економіка АПК. – 2016, № 11. – С. 102-106.
3. Дудар Т.Г., Голомша Н.Є. Перспективи розвитку регіонального ринку молока і молокопродуктів // Економіка АПК. – 2012, № 9. – С. 126-131.
4. Кочетков О.В., Вольвак С.О. Маркетинг у підвищенні конкурентоспроможності молокопереробних підприємств // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 129. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. – С. 182-186.

Черноусова Я. Е.

магістрант,

Одеський національний економічний університет

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Кризові явища в Україні спонукають до пошуку шляхів підвищення ефективності функціонування економіки через використання різноманітних форм господарювання. Одна з таких форм – мале підприємництво, бо саме воно є важливим системоутворюючим елементом функціонування будь-якої господарської системи.

Малі підприємства відіграють дуже важливу роль для економічного розвитку будь-якої країни. Вони створюють 60% доданої вартості в 25 промисловості країн Європейського Союзу та забезпечують роботою 2/3 усіх зайнятих. У цьому контексті слід виділити особливо найменші підприємства (до 10 зайнятих), які порівняно з великими підприємствами створюють робочі місця для понад 27% згаданих осіб, забезпечують працевлаштування більше як 33% зайнятих [1, с. 17].

Малі підприємства порівняно з іншими суб'єктами господарювання мають значні переваги, а також можливості, основними з яких є гнучкість та здатність зайняти будь-яку нішу на ринку. Однак, має місце і ряд слабких сторін та "пасток" у боротьбі за економічне виживання. Головною загрозою підприємств малого бізнесу є їх вразливість, нестійкість і залежність від державної підтримки. Виходячи з цього, державне регулювання діяльності малого підприємництва повинно спрямовуватись на нівелювання впливу його негативних сторін на потенційні можливості.

Основними причинами, що перешкоджають розвитку малого і середнього підприємництва як в цілому в Україні, є:

- складність доступу до фінансово-кредитного ресурсу;
- високі ставки по кредитах;
- відсутність підтримки малого бізнесу, особливо в пріоритетних галузях промисловості, що створюють найбільший потенціал;
- потужного розвитку економіки в регіонах;
- неналежний рівень інформаційного, консультативного та методичного забезпечення підприємницької діяльності.

Основними засобами регулюючого впливу держави на діяльність малого підприємництва як суб'єкта господарювання є: державне замовлення, ліцензування, квотування, сертифікація та стандартизація, надання інвестиційних, податкових та інших пільг, надання дотацій та компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Сьогодні бізнес потребує від влади пошуку нових збалансованих та виважених рішень з точки зору поєднання інтересів влади та бізнесу, які враховують поточну ситуацію та не

створюють додаткового фіскального та регуляторного тиску, забезпечують здійснення необхідних реформ в Україні.

У найближчій перспективі важливо сформувати цілеспрямовану, послідовну та передбачувану державну регуляторну політику, активізувати фінансово-кредитну та інвестиційну підтримку малого і середнього бізнесу, формувати розвинуту інфраструктуру підтримки підприємництва. Основним напрямком є запровадження механізму компенсації частки відсотків по кредитах банків на розвиток виробництв продукції з високою часткою доданої вартості у пріоритетних галузях, впровадження механізму полегшення отримання суб'єктами малого та середнього підприємництва кредитних коштів. Велике значення має система інформаційної підтримки суспільних проектів, ініціатив, бізнес-зустрічей, семінарів та тренінгів, просвітницьких заходів культурного, соціального та бізнес направлення, зустрічей влади та громадськості.

На регіональному рівні розроблено програми розвитку малого і середнього підприємництва, в яких основними напрями діяльності публічного сектору передбачається таке: надання фінансово-кредитної підтримки суб'єктам підприємницької діяльності; формування інфраструктури підтримки підприємництва; ресурсне забезпечення суб'єктів підприємництва; інформаційне забезпечення підприємницької діяльності; реалізація проектів, інвестиційних пропозицій[2].

Таким чином можна зробити висновки, що державна підтримка малого бізнесу є складовою державної політики, яка повинна не тільки створювати сприятливі умови для розширення сектору дрібних підприємств, а й безпосередньо підтримувати їх.

Список використаних джерел:

1. Хураса М. М. Мале підприємництво: економіко-організаційні аспекти діяльності : монографія / М.М. Хураса. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. – 220 с.
2. Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва у регіонах: аналітична записка [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/903>.

Яновська А.С.,
аспірантка

(Науковий керівник - д.е.н., професор Івашіна О. Ф.),
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМНИЦТВ

Сьогодні суспільство досягло такого рівня розвитку, коли обсяги теоретичних знань, інформації, рівень її структурованості та складності зумовлюють створення якісно нової інформаційної структури, що визначатиме розвиток країни, сфер суспільства, вдосконалення соціально-комунікаційних відносин, виробництва й управління інноваційно-інвестиційними сферами, а також вибір і використання інформаційних систем та технологій різного призначення. Це вимагає найшвидшого переходу до нової стратегії інноваційного розвитку підприємств на основі широкомасштабного використання знань та інформації як стратегічних ресурсів розвитку, та інноваційних технологій як основних інструментів цього розвитку [1].

Головною причиною низької інноваційної активності підприємств слід визнати відсутність довгострокових мотивацій організації високопродуктивної інноваційної діяльності. Інноваційна діяльність є малоприбутковою (низькорентабельною) та

ризикованішою порівняно з іншими видами діяльності. Завданням держави є створення ефективної і адекватної вимогам сьогодення системи підтримки інноваторів, яка б давала змогу здійснювати високопродуктивну інноваційну діяльність.

Непослідовність держави в розробці та здійсненні науково-технічної та інноваційної політики, відсутність системи стимулювання інноваційних процесів та підтримки високотехнологічних виробництв призвело до вкрай негативних структурних змін в економіці – занепаду високотехнологічних підприємств і водночас посилення та домінування низькотехнологічних сировинних. Цим зумовлене зниження попиту на наукові дослідження та розробки і, відповідно, фактичне згортання інноваційної діяльності [2].

Згідно з офіційною статистикою чинними, які насамперед перешкоджали здійсненню інноваційної діяльності, були вартісні, а саме: нестача власних коштів (80,1 % обстежених підприємств), великі витрати на нововведення (55,5 %), недостатня фінансова підтримка держави (53,7 %), високий економічний ризик (41 %), тривалий термін окупності нововведень (38,7 %), відсутність коштів у замовників (33,3 %). Також заважала недосконалість законодавчої бази (40,4 %), низький обсяг попиту на продукцію (16 %), відсутність кваліфікованого персоналу (20 %), можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7 %), нестача інформації про ринки збуту (17,4 %) та інформації про нові технології (17,3 %) [3].

Як показує досвід розвинених країн світу, вплив інноваційного фактора на економіку має відбуватися узгодженням інноваційної політики з науково-технічною, бюджетно-фінансовою, грошово-кредитною, промисловою та зовнішньо-торговельною політикою та за умови досягнення єдності інтересів і встановлення збалансованих та гармонійних стосунків між суспільством, державою, владою, бізнесом та іншими громадськими і науковими інституціями в цій царині.

У зв'язку з цим головним завданням є консолідація зусиль законодавців, урядових, наукових, бізнесових кіл суспільства на оптимальному комплексному вирішенні методологічних, стратегічних і тактичних проблем формування національної інноваційної системи, виробленні стратегії інноваційного розвитку України в умовах глобалізаційних викликів, що дає змогу створити перспективи для впровадження інноваційної моделі розвитку країни і, отже, забезпечити її конкурентоспроможність [4].

Таким чином, необхідно активізувати інноваційно-інвестиційну діяльність за допомогою:

- орієнтації виробництва на потреби внутрішнього ринку;
- впровадження наукоємних технологій замість матеріало- та енергоємних;
- виробництва вітчизняних товарів замість імпорту товарів аналогічної групи;

підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції.

Подальшого дослідження потребує розширення меж аналізу факторів впливу на інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств харчової промисловості України та визначення інструментів їх державного регулювання.

Список використаних джерел:

1. Економіка України: Стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. В.М. Гейця. – К.: Фенікс, 2008. – 641 с.
2. Мельник Ю.Ф. Агропромислове виробництво України: уроки 2008 року і шляхи забезпечення інноваційного розвитку / Мельник Ю. Ф., Саблук П. Т. // Економіка АПК. – 2009. – №1. – С. 3–15.
3. Звіт про капітальні інвестиції (ф. 2-ін). – К.: Держкомстат України, 2011. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. зб. – К.: Держкомстат України, 2011. – 282 с.

**РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ ТА ПЛАНУВАННЯ БІЗНЕСУ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ**

*МАТЕРІАЛИ
V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
14-15 вересня 2017 року*

Підписано до друку 15.09.2017 р.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Умов.-друк. арк. 10,0.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, вул. Преображенська, 8