
СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

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

Редакційна колегія:

Пашко П. В., д.е.н. (голова)

Бережнюк І. Г., д.е.н.

Деркач Л. В., к.ю.н.

Крисоватий А. І., д.е.н.

Мазаракі А. А., д.е.н.

Ченцов В. В., д.н.держ.упр., д.іст.н.

У СЕРІЇ «МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2002

«Основи митної справи»

«Митний контроль та митне оформлення»

2003

«Таможенное оформление морских грузов»

«Основы таможенного дела в Украине»

«Митний контроль на автомобільному транспорті»

2004

«Митний контроль на залізничному транспорті»

«Митне оформлення автотранспортних засобів»

«Основи митної справи в Україні»

«Митний кодекс України та нормативно-правові акти, що регулюють його застосування»

«Митний контроль на повітряному транспорті»

«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»

«Коментар до Митного кодексу України»

2005

«Порядок заповнення вантажної митної декларації»

2006

«Основи мистецтвознавчої експертизи та вартісної оцінки культурних цінностей»

«Історія митної справи в Україні»

«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»

2008

«Основи митної справи в Україні»

2009

«Таможенный контроль: на пути к международным стандартам»

«Таможенный контроль в морских пунктах пропуска»

«Митне оформлення енергоносіїв»

«Митна безпека»

«Міжнародні перевезення товарів автомобільним транспортом: теорія і практика»

«Підготовка та підвищення кваліфікації митних брокерів і декларантів: збірник нормативних документів і відомчих роз'яснень»

2010

«Святий Матфей. Митар. Апостол. Євангеліст»

«Історія митної діяльності: Україна в європейському контексті»

2011

«Митні інформаційні технології»

«Особливості митної класифікації товарів»

«Інфраструктура відкритих ключів: технології, архітектура, побудова та впровадження»

«Розподілені бази даних»

2012

«Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності митних органів»

«Митний кодекс України» / Коментар до ст. 6»

«Митна політика та митна безпека: концептуальне визначення та шляхи забезпечення»

«Архітектура комп'ютера»

«Комп'ютерна схемотехніка»

2013

«Актуальні питання теорії та практики митної справи»

«Історія митної діяльності»

«Механізми державного управління митною справою»

«Формування системи митного аудиту»

2014

«Митна енциклопедія, т. 1»

«Митна енциклопедія, т. 2»

«Митна енциклопедія, т. 3»

У СЕРІЇ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:
2015

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

2016

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

2016

- «Теорія ймовірностей та математична статистика: практикум»
 - «Економічні перспективи підприємництва України»
 - «Актуальні проблеми теорії держави і права»

2017

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

2018

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

2019

- «Електронний аудит – сучасна форма електронного контролю»
- «Розвиток постмитного аудиту в Україні»
- «Податок на доходи фізичних осіб та єдиний соціальний внесок: новації реформ та їх наслідки»
- «Підприємницька діяльність»
- «Основи оподаткування»
- «Інформаційно-аналітичні технології в оподаткуванні»
- «Основи зовнішньоекономічної діяльності»
- «Актуальні питання запобігання і протидії незаконному обігу тютюнових виробів»
- «Управління фінансовими активами»
- «Дослідження підприємництва: ключові механізми організації, основні драйвери та перспективи»
- «Підприємство в епоху глобальних трансформацій: виклики та перспективи розвитку»
- «Система управління ризиками у державній митній справі»
- «Фіскальна політика України в умовах фінансової децентралізації: теорія, методологія, практика»
- «Митна наука. Анотований показник результатів наукових досліджень (2009–2018 рр.): у 2 т.
- «Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки»
- «Приватний і публічний інтерес у системі податкових правовідносин»

2020

- «Митна статистика України»
 - «Управлінські інформаційні системи в обліку та оподаткуванні»
 - «Митне право»
 - «Модернізація податкової і митної політики в інституціональному забезпеченні розвитку економіки України»
 - «Імплементация європейських цінностей та технологій оподаткування в Україні»
 - «Фінансова політика: теоретичні та практичні аспекти юридичної науки»
 - «Державний фінансовий аудит: проблеми теорії і практики»
 - «Державний фінансовий контроль»
 - «Економічна теорія»
 - «Державні цільові фонди»
 - «Теоретичні та практичні аспекти визначення та підтвердження походження товарів»
 - «Організація постмитного контролю та аудиту»
 - «Фінансове посередництво»
 - «Організація бухгалтерського обліку»
 - «Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності»
 - «Методологічне та інструментальне забезпечення наукових досліджень»
 - «Податкова система»
 - «Митний контроль та митне оформлення в морських пунктах пропуску: проблемні аспекти та напрями удосконалення»
 - «Митна наука. Анотований показник результатів наукових досліджень (2009–2019 рр.): у 2 т.
 - «Сучасні теоретико-практичні аспекти дослідження резистентного соціального капіталу Держмитслужби»
 - «Вектори еволюції та перспективи підприємництва в умовах сучасних викликів»
-

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ
СПІЛКА ПІДПРИЄМЦІВ МАЛИХ, СЕРЕДНІХ І ПРИВАТИЗОВАНИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ
ДУ «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ НАН УКРАЇНИ»
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ
МОЛДАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
AKADEMII POMORSKIEJ W SŁUPSKU (POLSKA)
Навчально-науковий інститут економіки, оподаткування та митної справи
Кафедра господарського права та процесу
Кафедра економіки підприємства**

СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

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

*Присвячена 100-річчю
Університету державної фіскальної служби України*

ВЕКТОРИ ЕВОЛЮЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Збірник матеріалів IV міжнародної
науково-практичної конференції
«Економічні перспективи підприємництва»*

**У двох частинах
Частина 2**

08–09 жовтня 2020 року

**Ірпінь
2020**

УДК 334.7(06)
ББК 65.9(2/8)290я431
В 26

*Рекомендовано до друку Вченою радою Університету державної фіскальної служби України
(протокол № 12 від 29 жовтня 2020 року)*

*Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції,
присвяченої 100-річчю Університету державної фіскальної служби України
«Економічні перспективи підприємництва», 08–09 жовтня 2020 року*

Рецензенти:

Тельнов А.С. д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету.

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

Організаційний комітет:

Голова – Пашико П.В., д.е.н., професор, ректор УДФСУ

Заступник голови – Шевчук С.В., д.е.н., доцент, в.о. директора навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ.

Члени оргкомітету:

Драган О.В., д.ю.н., доцент, проректор з наукової роботи УДФСУ.

Топчий В.В., д.ю.н., професор, директор навчально-наукового інституту права УДФСУ.

Биковець В.М., генеральний директор Спілки підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України.

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

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

Кіндзерський Ю.В., д.е.н., провідний науковий співробітник ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України».

Русак О.С., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Академії управління при Президентіві Республіки Білорусь (м.Мінськ, Республіка Білорусь).

Хемурару Марія, д.е.н., доцент, директор департаменту економіки, маркетингу і туризму факультету економічних наук Молдавського державного університету (м.Кишинів, Республіка Молдова).

Матуська Ева (Ewa Matuska), PhD, завідувач кафедри управління Поморської академії в Слупську (Polska).

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

Лазебник Л.Л., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства УДФСУ.

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

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

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

В 26 Вектори еволюції та перспективи підприємництва в умовах сучасних викликів: збірник матеріалів IV міжнародної науково-практичної конференції «Економічні перспективи підприємництва», (08–09 жовтня 2020 р., м. Ірпінь) : у 2 ч. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2020. – Ч. 2. – 242 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 160).

ISBN 978-966-337-602-8

У збірнику опубліковано матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, присвячені питанням осмислення економічних проблем та перспектив розвитку підприємництва. Основними напрямками досліджень є: теорія підприємництва та вектори її еволюції в умовах сучасних викликів; держава і бізнес: цілі, моделі, засоби взаємодії; цифровізація і кіберзахист підприємницького простору; правове регулювання підприємництва; економічна безпека підприємницької діяльності: нові загрози; малий, середній і великий бізнес: інституційні особливості становлення та розбудови; маркетинг і логістика ефективного бізнесу; фінанси підприємництва та виклики його фінансовізації; Україна – територія можливостей для розвитку бізнесу: погляд молоді. Видання призначене для науковців, молодих вчених, аспірантів, студентів.

УДК 334.7(06)
ББК 65.9(2/8)290я431

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

ISBN 978-966-337-602-8

© Науковий гурток «Економіст», 2020
© Університет ДФС України, 2020

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
MINISTRY OF FINANCE OF UKRAINE
UNIVERSITY OF THE STATE FISCAL SERVICE OF UKRAINE
THE STATE ORGANIZATION «INSTITUTE OF ECONOMICS AND FORECASTING OF
THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF UKRAINE»
UNIONN OF ENTERPRISES OF SMALL, MIDDLE AND PRIVATIZED
ENTERPRISES OF UKRAINE
KHMELNYTSKIY NATIONAL UNIVERSITY
SUMY NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY
ACADEMY OF PUBLIC ADMINISTRATION UNDER THE AEGIES OF THE
PRESIDENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS
MOLDOVA STATE UNIVERSITY
POMERANIAN ACADEMY IN SLUPSK (POLAND)
Educational and Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs Affairs
The Business Law and Procedure Department
Department of Enterprise Economics**

THE SERIES «TAXATION AND CUSTOMS IN UKRAINE»

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

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

VECTORS OF EVOLUTION AND PROSPECTS OF ENTREPRENEURSHIP IN TODAY`S CHALLENGES

**the 4th International Conference the Economic Perspectives
of Entrepreneurship (ICEPE`20)**

The materials included in two parts

Part 2

**Irpin
October 08–09, 2020**

*It was recommended for publication by the Academic Council University of State Fiscal Service of Ukraine
(protocol № 12, October 29, 2020)*

*Collection of materials of the fourth International Scientific and Practical Conference
The conference is dedicated to the 100th anniversary of University of State Fiscal Service of Ukraine,
“The economic perspectives of entrepreneurship”, October 08-09th 2020*

Reviewers:

Telnov A. S., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Marketing and Trade Entrepreneurship in Khmelnytskyi National University;

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

Organization Comitee:

Chairman – Pashko P.V., Doctor of Economics, Professor, USFSU rector;

Deputy Chairman – Shevchuk S. V., Director of Educational-Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs business in USFSU;

Dragan O. V., Doctor of Laws, Assistant Professor, vice-rector for Reserch in USFSU.

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

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

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

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

Kindzersky Yu.V. - Doctor of Economics, Leading Researcher of the Department of Economic Growth and Structural Changes in the Economy, State Institution "Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine";

Rusak E.S. – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of enterprise economics in Academy by Belarus Republic President (Minsk, Republic Belarus);

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

Ewa Matuska – Ph.D., Assistant Professor, Head of the Department of Organization and Management in Chair of Management, Pomeranian Academy in Slupsk (Poland)

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

Lazebnyk L. L. – Doctor of Economics, Professor, Chair of the Department of enterprise economics in USFSU;

Nikitchenko N. V. – Doctor of Laws, Professor, Chair of the Business Law and Procedure Department in USFSU;

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

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

V 26 Vectors of evolution and prospects of entrepreneurship in today`s challenges: Collection of materials of the 4th International Conference the Economic Perspectives of Entrepreneurship (ICEPE`20), (october 08–09 2020, Irpin) : in 2 p. P. 2. – Irpin : University of SFS of Ukraine, 2020. – 242 p. – (The series «Taxation and Customs in Ukraine», t. 160).

ISBN 978-966-337-602-8

Materials of the fourth International Scientific and Practical Conference, dedicated to comprehension of economic problems and perspectives of business development, are in the collection. Main directions of research are the Theory of entrepreneurship and vectors of its evolution in modern challenges; state and business: goals, models, means of interaction; digitalization and cyber defense of modern business space: new realities in a pandemic; legal regulation of entrepreneurship; economic security of business; Small, medium and large business: institutional features of formation and development; marketing and logistics of effective business; entrepreneurship finance and challenges of its financing; Ukraine – an area of business development opportunities: the view youth. Edition is designed for scientific society, young scientists, postgraduates and students.

**UDC 334.7(06)
BBK 65.9(2/8)290y431**

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

ISBN 978-966-337-602-8

© Scientific club «Economist», 2020
© University of SFS of Ukraine, 2020



ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 9. УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ: ПОГЛЯД МОЛОДИ

1. **Адаменко Ілона Володимирівна,** 11
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ:
СУТНІСТЬ, МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ**
2. **Антипчук Костянтин Петрович,** 14
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ
3. **Васюк Едуард Павлович,** 17
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА
ПІДПРИЄМСТВІ**
4. **Гудзенко Олексія Віталійовича,** 20
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ткаченко Володимир Валентинович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИТЦВА В
УКРАЇНІ**
5. **Гук Руслан Юрійович,** 23
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу
профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню
Університету ДФС України
ГЕОЕКОНОМІЧНІ ПРІОРИТЕТИ УКРАЇНИ
6. **Дзядик Христина Вікторівна,** 26
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ружинська Наталія Олексіївна, к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**РОЛЬ ТА МІСЦЕ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ
УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ**



7. **Деркач Валентина Миколаївна,** 28
студентка Національного університету «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»
Науковий керівник: Чевганова Віра Яківна, д.е.н., професор, зав.
кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу Національного
університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
**БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАГРОЗИ ТА
РИЗИКИ**
8. **Заворотнюк Анна Ігорівна,** 32
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ткаченко Володимир Валентинович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ІНФОРМАТИЗАЦІЇ
ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ**
9. **Ігнатенко Тетяна Олександрівна,** 35
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ткаченко Володимир Валентинович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ
10. **Кабанова Поліна Олегівна,** 39
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ткаченко Володимир Валентинович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-
ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ**
11. **Каневський Роман Віталійович,** 41
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ткаченко Володимир Валентинович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ В СУЧАСНОМУ
РИНОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ**
12. **Кацімон Марія Миколаївна,** 44
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ВИТРАТНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
13. **Кривчак Дарина Олегівна,** 47
студентка Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Науковий керівник: Менчинська Олена Миколаївна, к.е.н., асистент
кафедри економіки та міжнародних відносин Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ
**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В
УКРАЇНІ**



-
14. **Кукурудза Наталія Володимирівна,** 50
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ В
УКРАЇНІ**
15. **Любенчук Олександр Анатолійович,** 53
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Кравченко Маргарита Анатоліївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**
16. **Майборода Денис Олександрович,** 57
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Кравченко Маргарита Анатоліївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПОДАТКУ НА ВИВЕДЕНИЙ
КАПІТАЛ В УКРАЇНІ**
17. **Мігунова Жанна Павлівна,** 60
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ружинська Наталія Олексіївна, к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ДЕРЖАВИ
18. **Михайліченко Юлія Валентинівна,** 63
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник:
Ружинська Наталія Олексіївна, к.е.н., доцент кафедри економіки
підприємства Університету ДФС України
СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА
19. **Могилко Дмитро Михайлович,** 66
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ружинська Наталія Олексіївна, к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
**РОЛЬ ЛОГІСТИКИ В РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В
СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**
20. **Мамалига Вікторія Олегівна,** 68
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Марченко Ольга Іванівна, к.е.н., доцент кафедри
економіки підприємства Університету ДФС України
**ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ
УКРАЇНИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО ПОТЕНЦІАЛУ**
21. **Огороднік Назарій Юрійович,** 71
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Ружинська Наталія Олексіївна, к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФРАНЧАЙЗИНГУ



22. **Плешкова Діана Ігорівна,** 73
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Кравченко Маргарита Анатоліївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ДОСВІД РОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ ЩОДО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
23. **Пригаровський Дмитро Юрійович ,** 76
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Калач Ганна Миколаївна, к.е.н., доцент, доцент
кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ В УКРАЇНІ
24. **Речиць Ніка Григоріївна,** 79
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Кравченко Маргарита Анатоліївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ЯКІСТЬ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ
25. **Рудик Олег Миколайович,** 82
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Калач Ганна Миколаївна, к.е.н., доцент, доцент
кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА АСПЕКТИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ
26. **Сокирко Тетяна Олександрівна,** 85
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна, старший
викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу
профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню
Університету ДФС України
МОТИВАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
27. **Соколюк Катерина Олександрівна,** 88
Шрамковська Анастасія Геннадіївна,
студентки ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗРОБКИ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
28. **Солоний Дмитро Олегович,** 92
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Гурочкіна Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ У СПІВПРАЦІ З ЄС



29. **Сіротко Катерина Юріївна,** 95
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна, старший викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню Університету ДФС України
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНДИКАТОР РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
30. **Синяк Максим Русланович,** 98
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна, старший викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню Університету ДФС України
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ І БІЗНЕСУ
31. **Спекторук Владислав Володимирович,** 101
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Кравченко Маргарита Анатоліївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства Університету ДФС України
ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЯК МЕТОД КООРДИНАЦІЇ
32. **Сліпородський Едуард Володимирович,** 104
студент ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна, старший викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню Університету ДФС України
ПОБУДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СМІТТЄПЕРЕРОБНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ШВЕЦІЇ
33. **Терихова Поліна Сергіївна,** 107
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна, старший викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню Університету ДФС України
ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
34. **Уманець Марина Валеріївна,** 110
студентка ННІЕОМС Університету ДФС України
Науковий керівник: Тарнавська Валентина Валентинівна, старший викладач кафедри економіки підприємства, завідувач відділу профорієнтаційної роботи, практики та сприяння працевлаштуванню Університету ДФС України
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ
35. **Шкварко Аліна Олександрівна,** 113
студентка Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Науковий керівник: Менчинська Олена Миколаївна, к.е.н., асистент кафедри економіки та міжнародних відносин Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
ПЕРЕОСНАЩЕННЯ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ З ДВЗ НА ЕЛЕКТРО: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ



СЕКЦІЯ 9
УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ
ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ



*Адаменко Ілона Володимирівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Гурочкіна Вікторія Вікторівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: СУТНІСТЬ, МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ

Одним із головних завдань діяльності господарюючого суб'єкта є забезпечення його фінансової стійкості. Важлива роль у реалізації цього завдання приділяється системі управління економічним потенціалом. Забезпечення потенціалу підприємства є багатоцільовою і багатоплановою проблемою, оскільки кінцевий результат залежить від якості рішень, що приймаються. Галузь харчової промисловості України забезпечена як сировинною базою, так і трудовою необхідністю. Але існує низка чинників, яка не дає можливість для поштовху та стабільного розвитку. Тому, застосування механізмів формування та методів оцінки потенціалу підприємств набуває особливого значення і актуальності.

Саме поняття «потенціал» походить від латинського слова «potential», що означає «сила», «міць», «потужність», «здатність», «приховані можливості», «спроможність бути».

Автори наукових праць Тарасюк Г.М. та Ярмолук М.Ю. провівши аналіз зазначають, що сам термін «потенціал» означає «приховані можливості», «міць, сила», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [1].

Гурочкіна В.В. зазначає, що потенціал – це наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції [2].

Як стверджує автор Радченя І.В., термін «потенціал» має загальнонауковий характер, і його застосовують у багатьох галузях знань – фізиці, біології, географії, демографії, економіці, соціології, педагогіці та інших науках, але головною особливістю цього терміна є інтегральна міра оцінювання можливостей різних систем [3].

Значення потенціалу є досить багатограним. Для економіки держави важливим є економічний потенціал регіонів, а також потенціал конкретного виробничого підприємства. В ринкових умовах категорія «потенціал» здобуває



особливу актуальність як одна з основних характеристик стабільності підприємства і, головне, можливостей його подальшого розвитку.

Формування потенціалу підприємства, становить об'єкт, предмет, сутнісну характеристику при умовах ринкового господарювання.

Метою теорії потенціалу підприємства стає обґрунтування теоретично-методичних основ формування потенціалу і його оцінювання на підприємстві.

Об'єктом потенціалу підприємства стають процеси виробничо-господарської діяльності підприємства.

Предметом потенціалу підприємства є теоретично-методичні засади формування підприємства та видових компонентів в умовах конкуренції.

Завданням теорії потенціалу є визначення напрямку розвитку виробничого та ринкового процесу на підприємстві для забезпечення ефективного розвитку та отримання доходу.

Під час господарської діяльності підприємства постійно проходять потоки різної інформації, від якої залежать всі процеси його діяльності. Для формування потенціалу підприємства велике значення має як внутрішня інформація, що відображає стан самого підприємства, так і зовнішня, що утворюється за межами суб'єкта господарювання. Тому, виникає необхідність створення налагодженої та ефективної інформаційної системи, тобто сукупності пов'язаних між собою елементів з приймання, накопичення, опрацювання, збереження, передачі інформації, що є одним з основних компонентів інформаційного забезпечення на підприємстві.

Існує певна класифікація методів оцінки потенціалу підприємств, детальніше розглянемо її на рис. 1.

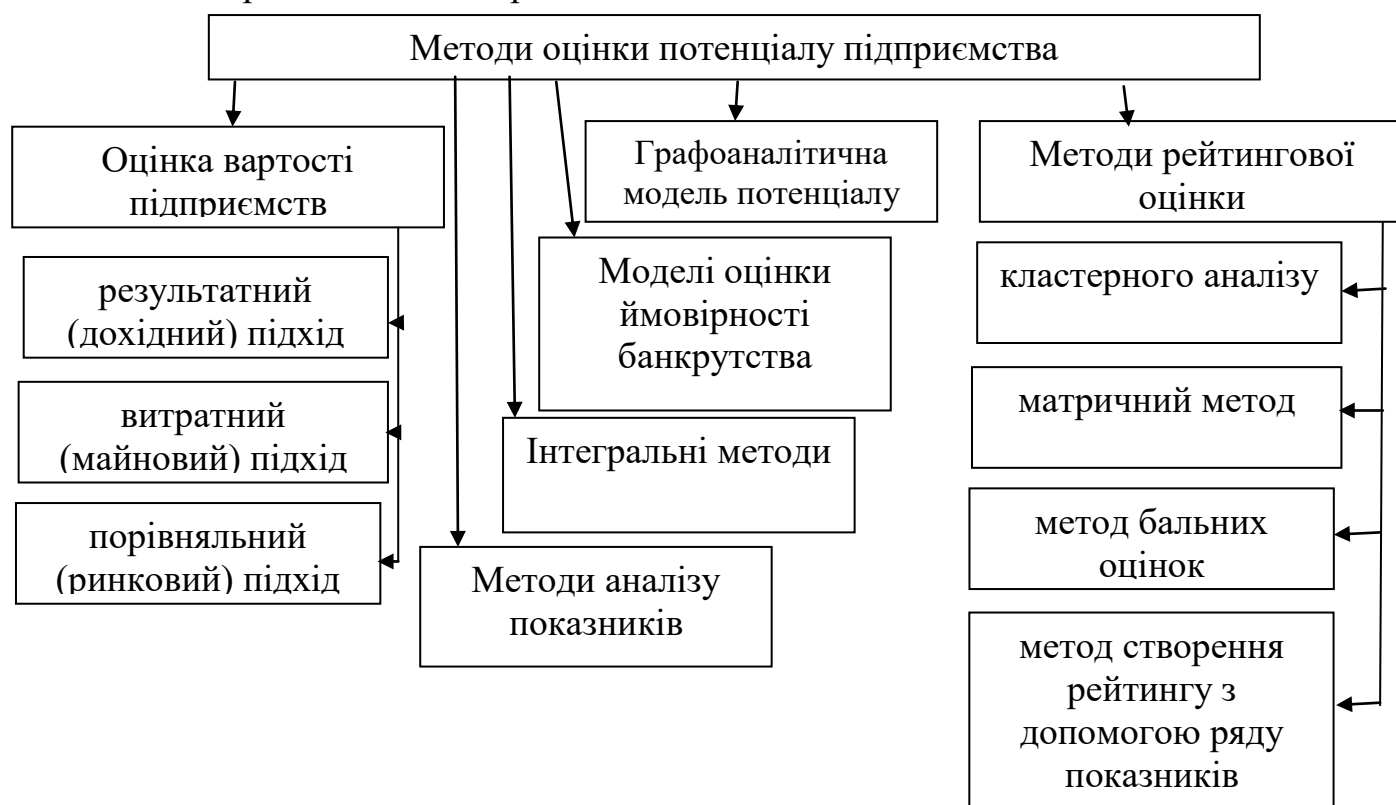


Рис. 1. Методи оцінки потенціалу підприємства [4]



1. Оцінка вартості підприємств, чим більший дохід що приносить об'єкт, тим більша величина його ринкової вартості.

2. Графоаналітичний метод – це коли потенціал підприємства можна вимірювати у спеціальних одиницях, як позитивних, так і негативних, але при цьому важливим є можливість їх досліджень у певній динаміці.

3. Моделі оцінки ймовірності банкрутства, використовується система коефіцієнтів: коефіцієнт поточної ліквідності (покриття); коефіцієнт забезпеченості власними коштами; коефіцієнт відновлення (втрати) платоспроможності.

4. Інтегральні методи, слід розуміти деякий умовний числовий вимірювач латентної якості досліджуваного явища.

5. Методи аналізу показників, використовуються для визначення рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства. Методи оцінки за допомогою горизонтального і вертикального аналізу показників діяльності підприємства можуть бути застосовані лише як додатковий, супровідний метод аналізу.

6. Методи рейтингової оцінки, що виступає одним з важливих методів діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства

Кожен з вищеназваних методів оцінки має свої недоліки, оскільки оцінки дають уявлення про якісні складові об'єкта аналізу, суб'єктивний характер аналітичних процедур, що не дозволяє ототожнювати отримані результати за вищевказаними методами з можливостями підприємства.

Дослідивши методи оцінки потенціалу підприємств, можна дійти висновку, що найоптимальнішими методами оцінки потенціалу підприємства є рейтингові та інтегральні методи, тому на їх базі буде побудований розроблений методичний підхід. Систематизовано методи щодо оцінки потенціалу підприємства, серед яких основне місце належить методам формалізованого представлення, якісним та комплексним методам.

В сучасних економічних умовах перед вітчизняними підприємствами досить гостро стоїть питання по-перше, пошуку нових ідей та дієвих методів управління, по-друге, залучення інвестицій та/або диверсифікація фінансових ризиків. Опанувавши дані питання це допомагає зберегти бізнес, сформувати стійку позицію та досягти конкурентоспроможності підприємства. Однак в реаліях сьогодення підприємству важливо перейти на вищий шабель розвитку – інноваційний. Стосовно питань забезпечення захисту на початковому етапі зародження нововведень і безпосередньо в процесі реалізації інновацій, важливим залишається деталізація особливостей складових інноваційного потенціалу підприємства [5].

Список використаних джерел:

1.Тарасюк Г.М., Ярмолук М.Ю. Сутнісні характеристики та ефективність використання економічного потенціалу вітчизняних підприємств. Вісник



Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2014. № 2. С. 168-177.

2. Гурочкіна В. В. Формування та оцінювання науково-виробничого потенціалу підприємства / В. В. Гурочкіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2016. - Вип. 6(1). - С. 90-93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_6%281%29_20

3. Радченя І. В. Теоретичний аналіз підходів до розкриття сутності особистісного потенціалу / І. В. Радченя // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. - 2016. - Вип. 47. - С. 145-151. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2016_47_21.

4. Повержук У.-Ю. М. Формування та розвиток фінансово-економічного потенціалу підприємств в сучасних умовах господарювання. Дисертація на здобуття наукового ступеня к.е.н. за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. – Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича. – Одеська національна академія харчових технологій. – Одеса, 2018.

5. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту [Електронний ресурс] / В. В. Гурочкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 51-57. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf>

*Антипчук Костянтин Петрович,
студент ННІЕОМС*

*Університету ДФС України
Науковий керівник:*

*Гурочкіна Вікторія Вікторівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

***Анотація.** У тезах розглядаються наслідки та можливості цифрових технологій для різних видів ділової діяльності компаній в умовах пандемії. Розкрито та проаналізовано сутність поняття «діджиталізація» та основні аспекти. Автор також приділяє увагу та інструменти, що використовуються в процесі цифрової перебудови моделей.*

***Ключові слова:** діджиталізація, цифрові технології, пандемія, карантин.*

Вступ та постановка проблеми. Термін «діджиталізація» походить від англійського «digitalization» і в перекладі означає «оцифровування»,



«цифровізація», або ж «приведення в цифрову форму». Разом із тим сьогодні вітчизняні науковці дедалі частіше послуговуються зазначеним терміном, спираючись на вимоги практичної транскрипції, а тому широкого поширення набули терміни «діджиталізація», або ж «дігіталізація». [1]

Однією із головних проблем в бізнесі на сьогодні – це створити сприятливі умови на підприємствах для того, щоб вони якнайдовше могли утримувати своїх працівників та платити заробітну плату, оскільки в кризовому становищі суспільство активно починає шукати шляхи вирішення фінансових проблем. Безпосередньо це головна задача для влади, надати можливості та умови для бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сергій Мільман, засновник компанії YouControl прокоментував ситуацію - «Дуже небагато країн світу мають ресурс для того, аби компенсувати своїм громадянам сидіння вдома протягом довгого часу. Це стосується і України. Можна впровадити податкові канікули на час карантину. Це буде значно дешевше, ніж утримувати людей, які втратять роботу на фонді для безробітних». [2]

Важливим аспектом діяльності уряду в умовах карантину та боротьби з коронавірусом є інформування суспільства про реальний стан речей. Повинні бути сервіси та аналітичні звіти з цими даними, які будуть підказувати суспільству як краще вирішувати проблеми. Громадяни та бізнес чекають від влади логічної стратегії та чесною і відкритою комунікації. Якщо є чесна і відкрита комунікація, то з'являється довіра. Без довіри колаборація між владою та бізнесом неможлива. Колаборація є ключовою навичкою, яка має з'явитися у державі сьогодні.

Метою даної роботи є вивчення впливу діджиталізації та цифрових технологій на бізнес-моделі компаній.

Виклад основної частини. Близько 900 млн людей у 35 країнах світу опинилися на карантині. В Україні введено порівняно жорсткі обмеження на пересування, які створили для українців нову реальність, в якій вони будуть існувати найближчий місяць, а може і більше. Українцям та підприємствам до цього просто необхідно адаптуватися. Ця нова реальність потребує нових підходів і нових рішень. В тому числі вона вимагає перевести в цифру більшість нашої операційної діяльності. Ми дуже часто проводимо зустрічі для вирішення певного питання. Не робимо це по телефону або через месенджер, а зустрічаємося особисто. Сьогодні такі зустрічі переходять в інший формат, формат чатів, комунікаційних платформ, які дозволяють так само ставити завдання співробітникам та їх контролювати.

На рис. 1 продемонстровано категорії інструментів, які використовуються в процесі цифрової трансформації бізнес-моделі. Кожна з категорій включає набір конкретних заходів і сервісів, наприклад Digital Data (цифрові дані): це



збір, обробка та аналіз відцифрованих даних для полегшення та поліпшення прогнозів і прийняття рішень. Automation (автоматизація) включає поєднання класичних технологій штучного інтелекту, що дають змогу автономно працювати і самоорганізовуватися. Це зменшує кількість помилок, збільшує швидкість і дає змогу знизити експлуатаційні витрати. Інструменти Digital Customer Access (цифровий доступ клієнтів) – це мобільний Інтернет, що відкриває прямий доступ до клієнта, забезпечує високий рівень прозорості та надання нових послуг. І останній набір інструментів – це Networking (мережа): мобільна або дротова мережа всього ланцюжка доданої вартості за допомогою високошвидкісних широкосмугових телекомунікацій дає змогу синхронізувати ланцюги поставок, що призводить до скорочення часу виробництва та інноваційних циклів.

Сьогодні як ніколи помітно, наскільки швидко можуть відбуватися адаптивні процеси. Ресторани кооперуються зі службами доставки, для того, щоб люди могли куштувати вдома ті самі страви, що і в закладі. Навчальний процес переходить в режим онлайн і відбувається через чати та відео зв'язок. Діджиталізація це одна з реальних можливостей перелаштувати свої процеси і адаптуватися до сьогоденної ситуації. Ми не знаємо коли завершиться карантин, але навички, які ми отримаємо, будуть надзвичайно корисні. В багатьох компаніях розпочали дуже серйозно планувати всі процеси, виділяти на це реальний ресурс, навчилися обмежувати час на порожні балачки, спілкування та зустрічі. Хоча необхідне для цього програмне забезпечення існувало і раніше, робочим було простіше зателефонувати, розповісти або написати повідомлення, ніж одразу якісно та чітко поставити якусь задачу. Безумовно окрім негативних наслідків ситуації, яка склалася, ми отримаємо і позитивні, у вигляді новонабутих навичок.

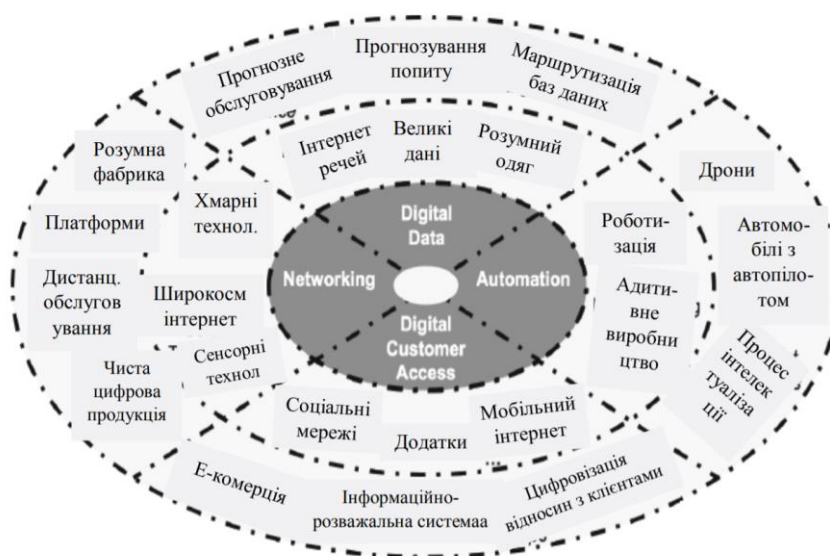


Рис. 1. Інструменти цифрової трансформації бізнес-моделі [3, с. 8]



Підприємствам яким ще не вдалось наладити свою роботу в першу чергу необхідно навчитись працювати в онлайн-режимі, проводити зустрічі та конференції сидючи у себе дома, заключати договори за допомогою електронного цифрового підпису (ЕЦП), проводити моніторинг та аудит своїх співробітників на якість праці в дистанційних умовах, та при необхідності підвищити їх кваліфікацію.

Висновки. За сучасних ринкових умов господарювання переважній більшості підприємств необхідно виробляти оптимальну концепцію, яка надасть змогу правильно та економічно доцільно сформулювати стратегію розвитку діджиталізації.

Список використаних джерел:

1. Словарный запас: дигитализация URL: <http://www.strelka.com/ru/magazine/2015/02/03/vocabulary-digitalisation>.
2. Прес-центр УКМЦ “Головна задача для влади сьогодні це створити сприятливі умови для бізнесу – засновник YouControl” URL: <https://uacrisis.org/uk/75310-digitalization-in-pandemia-conditions>
3. David Eder, Christoph Buck. The Impact of Digitization on Business Models – A Systematic Literature Review. New Orlean, August 2018. С. 2–10

Васюк Едуард Павлович,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Гурочкіна Вікторія Вікторівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Зміни, що відбуваються поступово у суспільстві, пов’язані з інформатизацією усіх сфер життя, супроводжуються збільшенням кількості неякісної продукції. Стратегія розвитку на основі високої якості продукції залишається не домінуючою в галузях виробництва. На теперішній час інновації є фактором конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах глобалізації ринків. Проте потреба населення у якісних продуктах харчування та дієвих лікарських засобах не зменшується. Тому важливе значення мають організаційно-економічні аспекти підвищення якості продукції на підприємстві.



Слід розглядати підвищення якості продукції як інтенсифікація рівня життя суспільства, а також як забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках. Якість продукції та послуг гарантує підприємству постійних покупців та привабливість на ринку. Належний рівень якості продукції є умовою його виживання на арені ринкової економіки. В умовах ринкових відносин кожне підприємство має орієнтуватися на досягнення максимальних результатів своєї діяльності. Важливим є усвідомлення впливу якості продукції, що пропонується на ринку, і організаційно-економічних аспектів, які її формують.

В загальній моделі «Петля якості» якість продукції розглядається взаємопов'язано з іншими структурними компонентами підприємства. Підвищення якості продукції повинно базуватися на основі розробки комплексної, поєднаної системи технічних, організаційних, економічних, соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва і споживання продукції [1, с. 2].

До організаційних аспектів підвищення якості продукції відносять:

- 1) запровадження новітньої технології виробництва, сучасних форм та методів організації виробництва та управління;
- 2) удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов;
- 3) поліпшення умов праці, відбір потрібної сировини та матеріалів;
- 4) збільшення випуску сертифікованої продукції, покращення окремих показників якості продукції, що випускається на підприємстві;
- 5) забезпечення належної технічної оснащеності виробництва;
- 6) використання ефективної мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства і т.д.

До економічних аспектів відносять: управління економікою якості та планування капіталовкладень в якість продукції. А це в свою чергу включає навчання персоналу, економічну діагностику, вивчення ринку, залучення незалежних експертів і т.д. Також, важливою є політика у сфері якості та конкретний розподіл обов'язків і повноважень кожного співробітника, використання різних методів і прийомів управління якістю продукції, використання останніх науково-технічних розробок та відповідність вимогам та ін.[2, с. 92].

Дослідження, проведені в ряді країн, показали, що в компаніях, які мало приділяють уваги якості, до 60% часу може витратитися на виправлення браку. Аналіз роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрійну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40% більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості [3].



Якість продукції формується упродовж виробничого процесу. Для забезпечення високої рентабельності продукції, слід чітко дотримуватись процесу виробництва та не допускати, щоб готова продукція знаходилась на складі більше того періоду, що допускається. Адже процес відновлення продукції є досить затратним та трудомістким. Затрати на організацію системи управління якістю та ефективного виробничого циклу зможуть окупитись лише тоді, коли відходи та брак будуть невеликими і продукція почне компенсуватися в повній мірі [4]. Розглядається це у концепції «0 дефектів», яка стала основою моделі «шість сигм» (6 σ), що дозволяє отримати низький рівень браку. Головним фактором підвищення якості продукції є постійний контроль, а не виправлення допущених помилок [5].

Висновки. Підводячи підсумок, зазначимо, що якість продукції – це сукупність властивостей продукції або послуги, що здатні задовольнити потреби споживачів. Вона є вагомою складовою та великою перевагою у сфері виробництва. Висока якість продукції сприяє ефективному розвитку внутрішньої та зовнішньої торгівлі, розширенню експорту продукції. Дотримуючись належного рівня якості, керівництво підприємства має на меті досягти відповідної конкурентоспроможності та збільшити свою частку на ринку. Скориставшись глобалізаційними процесами можна не тільки підвищити якість продукції, але створити фундамент для розквіту економіки країни загалом.

Список використаних джерел:

1. Ткачук Л.М. Якість продукції: методологічні та прикладні аспекти // Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид. 2013. №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2018>.
2. Труш Ю. Я. Обґрунтування основних шляхів підвищення управління якістю продукції // Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 8. С. 91 – 94.
3. Рябушкіна А.А. Якість продукції та забезпечення її конкурентоспроможності // Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид. 2013. №7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2184>.
4. Поліщук О.Т. Сутність та деякі облікові аспекти витрат на якість продукції // Проблеми економіки. 2015. №1. С.226 – 231.
5. Тарасюк Г.М., Бабич Н.О. Управління якістю продукції як одна зі складових управління операційною системою // Вісник ЖДТУ. 2016. №3(77). С.87 – 91.



*Гудзенко Олексія Віталійовича,
студент ННІЕОМС*

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Ткаченко Володимир Валентинович,

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

Університету ДФС України

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИТЦВА В УКРАЇНІ

Малий бізнес як форма організації виробництва є важливим сектором вітчизняної економіки, сприяючи насиченню ринку товарів і послуг, створенню нових робочих місць, зменшенню рівня безробіття та в кінцевому підсумку - зростанню добробуту населення. Продуктивна робота малих підприємств є джерелом поповнення бюджетів усіх рівнів та покращення стану ВВП.

Розвиток економічної системи в Україні характеризується частими кризами, що виникають на тлі вкрай нестабільної соціально-економічної та політичної ситуації. Без розвитку та підтримки малого бізнесу державою неможливо вирішити ці проблеми, оскільки вони є генераторами стабільності національної економіки та соціальних питань.

Дослідженню тенденцій і перспектив розвитку малого підприємництва в Україні присвячено багато праць вітчизняних науковців, таких як: А. Бутенко [1], З. Варналій [2], В. Воротін [6], Л. Воротіна [3], В. Геєць [6], В. Ляшенко [7] та інші.

Сутність малого бізнесу можна визначити в такий спосіб: він є провідним сектором ринкової економіки, складає основу дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового виробництва; забезпечує насиченість ринку споживчими товарами й послугами повсякденного попиту; сприяє реалізації інновацій, створенню додаткових робочих місць; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців власників і сприяє розвитку конкуренції [4].

Малі підприємства часто функціонують у формі сімейних підприємств, сильними сторонами яких є знання ринку та стійкість. Частка сімейних підприємств у генеруванні національного доходу у США та Великобританії



перевищує 50% ВВП; у Литві, Норвегії, Ісландії, Ліхтенштейні вона складає основну частку національного доходу. Управління фінансами в малому бізнесі має свої специфічні особливості.

. Процес розвитку малого бізнесу в Україні перешкоджається завдяки певним важливим причинам, до яких відносяться:

- слабка інноваційна інфраструктура;
- надзвичайно низький рівень, навіть відсутність державних субсидій для малого бізнесу;
- нерозвиненість системи кредитування малого бізнесу;
- неефективна система оподаткування;
- слабка організація управління розвитком малого бізнесу на державному рівні.

Для вирішення вищезазначених проблем розвитку малого бізнесу необхідно активізувати державу для прискорення формування сектору структур малого підприємництва. Методи, які використовує держава при регулюванні та стимулюванні розвитку малого бізнесу в Україні, поділяються на адміністративні та економічні. Окреслимо основні методи державного регулювання та стимулювання розвитку малих підприємств в Україні:

1) податкові - зменшення кількості податків та податкового тягаря, встановлення пільгового оподаткування, надання субсидій та дотацій; застосування державного пільгового кредитування;

2) державні закупівлі товарів та послуг від малого підприємництва на прозорій тендерній основі;

3) підтримка розвитку конкретної діяльності - факторингу та лізингу;

4) інформаційний консалтинг та інфраструктурна підтримка.

Ринкові економічні інститути ще не стали суспільною формою узгодження загальних цілей і завдань із приватними інтересами. Це трапилося тому, що їхнє створення, особливо в початковій стадії переходу до ринку, відбулося лише формально. Функції будь-якого суспільного інституту полягають у встановленні та підтримці заходів як дозвільного, так й обмежувального порядку. Слабкість державної влади дозволила певній і відносно небагатовисловленій частині суспільства, що набралася сили в результаті так званої «приватизації», деформувати дії економічних інститутів. Ця деформація дозволяє олігархам широко використовувати дозвільну сторону суспільних економічних інститутів, практично виключивши для себе дію іншої сторони суспільних інститутів — обмежувальної [5, с. 49-50].

Окреслюючи надзвичайно високу частку малого бізнесу в загальному обсязі, слід зазначити щодо неймовірного потенціалу розвитку економіки в Україні за їх рахунок. Але для цього потрібна як політична воля, так і



професіоналізм осіб, які приймають рішення, а також узгоджена співпраця всіх зацікавлених сторін - держави, підприємництва та громадськості.

Зважаючи на проблеми, зазначені вище для розвитку малого бізнесу в Україні, зрозуміло, що, з одного боку, малий бізнес не функціонує повністю, а з іншого, він має значний потенціал для покращення своєї діяльності та потребує активізації в усіх сферах господарської діяльності.

Розглядаючи суперечливий характер діяльності малого бізнесу, включаючи його переваги та недоліки, слід визначити основні напрями подолання негативних явищ у діяльності малого підприємництва:

- розробка заходів та інструментів державної підтримки на всіх рівнях та в усіх напрямках;
- міжнародна допомога в науково-технічній діяльності (через проекти співфінансування, гранти, консультації та підготовка кадрів);
- державно-приватне партнерство (через діяльність спілок, асоціацій, громадських об'єднань тощо);
- професійне навчання, перепідготовка та ефективне управління персоналом (розробка ефективних управлінських рішень, ефективне стимулювання та мотивація) з урахуванням відмінностей у соціально-психологічній специфіці трудових відносин.

Список використаних джерел:

1. Бутенко А.І., Шлафман Н.Л. Напрямки дерегуляції діяльності малих підприємницьких структур в Україні. Вісник економічної науки України. 2012. №1 (21). С. 30-33.
2. Варналій З.С. Застосування податкового стимулювання суб'єктів підприємницької діяльності в умовах впровадження норм Податкового кодексу України. Малий і середній бізнес. 2012. №4. С. 151-158.
3. Воротіна Л.І. Можливості збереження підприємств сектора малого бізнесу економіки України. Бізнес Інформ. 2012. № 11. С. 32-37.
4. Дані Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.org/uk/operativ/>.
5. Иванов А.В. Инновации и производственный бизнес в условиях глобализации. Проблемы современной экономики. 2011. № 1. С. 47-52.
6. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: [національна доповідь] / [К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін, В.М. Геєць, Е.М. Лібанова та ін.]. Київ: Держкомпідприємство, 2008. 226 с.
7. Толмачова Г.Ф., Ляшенко В.І., Колеснікова Г.В. Регулювання розвитку малого і середнього підприємництва: досвід зарубіжних країн для України. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 1 (47). С. 157-185.



*Гук Руслан Юрійович,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри
економіки підприємства, завідувач
відділу профорієнтаційної роботи,
практики та сприяння
працевлаштуванню
Університету ДФС України*

ГЕОЕКОНОМІЧНІ ПРІОРИТЕТИ УКРАЇНИ

З часу здобуття Україною незалежності у держави не було чіткої стратегії щодо геоекономічної політики. Ще до початку зміни Україною своєї геоекономічної політики у зв'язку з подіями на сході країни, держава не мала поняття, який вектор обрати та куди рухатися далі, а головним принципом були намагання досягти багатовекторної співпраці з ЄС та Заходом в економічній, політичній, та військовій сфері при повній залежності від Росії, в тому числі, виробництва, яке було орієнтоване на ринки країн СНД.

Для початку необхідно чітко визначити, що таке геоекономіка. Визначень є досить багато, проте незаперечним є той факт, що геоекономіка виникла у 90-х роках ХХ століття як нове русло у геополітиці. Геоекономіка – це концептуальні принципи, що відображають інтерпретацію глобального світу крізь систему економічних атрибутів. Предметом геоекономіки є не сукупність національних економік, а нова наднаціональна економічна популяція. Геоекономічна політика є важливим фактором у виборі ефективної національної геоекономічної моделі, що означає побудову ефективного співробітництва з тими чи іншими країнами та можливу переорієнтацію економіки.

Євроінтеграція – ключовий вибір України, який посідає особливе місце серед її зовнішньополітичних пріоритетів. На XVII саміті Україна-ЄС, який проходив 27 квітня 2015 р. в Києві, Президент України Петро Порошенко наголосив, що перспектива членства у ЄС є ключовим стратегічним орієнтиром українських прагнень до перетворень і ключовою метою, заради яких проводяться реформи [1, с. 3]. Також, після послаблення економічних відносин з Росією, ЄС є найбільшим торговельним партнером України. Проте для успішної реалізації стратегічної мети інтеграції та кінцевого вступу у ЄС Україні необхідно вирішити низку серйозних проблем. До цих проблем можна віднести:– ситуація на Донбасі, і не лише в плані військового конфлікту, а й у



плані економічних втрат та громадського настрою; – високий рівень корупції не лише в органах державної влади, але й у суспільстві; – відсутність консенсусу у політикумі – насамперед причиною в цьому є діяльність ВР України, де представлена велика кількість партій, яка не стільки колективно працює, скільки нав'язує власні інтереси, тобто, проблема багатопартійності; – соціально-економічні проблеми. Не варто виключати і зовнішніх проблем євроінтеграції України, серед яких найбільшими викликами є проблеми у самому ЄС. Якщо проаналізувати країни, що входять до Європейського Союзу, то у більшості з них в останні роки відзначається спадний рівень ВВП, а такі країни, як, наприклад, Греція, взагалі стали депресивними. Крім того, багато країн-учасниць не готові бачити Україну серед членів Європейського. Враховуючи ці проблеми, на швидку інтеграцію України чи тим більше вступ у ЄС можна не розраховувати у короткій перспективі. Для ще більшої підтримки населення необхідно проводити успішні внутрішні реформи, позитивний ефект яких буде відчутний кожному пересічному громадянину. Нині геостратегія України знаходиться на периферії трьох світових парадигм, які включають євразійську, євроатлантичну та південно-східну зовнішньополітичну орієнтацію держави. Всі ці парадигми мають глибокі історичні корені та необхідну обґрунтованість, що зумовлено географічним розташуванням України.

Державі необхідно не просто бути буферною зоною між Сходом та Заходом, але й у власних інтересах використовувати вигідне географічне розташування. Україна є потужною транскордонною державою, що визначається двома характерними особливостями: спільність кордонів з багатьма державами; в Україні на зовнішній кордон держави виходить 20 областей, тобто, фактично майже кожна область виходить на кордон сусідніх держав [2, с. 239]. Враховуючи вигідне геополітичне положення, держава за вибору інтеграції в західноєвропейський простір має активно будувати партнерські відносини з країнами-сусідами та євразійським регіоном. Одним з важливих моментів для України є вироблення стратегії щодо недопущення перетворення нашої держави в буферну зону між Сходом і Заходом, адже тоді курс одновекторності в поєднанні з партнерством із країнами, що не є членами ЄС чи членами інших блоків, перетвориться на курс двовекторності та залежності як від Сходу, так і від Заходу. Оскільки зараз проходить активний процес переміщення економічного та фінансового центру світу від Америки до Китаю та Індії, важливим напрямом розвитку стає партнерство з країнами Азії. Більше того, на сьогодні Україна має позитивне сальдо у торгівлі з країнами Азії. Саме тому збільшення обсягів торгівлі з країнами є одним з шляхів для подолання від'ємного зовнішньоторговельного сальдо, стабілізації економіки, і, відтак, це може стати ключовим моментом для зменшення державного боргу [3, с. 43].



Геоелекономічним пріоритетом України не має бути політика балансування з такими характерними ще донедавна рисами у зовнішній політиці, як позаблоковість, ізоляціонізм, прагматизм та інтеграційна амбівалентність. Політика багатовекторності для нашої держави в сучасному світі має проявитися насамперед у виборі одного конкретного вектору розвитку, яким нині чітко визначено західноєвропейську інтеграцію. Проте, рухаючись в одному напрямі, зовнішня політика країни має проявлятися одночасно у партнерстві зі Сходом, з євразійською зоною, налагодженням відносин із Африкою, країнами Латинської Америки та Далеким Сходом. Також необхідно відмітити, що одним із найбільших пріоритетів зовнішньої політики України є відносини зі США.

Отже, хоча перспективи вступу України до ЄС залишаються невизначеними в часі, проте європейський шлях розвитку має розглядатися країною як орієнтир для здійснення реформ, спрямованих на реалізацію конкурентних можливостей України. Нині для реалізації планів вступу до ЄС нашої державі необхідно подолати низку економічних, політичних, стратегічних та територіальних проблем. Насамперед ці проблеми пов'язані з подоланням бідності, боротьбою з корупцією, зменшенням рівня інфляції, встановленням чіткої стратегії розвитку та вирішенням територіальних проблем, пов'язаних із війною на Сході, а також багатьох інших проблем.

Під час вибору національних пріоритетів у інтеграційних процесах та геоелекономічній політиці слід враховувати такі чинники: реальні можливості вітчизняної економіки; специфіку виробничого та ресурсного потенціалу; кон'юнктуру внутрішнього ринку тощо. Також рекомендовано здійснювати активну та гнучку зовнішню політику на таких напрямках, як посилення та розвиток двосторонніх відносин, посилення відносин з ЄС та розширення участі в європейському регіональному співробітництві, активне членство в ООН та інших міжнародних організаціях, посилення співпраці з США, Китаєм, Індією.

Список використаних джерел:

1. Карнаков І.А. Проблеми багатовекторної інтеграції України в систему міжнародних економічних зв'язків у сучасних умовах. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10kiazsu.pdf>
2. Костиця М. М. Геоелекономічні пріоритети України в контексті інтеграційних процесів. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/66237/62117.pdf>.
3. Перепелюкова О. В., Денисюк О.В. Геоелекономічна стратегія України та її регіонально-інтеграційні пріоритети. Економіка та право. № 2 (44). 2016.



*Дзядик Христина Вікторівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Ружинська Наталія Олексіївна,
к.е.н., доцент кафедри економіки
підприємства
Університету ДФС України*

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Стратегія у загальному розумінні - опис того яким чином компанія планує досягти основних цілей, що сформовані перед нею власниками та акціонерами. На етапі формування стратегії визначається стратегічна направленість компанії, також формуються база, за рахунок якої, компанія може досягти поставлених перед нею довгострокових цілей. [1, с.74]

Для забезпечення фінансової стійкості підприємство повинно володіти гнучкою структурою капіталу, вміти організовувати його рух, щоб забезпечити постійне перевищення доходів над витратами збереження платоспроможності створення умов для його самовідтворення. Саме цими проблемами займається фінансова стратегія. Фінансова стратегія - це генеральний план по забезпеченню підприємства грошовими засобами. Вона охоплює як питання теорії так і питання практики, формування фінансів, їх планування та забезпечення. [2, с.14]

Фінансова стратегія забезпечує відповідність фінансово-економічних можливостей підприємства умовам, що склались на ринку продуктів, враховуючи фінансові можливості підприємства з огляду на характер внутрішніх та зовнішніх чинників. Центральною задачею фінансової стратегії є забезпечення підприємства фінансовими ресурсами у необхідному обсязі.

Фінансова стратегія забезпечує:

- виявлення ключових напрямків та фокусування на їх виконанні зусиль у використанні резервів;
- відповідність операцій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;
- об'єктивний облік фінансово-економічного оточення і реального фінансового стану підприємства в різних часових горизонтах;



- визначення загроз, що йдуть від конкурентів, партнерів, контрагентів та побудова системи протидії цим загрозам для досягнення головної стратегічної цілі.

У відповідності з потребами ринку і можливостями підприємства розробляється генеральна або оперативна фінансова стратегія підприємства. Генеральною фінансовою стратегією називають стратегію, що визначає діяльність підприємства, наприклад відносини між бюджетами різних рівнів формування та використання доходів підприємства, потреби у фінансових ресурсах та джерела їх формування на рік. [3, с 158]

Оперативна фінансова стратегія - це стратегія поточного управління фінансовими ресурсами, тобто стратегія контролю за використанням засобів внутрішніх резервів, що особливо актуальна в сучасних умовах економічної нестабільності. Вона розробляється на квартал або місяць. Оперативна фінансова стратегія охоплює: доходи і надходження грошових коштів - з покупцями за відвантажену продукцію, надходження по кредитним операціям, інвестиційний дохід по цінним папером та витрати і вихідні грошові потоки - заробітна плата погашення зобов'язань перед бюджетами та банками, погашення кредиторської заборгованості перед постачальниками. Такий підхід створює можливість передбачити усі майбутні обороти по грошовим надходженням і виплатам. Нормальним положення вважається рівність доходів та витрат або невелика перевага доходів над витратами. Оперативна фінансова стратегія розробляється в рамках генеральної фінансової стратегії деталізує її на конкретному проміжку часу. Стратегія досягнення проміжних цілей заключається у виконанні фінансових операцій для забезпечення реалізації головної стратегічної цілі [3, с. 159].

В генеральній фінансові стратегії підприємства визначаються і розподіляються задачі формування фінансів по виконавцям і напрямком роботи. Задачі фінансової стратегії:

- дослідження характеру і закономірностей формування фінансових ресурсів в ринкових умовах господарювання;
- визначення взаємовідносини з постачальниками та клієнтами, бюджетами всіх рівнів, банками та іншими фінансовими інститутами;
- забезпечення в необхідному обсязі фінансовими ресурсами, що необхідні для виробничо-господарської діяльності;
- розробка антикризових планів та антикризової діяльності;
- визначення методів управління людськими ресурсами підприємства в умовах нестабільного або кризового фінансового стану.

Отже, можемо зробити висновок, що фінансова стратегія є компонентом комплексної стратегії розвитку підприємства. Вона є планом по формуванню та забезпеченню підприємства фінансовими ресурсами для забезпечення стійкої та



безперебійної операційної та інвестиційної діяльності, таким чином забезпечуючи стійкий розвиток підприємства.

Список використаних джерел

1. Стратегічний менеджмент. навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
2. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. Т.1. – К.: Ника – Центр, Эльга, 2004 – 720 с.
3. Аранчій В.І., Зоря О.П. Фінансова стратегія у системі управління підприємством. – Вісник Полтавської державної аграрної академії – №2 – 2010 – с. 156 - 159

*Деркач Валентина Миколаївна,
студентка Національного
університету «Полтавська
політехніка імені Юрія Кондратюка»
Науковий керівник:
Чевганова Віра Яківна,
д.е.н., професор, зав. кафедрою
економіки, підприємництва та
маркетингу Національного
університету «Полтавська
політехніка імені Юрія Кондратюка»*

БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАГРОЗИ ТА РИЗИКИ

За сучасних фінансово-економічних умов в Україні важливе значення має розв'язання проблеми щодо створення сприятливого середовища для підприємництва, його розвитку в період поглинання національної економіки глобалізаційними міжнародними системами, активізації процесу інвестиційної діяльності, охорони та захисту прав суб'єктів підприємницької діяльності від протиправних дій. Ці проблемні питання постійні та актуальні, адже економічні, фінансові, соціальні та політичні зміни, за яких відбувається становлення громадянського суспільства, впливають на розвиток зазначених правовідносин.

У законодавчій базі України пріоритетним нормативно-правовим актом, де найчастіше вживається поняття «безпека», крім Конституції, є Закон «Про основи національної безпеки України» від 19.06.2003 № 964-IV та Стратегія національної безпеки України «Україна у світі, що змінюється», затверджена указом Президента України від 12 лютого 2007 р. № 105 із змінами та доповненнями [1]. У ст. 42 Основного Закону України зазначено, що



громадянам надається можливість займатися підприємницькою діяльністю та отримувати необхідний захист від органів державної влади шляхом забезпечення її безпеки [2].

Безпека підприємства - це захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні погрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Зміст даного поняття містить у собі систему засобів, що забезпечують конкурентостійкість і економічну стабільність підприємства а також сприяють підвищенню рівня добробуту робітників.

Трансформаційні перетворення в економіці України характеризуються не тільки формуванням нових виробничих можливостей, а й зміною відносин в інших сферах життя. Переходу до ринкових відносин стали притаманні різного роду кризи, у тому числі політичного, економічного, суспільного характеру.

Кризи, як правило, супроводжуються різноманітними негативними явищами в економіці:

- поширенням недобросовісної конкуренції;
- зростанням злочинності;
- появою корупції;
- збільшенням частки кримінально - тіньового сектора економіки.

Однією з найважливіших особливостей підприємницької діяльності є вміння працювати в умовах діючих ризиків і загроз економічній безпеці. Це ставить підприємця перед проблемою уміння приймати рішення і ефективно управляти бізнесом в складній комерційній ситуації, коли не всі фактори, причини та умови реалізації бізнес - процесів заздалегідь відомі [4].

За таких обставин суб'єкти підприємницької діяльності все частіше стають об'єктами різного роду загроз. Тому об'єктивно сформувалась необхідність впровадження заходів захисту бізнесу, спрямованих на створення протидії таким загрозам [3].

Під поняттям "загроза" розуміють реальну можливість дії навмисного чи ненавмисного характеру, яка порушує режим функціонування підприємства (фірми), завдає матеріальну або моральну шкоду, виводить зі стану стійкої рівноваги.

Загрози за своїм походженням поділяють на ті, що надходять ззовні (екзогенні), і ті, що виникають усередині підприємства (ендогенні).

Окрім того, ці загрози відносно людської діяльності поділяють на: об'єктивні та суб'єктивні.

Об'єктивні — загрози, які зумовлюються стихійними природними явищами (землетрус, повінь, буревійтощо).



Суб'єктивні пов'язані з діяльністю людини. Окрім того, за спрямуванням і характером впливу їх можна поділити на економічні, фізичні та інтелектуальні.

Економічні загрози можуть реалізовуватись у формі корупції, шахрайства, недобросовісної конкуренції, використання банками неефективних технологій банківського виробництва.

Фізичні загрози реалізуються у формі крадіжок, пограбувань, поломок, виведення з ладу обладнання.

Інтелектуальні загрози проявляються у розголошенні або неправомірному використанні банківської інформації, дискредитації банку на ринку банківських послуг, у формі різного роду соціально-психологічних конфліктів довкола банківських установ або в них самих[4, с.256].

Отже, економічна безпека — це універсальне поняття, що акцентує увагу на необхідності захисту суб'єктів підприємницької діяльності на всіх рівнях — від держави до кожного громадянина.

Безпека підприємницької діяльності тісно пов'язана з ризиками, які є невід'ємною складовою ринкової форми господарювання.

Ризик — це можливість відхилення результатів конкретних рішень та дій від запланованих. Вони можуть бути пов'язані як з додатковими прибутками, так і з додатковими витратами.

Всі зовнішні ризики об'єднуються в такі групи: політичні, соціально-економічні, екологічні, науково-технічні та технологічні, правові, природно-кліматичні, демографічні, кримінальні[5].

Внутрішні загрози економічній безпеці виникають безпосередньо у сфері господарської діяльності підприємства. До основних видів внутрішніх ризиків можна віднести:

- виробничі недоліки, порушення технології організації виробництва;
- прорахунки і упущення в маркетинговій і рекламній політиці; необгрунтована та необ'єктивна фінансова політика підприємства;
- технологічні прорахунки і упущення як конструктивні, так і допущені внаслідок порушення технологічної дисципліни;
- ризики, пов'язані з персоналом як умисні професійні помилки і прорахунки, так і допущені за низької кваліфікації;
- управлінські помилки при плануванні, керівництві та прийнятті рішень, що є джерелами внутрішніх загроз економічній безпеці;
- кримінальні дії власного персоналу: від елементарного злочинства, до продажу комерційної інформації конкурентам [7,с.15].

Чинниками небезпек економічної діяльності підприємств можуть бути:

1. Матеріальні та нематеріальні активи.
2. Фінанси.



3. Інформація.

4. Персонал.

Вище зазначений перелік сфер дії загроз дає можливість виділити певні види безпеки:

1. Матеріально-технологічну безпеку — це захист від можливих втрат наслідок розкрадання нерухомості, обладнання, продукції, винаходів, програм та ін., а також захист від можливих втрат унаслідок аварій, катастроф через використання фізично застарілого устаткування, низьку кваліфікацію і безвідповідальність працівників.

2. Фінансову безпеку — це захист від можливих фінансових втрат і попередження банкрутства підприємства. Вона є провідною і вирішальною, оскільки за ринкових умов господарювання є "двигуном" будь-якої економічної системи.

3. Інформаційну безпеку — це захист конфіденційної інформації, попередження її витоку, захист програмних продуктів.

4. Кадрову безпеку, яка полягає у попередженні і зменшенні небезпеки негативного впливу на економічну безпеку через дії недостатньо кваліфікованих працівників, не ефективне управління підприємством, а також у захисті фізичної особи (життя і здоров'я) від кримінальних посягань [6, с.372].

Особливо уважно до своєї безпеки ставляться американці, у США функціонують різноманітні курси, де можна пройти спеціальну підготовку. Наприклад, охочі можуть звернутися в Інститут безпеки підприємництва тощо.

Отже, безпека підприємництва спрямована на усунення чи зменшення ризику економічних збитків.

Проблеми безпеки підприємницької діяльності стіпочали цікавити представників української науки відносно недавно. Чинником виникнення та постійного посилення уваги до цих проблем є трансформаційна криза української економіки, що охопила всі сфери і стала суттєвою перешкодою на шляху до забезпечення сталого розвитку економіки та суспільства.

Крім того, чинником постійного посилення уваги до цієї проблеми є те, що керівники підприємницьких структур не вивчали в навчальних закладах питання економічної безпеки, що є суттєвим недоліком у їх комерційній діяльності. Усе це вимагає невідкладної розробки та запровадження у закладах вищої освіти, особливого економічного спрямування, курсу "Безпека підприємницької діяльності". В умовах сучасного економічного розвитку України — це один з необхідних видів знань майбутнього підприємця.

Список використаних джерел

1. Стратегія національної безпеки України «Україна у світі, що змінюється»: Указ Президента України від 12 лютого 2007 р. № 105 (у редакції



Указу Президента України від 8 червня 2012 р. № 389/2012). – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/389/2012>.

2. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – ст. 141.

3. Почепцов Г.Г. Інформаційний та віртуальний простори України: кроки в майбутнє. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua>

4. Нестеренко О.В. Проблеми формування національної інформаційної інфраструктури та забезпечення її безпеки.[Електронний ресурс].– Режим доступу: www.iprkiev.ua

5. Карпенко В. Інформаційна політика та безпека. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrlife.org/main>

6. Современные угрозы безопасности компаний и банков. – К.: ООО «Консалтинговая компания «СИДКОН», 2014. – 90с.

7. Крегул Ю.І., Зубок М.І., Банк Р.О. Комерційна розвідка та внутрішня безпека на підприємстві. – К.: КНТЕУ, 2014. – 176с.

Заворотнюк Анна Ігорівна,

студентка ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Ткаченко Володимир Валентинович,

к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки підприємства

Університету ДФС України

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ

У ХХ столітті конкуренція на внутрішньому та зовнішньому ринках значно посилюється, тому виникає необхідність посилити стратегічний напрям організації. Все це призводить до того, що компанія починає надавати велике значення конкурентним стратегіям у своїй стратегічній діяльності, формулюючись на основі конкурентних переваг та недоліків конкурентів, забезпечуючи тим самим конкурентоспроможність підприємства.

Розуміння важливості даного сегменту надасть можливість своєчасно реагувати на трансформації в бізнес-середовищі, щоб забезпечити утворення та підтримку конкурентних переваг у ринкових умовах, максимізуючи тим самим стратегічний потенціал підприємства.



Багато українських та закордонних вчених займаються управлінням ланцюгами постачань. Так Хармут Штадлер системно розглядає та класифікує інформаційні системи цього типу [1]. Американські вчені Лорен Лу та Джаяшанкар Свамінатан всебічно підходять до питань ефективності управління ланцюгами постачань та досліджують практику американських бізнескомпаній [2]. Група вчених з усього світу дослідила кількісні моделі для забезпечення стабільності управління ланцюгами постачань [3].

Концепція управління ланцюгами поставок полягає в організації взаємовідносин між підприємствами та забезпеченні того, щоб сучасний бізнес був орієнтований на споживача та на сучасний науковий напрям. На початковій стадії свого становлення SCM трактувалось як доповнення до логістики, але зараз воно стала самостійною науковою дисципліною, найбільш важливою складовою якої є логістика. Еволюція концепції SCM відобразила сучасні зміни в характері бізнесу, а тому відіграє важливу роль у дослідженнях багатьох вчених. У літературі існують різні думки щодо циклічного розвитку концепції управління ланцюгами поставок (SCM).

У будь-якому бізнесі, який працює в сучасних умовах, найважливішим питанням є виживання підприємства та питання забезпечення сталого стратегічного розвитку. Ефективним способом вирішення цієї проблеми є створення та реалізація конкурентних переваг, і ці переваги можна реалізувати на основі добре розроблених та ефективних стратегій розвитку підприємства. Ця стратегія є об'єктивною основою для того, щоб компанія сформувала відповіді на такі важливі питання: в якій галузі та на якому ринку повинна працювати компанія; як найбільш ефективно розподіляти обмежені ресурси та як конкурувати.

Управління ланцюгами поставок (Supply chain management, SCM) – управлінська концепція і організаційна стратегія, яка полягає в інтегрованому підході до планування та управління всім потоком інформації про сировину, матеріалах, продуктах, послугах, що виникають і перетворюються в логістичних і виробничих процесах підприємства, націленому на вимірний сукупний економічний ефект (зниження витрат, задоволення попиту на кінцеву продукцію)[1].

На інформатизацію бізнес-процесів управління ланцюгами поставок зараз впливають певні фактори. Дослідження та аналіз цих факторів дуже важливі для прогнозування майбутніх тенденцій. З цією метою необхідно визначити основні світові тенденції, оскільки вони впливатимуть на формування ланцюга поставок. Особливо це стосується міжнародних компаній, але для вітчизняних та місцевих компаній вплив також є важливим.

Згідно з даними Світового Економічного Форуму [4] до світових трендів можна віднести:



- процеси глобалізації;
- розгалужена структура міжнародних відносин;
- прискорені комунікаційні процеси;
- розвиток міжнародного бізнесу.

Деякі інструменти не тільки сприяють побудові, але й впливають на функціонування системи управління ланцюгом поставок. Вони включають електронну комерцію, яка може забезпечити гнучкість пропозиції, надійність доставки та стабільність управлінських рішень. Сучасний етап розвитку суспільства пов'язаний із формуванням мережевої економічної структури та економічних відносин. Організації та підприємства поступово стають частиною мережевої економіки.

Одним із локомотивів мережевої співпраці виступає торгівля он-лайн. Електронну логістику, при цьому, трактується вченими, як складна система, в якій функціонують логістичні провайдери третього рівня, що забезпечують управління запасами на складах та перевезення продукції кінцевому споживачеві за допомогою електронного обміну даними, Інтернету, мобільних комунікаційних технологій тощо[5].

У мережевій економіці електронна логістика забезпечує ефективне управління інформацією та співпрацю для всіх учасників ланцюга поставок. Через швидкий розвиток інформаційно-телекомунікаційних засобів, технологій та доступу до нових форм та конфігурацій значення електронної логістики з кожним роком зростає. Глобалізація світового ринку, стрімкий розвиток науки і техніки та поточна тенденція подальшого розвитку міжнародного розподілу праці підвищили значення управління потоковими процесами.

Дослідження показали, що характеристиками сучасної економіки є перехід до постіндустріального, тобто перехід до інформаційного розвитку, який ґрунтується на трансформації інформації та її найвищої форми, тобто наукове пізнання стало стратегічним ресурсом із конкурентними перевагами. Подібна трансформація ставить перед собою нові виклики і вимагає від компаній бути більш гнучкими та винахідливими для задоволення змін і все більш персоналізованих потреб клієнтів.

Ці фактори, безперечно, вплинуть не тільки на інформатизацію процесу управління ланцюгом поставок, але й на всю логістику. Тому важливим є визначення параметрів, які впливають на інформатизацію процесу управління ланцюгом поставок відповідно до визначення сучасних економічних тенденцій.

Список використаних джерел:

1. Штадтлер Х.. Управління ланцюгом постачань та просунуте планування // Х. Штадтлер, С. Кілгер, Х. Мейр // Тексти для бізнесу та економіки – 2015. – Режим доступу:



<http://dspace.elib.ntt.edu.vn/dspace/bitstream/123456789/7628/1/SUPPLY%20CHAIN%20MANAGEMENT%202015.pdf>

2. Лу Л. Управління ланцюгами постачань // Л. Лу Л., Дж. Свамінатан // Міжнародна енциклопедія соціальних та поведінкових наук – 2016. – Режим доступу: <https://ssrn.com/abstract=2758860> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2758860>

3. Бранденбург М. Кількісні моделі сталого управління ланцюгами постачань // М. Бранденбург, К. Говиндан, Дж. Саркіс, С. Сьорінг // Європейський журнал операційних досліджень. – 2014. – Випуск 233, том 2. – С. 299-312

4. Погляд на індустрію логістики та управління ланцюгами постачань. – 2013. – Режим доступу: www.sheffi.mit.edu/sites/default/files/WEF_GAC_Outlook_2013_Sheffi.pdf

5. Гукалюк А. Ф. Удосконалення ланцюгів постачання в умовах трендів міжнародного бізнесу / А. Ф. Гукалюк // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – 2015. – Том 21. – № 2. – С. 48-54.

*Ігнатенко Тетяна Олександрівна ,
студент ННІЕОМС*

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Ткаченко Володимир Валентинович,

к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки підприємства

Університету ДФС України

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Мале підприємництво в Україні грає достатньо вагому роль. В умовах перехідної економіки малий бізнес забезпечує робочі місця, насичує ринок товарами та послугами, підвищує рівень життя певної категорії населення, сприяє послабленню монополістичних сфер тощо. Але виникає низка проблемних питань щодо розвитку даного сегменту економічних відносин.

Перешкоди для діяльності малих підприємств в Україні існують ще з моменту незалежності держави і до сьогодні. Головними причинами труднощів їх функціонування є макроекономічні чинники: нестабільна економічна ситуація країни та відсутність державної підтримки.

Згідно статистичних даних серед підприємств питома частка у 95% належить суб'єктам малого підприємництва, які, в свою чергу, забезпечують



18% загального обсягу виробленої продукції в Україні. Для порівняння: великі підприємства займають частку менше 1%, середні – 4,5%, а виготовляють близько 40% кожен. При такому співвідношенні виникає нагальна потреба у покращенні умов діяльності підприємств малого бізнесу, з метою підвищення їх продуктивності та прибутковості [1].

Головним способом покращення умов діяльності малих підприємств є виявлення та вирішення проблем їх розвитку.

Україна, на жаль, не є найкращою платформою для процвітання малого бізнесу, адже має безліч стримуючих для розвитку факторів: недосконалість нормативно-правової бази; високий рівень податкового навантаження і як наслідок тіньової економіки також; відсутність ефективної державної політики у розрізі малого підприємництва; недостатній рівень кваліфікації робочої сили; невеликий обсяг інвестиційних вкладень до малого бізнесу; економічна криза тощо [2]. Кожен фактор в певній мірі впливає на мале підприємство, тому виокремлено основні проблеми, що мають найбільш вагомий гальмівний ефект для розвитку малого підприємства в Україні [2,3,4]:

1. Стан вітчизняної економіки. Малі підприємства як елемент економічної системи реагують відповідно на усі зміни в економіці держави. Останнім часом в Україна спостерігаються кризові явища, що негативно впливають на малий бізнес.

2. Монополізація ринку. На даний час відчутна тенденція розширення впливу великих підприємств, що пригнічують діяльність суб'єктів малого бізнесу або внаслідок певних дій купують малі підприємства для власного розширення.

3. Низька конкурентоспроможність. Через вагому частку великих підприємств у структурі обсягів на ринку та велику кількість малих підприємств-конкурентів питання конкурентоспроможності є ключовим. Малому підприємству недостатньо просто виробляти власну продукцію. Вона повинна бути або унікальною, або мати переваги над іншими пропозиціями, чого досягти в сучасних умовах досить складно.

4. Відсутність коштів для формування початкового капіталу. Більшість малих підприємств мають незначний початковий капітал, що є фактором їх нестабільності.

5. Податкова система. В Україні система оподаткування досить жорстка та вагома для малого бізнесу і стримує їх розвиток, внаслідок вилучення надмірної суми коштів у обов'язковому порядку.

6. Корупція, рейдерство, бюрократія. Дані явища притаманні для української економіки і значно гальмують та обмежують діяльність малих підприємств.



7. Недостатня допомога інфраструктурних об'єктів. В Україні функціонують різні бізнес-центри, технологічні парки, інформаційно-консультативні установи, громадські об'єднання суб'єктів підприємництва, але їх роль у розвитку малого бізнесу України ще дуже незначна.

8. Кадрові недоліки. В Україні ринок праці характеризується недостатністю кваліфікованих кадрів та перенасиченістю претендентів на посаду традиційних сфер.

9. Наявність явища несплати за виконані операції та проблеми з розширенням каналів збуту.

10. Зниження платоспроможності населення.

11. Нерозвиненість системи страхування малого підприємництва.

12. Проблеми регіонального рівня: низька ефективність регіонального фінансування програм економічного розвитку та підтримки малих підприємств, що спричинено недостатністю, нерегулярністю, відсутністю гарантій фінансових надходжень; недосконалість заходів контролю за цільовим використанням коштів, виділених малому бізнесу, внаслідок чого більша частина фінансових ресурсів використовується не за призначенням; відсутність адекватної взаємодії між великими та малими підприємствами; нерівномірність кількості та розвитку малих підприємств у регіонах країни; відсутність регіонального розмежування державної політики відповідно до особливостей розвитку кожного регіону тощо.

На мікрорівні самого підприємства також достатня кількість проблемних питань: низька продуктивність праці та відсутність резервів для стимулювання праці, неефективність управлінської діяльності за відсутності базових економічних знань, високі ставки відсотків з кредитування малого бізнесу, недостатній обсяг доходу, що спричиняє нестачу коштів для розвитку підприємства без залучення коштів із зовнішніх джерел тощо.

Вищевказані проблеми не являються вичерпним переліком і їх кількість постійно зростає. Тому держава та самі підприємці повинні терміново знаходити можливості та приймати ефективні управлінські рішення. Адже, за умови бездіяльності малий бізнес найближчим часом значно скоротиться у кількості, що є масовим негативним явищем для економіки держави та громадян.

З огляду на розглянуті проблеми доцільними буде наведення пропозицій щодо покращення сучасного стану розвитку малого підприємства в Україні.

По-перше, створення стабільної та чіткої законодавчої бази для підприємств в цілому та у розрізі малого підприємства, а також послаблення податкового навантаження, розробка нових систем оподаткування та створення пільгових умов для новостворених та функціонуючих суб'єктів малого бізнесу.



По-друге, вдосконалення заходів державної, фінансової, кредитної та страхової підтримки для малого підприємства, шляхом підвищення контролю за цільовим використанням державних коштів, розробка кредитних програм для малого бізнесу та стимулювання розвитку страхових послуг.

По-третє, проведення перекваліфікації та освітніх заходів у напрямку підприємницької діяльності.

По-четверте, зниження впливу кризових явищ у країні та залучення малого підприємства до зовнішньоекономічної діяльності.

По-п'яте, врахування регіональних особливостей та сприяння раціонального розміщення підприємницьких структур у розрізі галузей та місцевих потреб. І останнім є підвищення свідомості самих підприємців та розвиток їх управлінських якостей та інформаційного забезпечення.

Здійснення наведених заходів є рушійною силою для розвитку малого підприємства в Україні та дозволить підвищити їх конкуренто- та платоспроможність на місцевому, регіональному та державному рівні.

Список використаної літератури:

1. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Крисак А. О. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / А.О. Крисак, О.С. Мусятовська // Економіка та держава. – 2018. – №12. – С.68-73.
3. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] / О. І. Тимченко // Ефективна економіка. – 2015. – №6. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4135>
4. Толстова А. В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні // А. В. Толстова, С. Кібальчич // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. - №60. – С.55-62.



*Кабанова Поліна Олегівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Ткаченко Володимир Валентинович,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО- ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ

У наш час, відбувається стрімкий перехід аналогових бізнес-процесів до цифрових, що, в свою чергу, призводить до застосування спеціальних інструментів інтернет-маркетингу.

Застосування інтернет-технологій здебільшого застосовується безсистемно, це, в свою чергу, не дозволяє використати всі їх можливості та одержати синергетичний ефект.

Проблеми застосування Internet-технологій в маркетинговій діяльності досліджувались багатьма теоретиками та практиками, серед них: В.Д. Байкова, А. Е. Родіонов, Г.В. Мозгової, І.Л. Литовченко, Д. К. Джайн, С. М. Ілященко, Ю.С. Шипуліної тощо.

У ході проведених наукових досліджень, було розглянуто основні інструменти й технології Internet-маркетингу, а також способи їх застосування що активно використовуються в сучасному бізнесі. Проте стрімкий перехід до цифровізації призводить до появи нових технологій та інструментів Internet-маркетингу, специфіку застосування яких не досліджувалося в повній мірі. Отже, з урахуванням нових технологій, виникає необхідність систематизувати технології Інтернет-маркетингу.

На сьогодні за функціональністю застосування сукупність інструментів Internet-маркетингу можна поділити на 8 категорій, які включають: E-mail-маркетинг, маркетинг соціальних мереж, відео-маркетинг, пошуковий маркетинг, Internet-рекламу, аналітичний маркетинг, вірусний маркетинг та інноваційний маркетинг.

Розглянемо більш детально виділені інструменти.

E-mail-маркетинг — це спосіб просування продуктів і сервісів через email розсилки.

SMM (Social Media Marketing) - маркетинг соціальних мереж — це



просування товарів і послуг в соціальних мережах, які сприймаються маркетингом, як соціальні медіа.

Відео-маркетинг — це маркетингові і PR комунікації за допомогою відеоконтенту, спрямовані на виконання маркетингових цілей і завдань.

Пошуковий маркетинг (SEM) являє собою сукупність методів, інструментів та підходів із залучення відвідувачів на сайт за допомогою інструментів пошуку.

Internet-реклама — це комплекс інструментів, які компанії використовують для просування бренду і підвищення продажів, що розміщуються в інтернеті, переважно на добре зарекомендованих і популярних веб-сайтах.

Аналітичний маркетинг — це основа комплексу маркетингу, що дозволяє приймати ефективні рішення на базі постійного аналізу.

Вірусний маркетинг — це технологія створення рекламного, емоційно впливаючого контенту, який буде поширюватися самими користувачами.

Інноваційний маркетинг — це підсумкове впровадження засобів і методів нових розробок для підвищення ефективності діяльності компанії.

Для розуміння доцільності застосування засобів просування у мережі Internet, необхідно провести систематизацію цих інструментів.

На основі розглянутих інструментів, сформуємо правильну послідовність використання можливостей просування в Internet:

1. реєстрація у соціальних мережах (створення цікавих постів, проведення опитувань, конкурсів, створення цікавих постів в Instagram, Facebook, Twitter, Facebook, Flickr тощо);
2. охоплення більшої аудиторії завдяки оригінальним фото(реєстрація у *Pinterest*);
3. розробка власного сайта;
4. використання контекстної реклами, що передбачає оплату за перехід по гіперпосиланню: розміщення реклами на власному сайті, розміщення реклами на сайдбарах та придбання реклами в *Google Ad Words*;
5. активність на форумах та ведення блогу;
6. використання можливостей *You Tube* (якісне відео про власну фірму, зйомка заходів, створення каналу з вирішення професійних питань, відео про користувачів даних товарів або послуг);
7. розсилання рекламних матеріалів електронною поштою;
8. online-опитування (дають можливість одержати інформацію від споживачів про ставлення до послуг або товарів).

Систематизація цих інструментів необхідна для розуміння доцільності використання тих чи інших засобів просування у мережі Internet. Таким чином, мережа Інтернет формує новітні реалії ведення бізнесу. Через



збільшення кількості користувачів мережі Інтернет, користувачів соціальних мереж та, як результат, величини продажів через Інтернет головним видом маркетингу на підприємстві стає діджитал-маркетинг із такими його інструментами, як використання сучасних цифрових технологій, зокрема соціальних мереж, блогів, мікроблогів, Інтернет-рейтингів, орієнтованих на потреби користувачів. Діджитал-маркетинг відкриває нові можливості для ведення підприємницької діяльності, що потребують подальших досліджень. Частково чи повністю нівелюючи вплив конкуренції на філософію бізнесу, створюючи нову цінність на ринку та доводячи її до споживача через цифрові засоби, організації можуть максимізувати доходи та створювати імідж потужних виробників із великою клієнтською базою.

Список використаних джерел:

1. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник / І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчук. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 184-195 с.
2. Ілляшенко С.М. Застосування маркетингових Internet-технологій для формування іміджу організації / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. – С. 144-146.
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Internet-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4(2). – С. 64-74.

Каневський Роман Віталійович,

студент ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Ткаченко Володимир Валентинович,

к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки підприємства

Університету ДФС України

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ В СУЧАСНОМУ РИНОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Будь-яка підприємницька діяльність завжди пов'язана з ризиком непередбачуваності господарської діяльності, що призводить до багатьох небажаних наслідків: від незначних матеріальних збитків до повного банкрутства. Тому особливу актуальність набуває проблема обрання правильної захисної стратегії підприємства, адже правильне діагностування проблем



економічної стійкості, систематизація загроз, ризиків є головним завданням для стабільного функціонування підприємства.

Стратегія захисту являється основною частиною управління бізнесом майже у всіх країнах з ринковою економікою. Для захисту суб'єктів господарювання є доцільним використання стратегічного аналізу для правильного обрання захисної стратегії. Зазвичай потребує придбання патентів: підприємства, які реалізують захисну інноваційну стратегію зазвичай є споживачами патентів та постачальниками для прибутків для підприємств-лідерів у сфері інновацій.

Основний зміст захисної стратегії – спрямованість на утримання конкурентних позицій підприємства на існуючих ринках. Її принцип – «не відставати від інших, не претендуючи на домінування». Відображає реакцію підприємства на дії конкурентів [1]. Пов'язана із опануванням нової технології і, завдяки цьому, з виходом на нові ринки: новинку поліпшують, що сприяє її використанню в інших сферах, за іншим призначенням або перенесенні на інші ринки.

Результати захисної стратегії найчастіше використовуються на невеликих підприємствах. Головне призначення захисної стратегії – обрати найвигідніший варіант у виробничому процесі співвідношення «витрати-випуск».

Розроблення стратегії захисту підприємства слід виконувати наступними етапами:

- визначення глобальної цілі підприємства;
- виявлення резервів підвищення ефективності його можливостей і небезпек зовнішнього середовища;
- вибір елементів економічної стратегії;
- визначення локальних цілей;
- тактичне планування і розроблення альтернативних варіантів тактичних дій;
- контроль результатів реалізації стратегії [3].

Оскільки стратегія захисту підприємства має прямий причинно-наслідковий зв'язок із системою та результатами стратегічного планування розвитку, найважливішим етапом її забезпечення є прогнозування факторів впливу та показників економічної безпеки. Розробка стратегічного плану повинна проводитися з урахуванням цілей виробництва, засобів і можливостей їхнього досягнення, конкурентного середовища, умов господарювання[2].

Для того, щоб підвищити рівень стратегії захисту підприємств, необхідно враховувати зарубіжний досвід у цій сфері. Можливі шляхи покращення економічної безпеки підприємств:

- використання методів діагностування економічної безпеки, таких як індикаторний, ресурсно-функціональний та метод, заснований на порівнянні величини інвестицій у підприємство.



- підприємства малого та середнього бізнесу досить часто зустрічаються з проблемою незаконних дій з боку великих підприємств та підприємств-монополістів прав.

Стратегія захисту підприємства розраховується на основі аналізу наявних виробничих потужностей та джерел отримання ресурсів з урахуванням потреби у продукції.

У (табл.1) проаналізовано вид інноваційної стратегії, залежно від типу підприємства та сформульовано наслідки впливу на організаційно-технічний розвиток підприємства.

Таблиця 1

Умови використання стратегії захисту

Назва стратегії	Зміст	Тип підприємства, що застосовує даний вид інноваційної стратегії	Результат
Захисна	Збереження існуючої частки ринку та обсягів виробництва, а також стабілізація діяльності підприємства	Характерна як для великих, так і для дрібних підприємств. У випадку великих підприємств це зумовлене стабільною часткою на галузевому ринку, достатнім рівнем технології виробництва, кваліфікованим персоналом. Тобто фактично даному підприємству просто немає необхідності займатися науково-технічними розробками, щоб виділитися серед конкурентів, а більш важливо утримати існуючі позиції. Для дрібних підприємств, що підтримують норму прибутку за рахунок низьких витрат виробництва.	Для великих підприємств: утримання існуючого стану організаційно-технічного розвитку підприємства, що зумовлено метою оптимізувати співвідношення "затрати-результат" в інноваційному процесі. Для дрібних підприємств: розвиток окремих технічних показників та організаційних рішень за рахунок застосування приватних технічних пропозицій як запропонованих у самій компанії, так і (частіше) отриманих ззовні.

Оскільки, як вже визначалось раніше підприємствам доводиться працювати в умовах динамічної конкуренції та нестабільного зовнішнього середовища, то це зобов'язує до підвищення оперативності та гнучкості в управлінні. Саме стратегія захисту, стає тим дієвим механізмом у вирішенні оптимальної поведінки підприємства в умовах сучасного ринкового середовища. За даних умов стратегічний аналіз, аналіз потенціалу та забезпечення економічної безпеки повинні бути спрямовані на: оцінювання діючої стратегії захисту (її переваги та недоліки); прогноз показників діяльності підприємства; перспективне оцінювання зовнішнього середовища; визначення природи та факторів невизначеності; вибір оптимальної захисної стратегії, враховуючи дослідження їх альтернатив [4].



Висновки. За сучасних ринкових умов господарювання переважній більшості підприємств необхідно виробляти оптимальну концепцію, яка надасть змогу правильно та економічно доцільно сформулювати захисну стратегію. Керуючись адаптованою стратегією, підприємство має можливість створювати оптимальну захисну стратегію за найбільш вигідним для нього сценарієм. Основою процесу формування оптимальної поведінки підприємства в умовах недобросовісної конкуренції є аналіз рівня економічної безпеки, вибір стратегічної альтернативи, яка забезпечить підвищення ефективності його діяльності та досягнення стратегічних цілей.

Список використаних джерел:

1. Аващенко, Г. А. Антикризове управління: теорія, практика, інфраструктура / Г. А. Аващенко; відп. ред. Г. А. Аващенко. – М. : БЕК, 2012. – 544 с.
2. Бланк, І. А. Фінансовий менеджмент / І. А. Бланк – Київ : Ніка-Центр, 2001. – 528 с.
3. Бойко А.Н. Методи захисту від недобросовісної конкуренції/ А.Н. Бойко // Екон. науки. - 2016. - № 10. - Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/12-27-1>.
4. Дащенко О.В. Захист інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції /О.В.Дащенко// Вісн. УАДУ. - 2015. - № 2. - С. 449-456.

Кацімон Марія Миколаївна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Гурочкіна Вікторія Вікторівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України

ВИТРАТНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкових відносин вартість бізнесу поступово стає критерієм оцінки ефективності його функціонування. Саме тому визначальну роль в управлінні відіграє показник вартості підприємства, оскільки він є комплексним показником стану діяльності, яке адекватно відображає його фінансово-економічні параметри, ефективність і перспективи розвитку, виступає орієнтиром для власників підприємства. Більше того, на основі даного показника приймаються рішення щодо здійснення інвестицій у те чи інше підприємство або ж його купівлі-продажу. Саме тому для реальних і



потенційних інвесторів, а також для керівництва підприємства велике значення має правильність визначення вартості підприємства.

Результати оцінки вартості підприємства залежить від вибраного підходу та наявності достовірної інформації про підприємство. Виокремлюють три основних підходи до оцінки вартості підприємства, а саме:

- витратний (майновий);
- дохідний (прибутковий, результатний);
- порівняльний (ринковий).

Витратний підхід до оцінки вартості підприємства на відміну від інших підходів не підпадає під цей вплив зовнішніх чинників, оскільки база для його розрахунків є баланс, що відповідно до законодавства, не становить комерційної таємниці та підлягає оприлюдненню.

Автор Кадикова І. М. зазначає, що витратний підхід передбачає визначення поточної вартості витрат на відтворення або заміщення об'єкта оцінки з подальшим її коригуванням на суму зносу. В основу підходу покладено тезу: «жоден потенційний покупець не заплатить за об'єкт, що оцінюється, більше, ніж можуть скласти витрати на створення об'єкта, який буде його точною копією або функціональним аналогом, мати ту ж саму корисність» [2, с. 28]. Водночас, науковець Репушевська Ю.О. наголошує, що витратний підхід заснований на врахуванні принципів корисності та заміщення; передбачає оцінку вартості об'єкта виходячи із вартості його відтворення (заміщення) у цінах на дату оцінки із подальшим корегуванням на суму зносу [3, с. 175].

У практиці оцінки вартості підприємства в межах цього підходу найширше використовуються методи: чистої балансової вартості, скоригованої вартості, оцінювання чистої ринкової вартості матеріальних активів, вартості заміщення, відновної вартості, ліквідаційної вартості [4]. Методи витратного підходу дозволяють визначити вартість володіння контрольним пакетом акцій, що необхідно скорегувати на знижку на недостатню ліквідність.

Витратний підхід до оцінки вартості підприємства використовує фактичну інформацію про стан майнового комплексу об'єкта оцінки. Даний підхід, який ще називають майновий, ґрунтується на балансових методах, що засновані на визначенні чистої вартості майна за даними бухгалтерського обліку. Сутність цього підходу полягає в тому, що вартість підприємства відповідає витратам, яких зазнає власник.

Тобто за даним підходом визначення вартості зводиться до розрахунку ринкової вартості всіх активів підприємства, що потім зменшується на величину позикового капіталу.

Варто відмітити, що даний підхід має свої переваги та недоліки (Рис.1).



Рис.1. Переваги та недоліки витратного підходу оцінки вартості підприємства

Сформовано автором на основі [5]

Основи витратного підходу до оцінки вартості підприємства визначають ринкову вартість акцій як суму ринкової вартості активів за відрахуванням позикових коштів.

Основна суть цього підходу є визначення вартості підприємства шляхом розрахунку всіх понесених витрат для його створення як цілісного майнового комплексу. Зважаючи на вищевикладане, можна зробити висновок, що витратний підхід є доволі затратним та трудомістким, проте його використання є доцільним під час визначення ринкової вартості підприємства, оскільки має об'єктивну основу. Інакше кажучи, витратний підхід найбільш ефективний при оцінці товариств з обмеженою відповідальністю та об'єктів соціального, культурного, історичного спрямування, інвестиційних проектів тощо.

Список використаних джерел:

1. Гурочкіна В. В. Формування та оцінювання науково-виробничого потенціалу підприємства / В. В. Гурочкіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2016. - Вип. 6(1). - С. 90-93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_6%281%29_20

2. Кадикова І. М. Слайд-конспект лекцій з дисципліни «Управління міською нерухомістю» для студентів 3 курсу денної та 4 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» за спеціальністю 073 – Менеджмент / І. М. Кадикова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 128 с.



3. Репушевська Ю. О. Аналіз методик оцінки вартості підприємств, що проходять реструктуризацію / Ю. О. Репушевська // Modern economics. - 2018. - № 12. - С. 173-178. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2018_12_28
4. Мендрул О.Г. Вартість підприємств: бази оцінки / О.Г. Мендрул // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. - 2002. - №3. - С.44-48.
5. Чубка О.М. Витратний підхід оцінки вартості підприємства: характеристика методів / О.М. Чубка, Л.С. Федевич, О.Б. Курило // Електронне наукове фахове видання Економіка та суспільство, Мукачєво: Мукачівський державний університет, 2018. – Випуск 19. – С. 1198-1203.

Кривчак Дарина Олегівна,
студентка Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ
Науковий керівник:
Менчинська Олена Миколаївна,
к.е.н., асистент кафедри економіки
та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Перехід України до ринку супроводжується становленням і розвитком малого бізнесу, завданням яких є формування й насичення ринку товарами і послугами, сприяння розвитку конкуренції та послабленню монополізму, розширенню кількості робочих місць. Становлення малого бізнесу в Україні розпочалося з початком незалежності, однак його функціонування та розвиток мають певні труднощі і до сьогодні. Основною перешкодою на шляху розвитку малого бізнесу є відсутність ефективного механізму підтримки з боку держави. Багатостороння підтримка малого бізнесу та побудова соціально орієнтованої економіки має стати важливим напрямом реформ в Україні, що стане головним чинником підвищення рівня життя населення та сприятиме процесам інтеграції національної економіки у світове господарство.

Огляд наукових праць і публікацій останніх років свідчить про актуальність даної проблеми. Перспективи розвитку малого бізнесу в Україні досліджували такі вітчизняні науковці: В.В. Білик, З.С. Варналій, К.О. Ващенко, В.Є. Воротін, Л.І. Воротіна, В.М. Геєць, Л.А. Колеснікова, О.В. Кужель, Ю.Б. Іванов, О.В. Лібанов, О.Ю. Мазур, Ю.О. Ольвінська, О.В. Поліщук, Л.В. Таратута, В.В. Цимбал та інші. Вони аналізують різні підходи до вирішення проблем функціонування малого бізнесу в сучасних ринкових умовах. Проте потребує



подальшого дослідження проблема пошуку перспективних шляхів підвищення ефективності малого бізнесу в економіці України.

Метою дослідження є аналіз нагальних проблем та пошук перспективних шляхів розвитку малого бізнесу в Україні в контексті його підтримки державою.

Мале підприємництво є одним із основних інструментів розвитку національної економіки з ринковим механізмом господарювання. Малий бізнес становить основу дрібнотоварного виробництва; встановлює темпи зростання економіки, структуру та якісну характеристику внутрішнього валового продукту, ступінь демократизації суспільства; сприяє структурній перебудові економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління; формує соціальний прошарок підприємців-власників, основу середнього класу; сприяє ослабленню монополізму, розвитку конкуренції [1, с. 127].

Взаємозв'язок держави і малого бізнесу здійснюється на взаємовигідній основі та має довгостроковий характер. При цьому роль держави полягає у забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності національної економіки, проведенні прозорої, стабільної, ефективної податкової та регуляторної політики, створенні рівних сприятливих умов для розвитку різних форм бізнесу, включаючи малий, а також всебічній підтримці підприємництва та приватної ініціативи. Саме малі підприємства забезпечують розвиток економічної системи країни та наближають її до споживачів. Підприємництво здатне вирішувати такі економічні завдання як створення в країні конкурентного середовища, залучення приватного капіталу і зовнішніх інвестицій, а також удосконалення наявних технологій виробництва. Водночас ці підприємства виконують важливу роль у розвитку економіки – надають громадянам країни робочі місця, створюють реальні джерела їх доходів, забезпечують виробництво товарів, виконання робіт і надання послуг для населення за доступними цінами та збільшують дохідну частину бюджетів різних рівнів.

За результатами чергового рейтингу ведення бізнесу 2018 Україна посіла 76 місце, у порівнянні з минулим роком результат покращився на чотири позиції. Але не відбулося покращення позицій України за критерієм «Започаткування бізнесу». В Україні основна частина доданої вартості (43,4%) формується середніми підприємствами. Малі підприємства формують 16,7% доданої вартості, а мікропідприємства – лише 5,4%, що свідчить про низьку ефективність діяльності мікропідприємств в Україні [2].

Основні причини гальмування розвитку малого бізнесу в Україні є:

- неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;



- високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого бізнесу йти в тіньову економіку;
- недостатня державна фінансова кредитна і майнова підтримка малого бізнесу;
- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
- недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності;
- відсутність стимулів для інвестицій;
- психологічне неприйняття позитивної ролі підприємців у ринкових перетвореннях серед окремих верств населення.

Головними умовами розвитку малого підприємництва повинні стати:

- стабільність економічної та соціальної політики держави, яка є джерелом упевненості підприємців у тому, що вони не стануть жертвами кон'юнктурних політичних рішень;
- позитивна громадська думка – ставлення до підприємництва як до одного з престижних видів діяльності;
- подальший розвиток інфраструктури підприємства;
- ефективна система захисту інтелектуальної власності;
- спрощення процедур регулювання підприємницької діяльності з боку державних органів[3, с. 181].

Отже, мале підприємництво відіграє важливу роль в економіці нашої країни, бо є невід'ємною частиною соціально-економічної системи, забезпечує стабільність ринкових відносин та високу ефективність виробництва шляхом глибокої спеціалізації та кооперації. Проте його нормальний розвиток можливий лише за наявності виваженої системи державно-правових заходів. Сприяти його розвитку можна лише шляхом поєднання, комбінування різних методів, засобів регулювання й підтримки.

Список використаних джерел:

1. Збарський В. К. Менеджмент малого та середнього бізнесу. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»*. Вип. 207. 2017. 361 с.
2. Федулова І., П'ятницька Г., Лукашова Л. Малий бізнес в Україні: особливості та проблеми розвитку в умовах четвертої промислової революції. 2018 URL: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-19>
3. Кушнір О. К. Малий бізнес в Україні: проблеми розвитку. *Вісник Кам'янець Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*. Вип. 10. 2015. С. 178-182.



*Кукурудза Наталія Володимирівна,
студентка ННІЕОМС*

Університету ДФС України

Науковий керівник:

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

Університету ДФС України

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

В Україні та світі постає питання щодо вирішення глобальних екологічних проблем. Більшість, обумовлені економічними процесами та звичайною лінійною моделлю економіки. Така модель не є ефективною з позиції екології та не відповідає сучасним вимогам сталого розвитку. Впровадження концепції сталого розвитку та переорієнтація на положення циркулярної економіки, формує нові завдання перед усіма країнами світу.

Увага до питань збирання та рециклінгу відходів посилилася завдяки швидкому зростанню обсягів утворення відходів та їх ресурсний потенціал. Країни Європейського Союзу та уряди деяких країн (Японія, Китай, Канада, Великобританія, Нідерланди, Франція тощо) розробили низку документів, в яких зазначається про перехід їх країн на засади циркулярної економіки [1, 2, 3]. Стосовно України, то це питання стоїть на порядку денному [5,7]. Також, дослідженню процесу переходу до циркулярної економіки, проблем і перешкод для впровадження циркулярної економіки та вивченню моделей використання виробництв замкнутого циклу присвячені праці таких вчених-економістів, як Н. Бокен, Д. Каррез, Л. Даммер, Б. Аллен, П. Дойтц, В. Хаас, Дж. Кірхгер, Н. Міллар, Є. Генг, А. Гавел, В. Гурочкіна, Л. Сергієнко, Л. Мусіна, Т. Кваша та інші, які приділили належну увагу розв'язанню даної проблематики.

Метою роботи є визначення особливостей та конструктивів світового досвіду переходу на засади економіки замкнутого циклу та формування на цій основі цілей політики циркулярної економіки в Україні.

Циркулярна економіка – це бізнес-модель безвідходної економіки, якій властива мінімізація споживання первинної сировини, зменшення обсягів відходів, що направляються на захоронення, при одночасному скороченні площ під звалищами через вищий дизайн або покращення конструктивних властивостей матеріалів, виробів, систем [4].

Станом на сьогодні, більшість країн світу використовують лінійну модель економіки. Дана модель формується коли добуваються ресурси, вони



переробляються в продукцію, а після використання утворюються відходи, які не застосовуються в подальшому. Проблема неефективності лінійного типу виробництва, в свою чергу, впливає на проблему забруднення навколишнього середовища, за рахунок чого формується значна кількість відходів, які створюють проблеми накопичення забруднюючих речовин та використання значних площ земель під полігони та для захоронення відходів.

Концепція циркулярної економіки заснована на вторинній переробці практично будь-якого товару, що проявляється на етапах планування та розробки товарів для забезпечення тривалого життєвого циклу і високого потенціалу конкурентоспроможності промислового підприємства для подальшого повторного використання, модернізації, відновлення та рециклінгу. Циркулярну економіку ототожнюють з концепцією «кругової економіки» або із замкнутим циклом виробництва, що відображає доіндустріальний підхід майже до всіх форм сільського господарства та промисловості, де залишки сировини і продукції від процесів виробництва послідовними етапами переробляють для того, щоб забезпечити максимально ефективне використання сировини та зменшення кількості відходів [6, с. 54].

У 2012 році Європейська Комісія представила Сьому Програму дій з охороною навколишнього середовища до 2020 року «Жити добре, в межах можливостей нашої планети» [2]. В програмі поставлена амбітна ціль досягти до 2050 року процвітання та оздоровлення навколишнього середовища, що обумовлене інноваційною, циркулярною економікою.

Сьома Програма дій, яку розробив Європейський союз, повинна забезпечити:

- зменшення на душу населення обсягів утворення відходів;
- поступове припинення вивезення відходів на полігони, які можуть бути утилізовані або перероблені;
- якісний рециклінг у тому випадку де використання вторинного матеріалу не зашкоджує навколишньому середовищу та здоров'ї людини;
- лімітування енергетичної утилізації відходів для матеріалів, які не підлягають рециклінгу [2].

На Самміті ООН у 2015 році були затверджені Глобальні Цілі сталого розвитку (ЦСР). В Україні за ініціативи Уряду та Міністерства економічного розвитку та торгівлі України була розроблена національна система ЦСР. Ця система була представлена в Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна» (86 завдань розвитку та 172 показники для моніторингу їх виконання) 15 вересня 2017 році. Саме цим документом Уряд України засвідчує перехід держави на засади циркулярної економіки. Одним із глобальних завдань ЦСР є «Відповідальне споживання та виробництво». В цьому пункті йдеться про «...запровадження моделі циркулярної економіки, насамперед шляхом



орієнтації на енергозбереження, регенеративне екологічно чисте виробництво та споживання» [7, С. 95]. Ще один документ який системно запроваджує завдання переходу на засади циркулярної (відновлювальної) економіки є «Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 р.», схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2017 р. № 820-р.

Формування політики замкненої економіки та реалізація її в Україні має базуватися на трьох рівнях:

- національному – розроблення програми переходу України на модель циркулярної економіки;
- регіональному – на рівні міст і регіонів (збирання інформації та контроль щодо викидів забруднюючих речовин, споживання ресурсів, використання енергоємності та утилізація відходів);
- локальному - який охоплює підприємства в сфері великого споживання ресурсів, високоенергетичних галузей і підприємств з утилізації відходів (зокрема встановлення чітких обов'язків виробників продукції).

Отже, для України перехід на засади циркулярної економіки несе за собою системну зміну політики, це зміна бізнес процесів організації, поведінки зацікавлених сторін, що має стати в державі основним стратегічним орієнтиром протягом наступних 30-ти років. Основними ключовими завданнями формування циркулярної економіки та реалізації її політики в Україні є:

- створити нормативну базу для переходу держави на засади замкненої економіки та встановити чіткі цілі суб'єктам господарювання та суспільству щодо ефективності ресурсів та управління відходами;
- створити систему природоохоронного законодавства;
- інформувати населення кампаніями, які будуть спрямовані на розуміння політики щодо відходів;
- підтримувати міжнародні зв'язки та співробітництво як один із інструментів вирішення проблем з навколишнім середовищем.

Список використаних джерел:

1. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions "Towards a circular economy: A zero waste programme for Europe " [Електронний ресурс]. – 2014. – URL: <https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/circular-economy-communication.pdf>.

2. Decisions No 1386/2013/EU of the European Parliament and of the Council of 20 November 2013 on a General Union Environment Action Programme to 2020 “Living well, within the limits of our planet” [Електронний ресурс]. – 2013. –URL: <https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/en.pdf>.

3. Circular economy. Scaling up best practices worldwide. Електронний ресурс].-

URL:<https://www.friendsofeurope.org/sites/default/files/media/uploads/2014/10/FoE-Report-Circul-WEB-18-08-2014-4.pdf>.



4. Towards the circular economy [Електронний ресурс] – Ellen MacArthur Foundation: UK, 2013. –URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthur-Foundation-Towards-the-Circular-Economyvol.1.pdf>
5. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна» [Електронний ресурс]. – 2017. –URL: http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf.
6. Гурочкіна, В., & Будзинська, М. (2020). Циркулярна економіка: українські реалії та можливості для промислових підприємств. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*, (5), 52-64. <https://doi.org/10.33244/2617-5932.5.2020.52-64>
7. Сергієнко Л. В. Впровадження циркулярної економіки в Україні: державно-управлінський аспект: дис... канд. наук з держ. управл.: 25.00.02 / Сергієнко Л. В. – Жит., 2017. – 262 с.
8. Мусіна Л. А. Ресурсоефективна економіка: європейські тенденції та уроки для України / Л. А. Мусіна, Т. К. Кваша. // *Економічний аналіз*. – 2014. – №1. – С. 51.

*Любенчук Олександр Анатолійович,
студент ННІЕОМС*

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Кравченко Маргарита Анатоліївна,

к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки підприємства

Університету ДФС України

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Одним із ефективніших методів аналізу поточного стану будівельного підприємства є SWOT-аналіз. Відомо, що SWOT-аналіз (strengths, weaknesses, opportunities, threats) – це визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що діють з його найближчого оточення. SWOT-матриця є засобом узагальнення стратегічних чинників підприємства та попередження кризового стану.

Проблемі застосування SWOT-аналізу при виборі стратегії приділяли увагу багато авторів. Зокрема К. Ендрюс, який у 1963 році вперше використав термін SWOT; професор Хайнц Вайхріх (Heinz Wehrich), який вважав матрицю SWOT основою систематичного аналізу, що полегшує співставлення зовнішніх загроз і можливостей із внутрішніми слабкостями та силами організації. Серед вітчизняних вчених варто згадати З. Є. Шершньову [1], Л. В. Балабанову, І. В.



Балабанову, А. В. Балабаниць [3], які розглядали SWOT-аналіз як основу формування маркетингових стратегій і низку інших вітчизняних і зарубіжних вчених. В.В. Гурочкіна, Л.В. Кравченко зазначили, що нагальною проблемою для українських підприємств є вибір та застосування інструментів стратегічного аналізу для цілей оцінювання відповідальної діяльності компанії [2, с. 199]

Сьогодні існують безліч методик, які потребують значної інформативної бази або важкоосяжні у своїх розрахунках. Для оцінювання ситуації та вибору стратегій застосовують: SWOT-аналіз (Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості), Threats (загрози)) та побудувати модифіковану матрицю SPACE-аналізу (Strategic Position and Action Evaluation) [2, с. 199]

Метою дослідження є з'ясування особливостей застосування SWOT-аналізу у будівельній компанії.

З метою оцінки поточного стану та перспектив розвитку підприємства нами було проведено SWOT-аналіз функціонування суб'єкта підприємницької діяльності. Аналіз внутрішнього стану компанії та бізнес-оточення дозволяє виділити наступні фактори, що впливатимуть на результати діяльності дослідженого товариства в близькому та віддаленому майбутньому:

1) ключовими факторами успіху ТОВ «БК Пласт-С» є наступні: а) доступ до кредитних або позикових фінансових ресурсів; б) досить високий технічний і технологічний рівень роботи компанії; г) кваліфікований управлінський і технічний персонал; д) ефективна система підвищення кваліфікації кадрів;

2) сильні внутрішні сторони – переваги компанії: а) відомий бренд; б) наявність команди висококваліфікованих фахівців; в) висока компетентність в сфері діяльності; г) застосування ефективної системи професійного навчання та підвищення кваліфікації; д) наявність програми соціальної відповідальності; е) сильна маркетингова політика;

3) слабкі внутрішні сторони – недоліки підприємства: а) нестача фінансових коштів (оборотних, для здійснення фінансування необхідних стратегічних ініціатив); б) низька рентабельність виробничої діяльності через слабку організацію постачання і технічного сервісу механізмів; в) високі витрати виробництва; г) слабо організований виробничий процес;

4) сильні зовнішні сторони – можливості, що з'являються на ринку і можуть бути використані організацією для стратегічного оновлення власної діяльності: а) зростаючий ринок, на якому працює ця організація інвестиційного комплексу; б) наявність можливостей для швидкого зростання; в) наявність нових привабливих географічних ринків для обслуговування; г) поява нової можливості входження в дорогий сегмент ринку; д) надходження приватного та іноземного капіталу в будівельну галузь.



Отже, для посилення конкурентних позицій на ринку, підприємство повинно вивчати свої сильні та слабкі сторони та можливості і загрози на ринку.

Розподілимо отримані фактори по полях матриці (див. табл. 1). Слабкі зовнішні сторони – загрози ринку: а) висока конкуренція при привалюванні цінових показників; б) розвиток альтернативних технологій (аналогів), поява на ринку аналогів обладнання; в) зміна системи контролю в будівництві; г) високий ступінь контролю бізнесу з боку держави; д) відсутність нормативів по стандартизації технологій.

Таблиця 1

Первинний SWOT-аналіз ТОВ «БК Пласт-С»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Загрози
1. Зростаючий ринок. 2. Можливість швидкого зростання. 3. Наявність нових привабливих географічних ринків. 4. Поява нової можливості входження в дорогий сегмент ринку. 5. Залучення приватного та іноземного капіталу в будівельну галузь.	1. Висока конкуренція при превалюванні цінових показників. 2. Розвиток альтернативних технологій (аналогів), поява на ринку аналогів обладнання. 3. Зміна системи контролю в будівництві. 4. Висока ступінь контролю бізнесу з боку держави. 5. Відсутність нормативів по стандартизації технологій.
Переваги	Недоліки
1. Відомий бренд. 2. Команда висококваліфікованих фахівців. 3. Висока компетентність. 4. Наявність системи професійного навчання та підвищення кваліфікації. 5. Програма соціальної відповідальності. 6. Сильна маркетингова політика.	1. Нестача фінансових коштів (обігових, - для фінансування необхідних стратегічних ініціатив). 2. Низька рентабельність виробничої діяльності (основний недолік) через слабку організацію постачання і технічного сервісу механізмів. 3. Високі витрати виробництва. 4. Недоліки організації виробничого процесу.

Зіставимо отримані фактори для виділення можливих стратегій та їх подальшого аналізу: а) конкурентні активи, - використання ключових факторів успіху (переваг) компанії (сильних сторін) для використання ринкових можливостей (SO); б) конкурентні пасиви, - подолання недоліків компанії (слабких сторін) для нівелювання загроз (WT); в) вузькі місця, - подолання недоліків компанії (слабких сторін) для використання можливостей (WO), що з'являються в зовнішньому середовищі; г) безпека та захист, - використання переваг компанії (сильних сторін) для нівелювання загроз (ST) (див. табл. 2).

Таким чином, SWOT-аналіз ефективно використовується як інструмент дослідження сильних і слабких сторін, можливостей і загроз вище згаданого підприємства будівельного комплексу.



SWOT-аналіз ТОВ «БК Пласт-С» (по елементам)

S-переваги	W-недоліки
Конкурентні активи: поле S-O (СИМ) Як можливо використати власні сильні сторони для освоєння можливостей? Стратегія: максимізація використання сильних сторін і сприятливих можливостей.	Вузькі місця: поле W-O (СЛМ) Як можна подолати власні слабкі сторони для використання можливостей? Стратегія: мінімізація впливу на діяльність організації слабких сторін і максимізація використання сприятливих можливостей.
1. Стратегія швидкого зростання 2. Стратегія диверсифікації по галузях будівельного комплексу 3. Стратегія функціонального лідерства. 4. Стратегія завоювання елітного сегменту ринку.	1. Стратегія реорганізації зі зміною організаційної структури управління. 2. Стратегія географічного розширення. 3. Стратегія освоєння суміжних ринків. 4. Стратегія впровадження системи менеджменту якості.
Безпека та захист: поле S-T (СІЗ) Як організація може використати власні сильні сторони для нівелювання загроз? Стратегія: максимізація використання сильних сторін і мінімізація можливих загроз.	Конкурентні пасиви: поле W-T (СЛЗ) Як підприємство може подолати власні слабкі сторони для нівелювання загроз? Стратегія: мінімізація впливу слабких сторін і можливих загроз для підприємства.
1. Стратегія реорганізації зі зміною організаційної структури. 2. Стратегія зміцнення організаційної культури. 3. Стратегія галузевої диверсифікації з метою мінімізації ризиків. 4. Стратегія впровадження системи менеджменту якості. 6. Маркетингова стратегія оборони.	1. Стратегія лідерства по витратах. 2. Стратегія впровадження системи менеджменту якості. 4. Стратегія довгострокового залучення фінансового капіталу. 5. Стратегія вертикальної інтеграції «вперед»: генеральний підряд, девелопмент, інвестиції в будівництво.

Найбільш ефективними в ринковій ситуації, що склалася для компанії, є в наявності дві стратегії, що обрані для реалізації ТОВ «БК Пласт-С»: 1) розширення на ринку, - географічна експансія. Виходячи зі сприятливої ринкової ситуації, необхідно розвивати власну присутність в стратегічній зоні господарювання на ринку м. Києва; потрібно збільшувати частку компанії; 2) розвиток ринку, - необхідно скористатися передовими технологіями та напрацьованою професійною компетенцією для просування компанії в інші регіони України.

Список використаних джерел:

1. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посіб. / за ред. Л. В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2005.
2. Гурочкіна В.В. Стратегічний аналіз корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств / В.В. Гурочкіна, Л.В. Кравченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2018. - № 3. Том 3. - С. 198-205. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до збірн.: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4068/3/2890_IR.pdf
3. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.vuzlib.net/strat_upr/36.htm.



*Майборода Денис Олександрович,
студент ННІЕОМС*

Університету ДФС України

Науковий керівник:

*Кравченко Маргарита Анатоліївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри*

економіки підприємства

Університету ДФС України

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПОДАТКУ НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ В УКРАЇНІ

Сьогодні в Україні функціонує податок на прибуток підприємств. Цей податок є визначальним податком для юридичних осіб, оскільки основною метою будь-якого підприємства є прибуток. Однак суспільство дискутує про те, чи замінити існуючий податок на прибуток підприємств на вирахування капіталу. Верховна Рада зареєструвала, в свою чергу, законопроект № 8557 про внесення змін до Податкового кодексу щодо заміни корпоративного податку на вирахування капіталу.

Оскільки податок на прибуток має певні недоліки, необхідно вирішити проблеми, пов'язані з функціонуванням зазначеного податку в Україні. У зв'язку з цим пропонується задіяти податок на виведений капітал, згідно з яким оподатковується лише те, що виводиться від підприємства. Така рішуча трансформація правил оподаткування корпоративного прибутку дозволить вивести більшу частину оподаткування підприємств із тіні та закласти основу для ефективної діяльності національної економіки.

Оподаткування доходів бізнесу досліджували в своїх працях такі науковці, як І. Л. Таптунова, Т.М. Шульга, В.П.Хомутенко, А.В. Хомутенко, Л.Д. Тулуш та інші.

На сьогодні, згідно із Податковим кодексом України доходи підприємств справляються у вигляді податку на прибуток. Об'єктом такого податку визначається прибуток із джерел походження з України та за її межами, який обчислюється коригуванням фінансового результату до оподаткування, що визначається у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, що виникає відповідно до положень Податкового кодексу. Базовою ставкою податку на прибуток підприємств є 18% [1].

І. Л. Таптунова виділяє ряд загальновідомих недоліків такої моделі, серед яких:



1. недоліки, які виникають стосовно накопичення збитків (це надає можливість для махінацій щодо бази оподаткування);
2. непрості норми щодо капіталізації відсотків на запозичення (основним завданням контролю за співвідношенням заборгованості та сплаченого капіталу є попередження податкового планування шляхом обмеження витрат на сплату відсотків, що у більшості випадків означає досить непростий розрахунок та накопичення невикористаних відсотків);
3. встановлення окремого обліку податкової амортизації та фактичний розрахунок такої амортизації;
4. жорсткі механізми податкового планування, які використовуються великими підприємствами для звільнення від оподаткування (у випадках переміщення активів, приховання від оподаткування деяких надходжень тощо) [3, с. 8].

У сучасних реаліях, враховуючи цифрове та технічне середовище, такий механізм вже досить застарілий, що підтверджують висновки наших європейських партнерів.

Таким чином, на сьогоднішній день класичний механізм оподаткування прибутку підприємств має певні недоліки, деякі з яких є невід'ємною частиною даного механізму у всьому світі, а деякі зумовлені виключно внутрішніми державними особливостями, що охоплюють рівень корупції та правозастосування.

Слід зосередити свою увагу на прикладі Естонії, де у 2000 році запровадили нову тоді податкову реформу, відповідно до якої відмовились від існуючої моделі оподаткування прибутку підприємств та замінили її механізмом оподаткування прибутку, що виводиться з підприємства та розподіляється ним. Метою такої кардинальної податкової реформи була необхідність розвитку вітчизняної економіки, підтримка суб'єктів господарювання, залучення іноземних інвестицій та запровадження нових робочих місць. Податок на виведений капітал в Естонії визначається так званим податком на грошові потоки. Держава не вимагає від суб'єктів господарювання обчислення оподатковуваного прибутку за складними схемами та правилами, а замість цього податок на прибуток підприємств сплачується тільки тоді, коли суб'єкт господарювання виплачує прибуток своїм власникам. Подібний механізм не лише суттєво спрощує обчислення оподатковуваного прибутку, це запроваджує певні переваги, в тому числі повне покриття витрат на капітальні інвестиції [2].

Якщо брати до уваги запозичення юридичних установ з досвіду зарубіжних країн, як альтернативу існуючому механізму оподаткування прибутку підприємств, законодавець розглядає модель податку на виведений капітал, згідно з якою оподатковується лише те, що виводиться від підприємства.



Ставки податку на виведений капітал встановлені законопроектом

№ з/п	Ставка	Сфера оподаткування
1	15%	для операцій, які пов'язані з виведенням капіталу
2	20%	для операцій, що прирівнюються з операціями щодо виводу капіталу (за винятком підстав застосування ставки у вигляді 5%)
3	5%	стосовно коштів, що сплачуються для належного виконання боргових зобов'язань нерезидентам (при перевищенні сукупних сум боргових зобов'язань перед відповідними особами – нерезидентами над сумою власного капіталу платника більш ніж у 3,5 рази (у випадку здійснення винятково лізингової діяльності – більше ніж у 10 разів)

Джерело: складено автором на основі [5].

Введення податку на виведений капітал сприятиме спрощенню ведення бізнесу та податкового адміністрування, зменшенню адміністративного тиску на платників податків фіскальними органами, спрямуванню прибутку підприємств на розвиток і техніко-технологічне оновлення вітчизняного виробництва, створенню умов для детінізації економіки та стимулів до нарощування інвестиційної активності, що в цілому забезпечить оздоровлення та посилення конкурентоспроможності вітчизняної податкової системи [4, с. 270].

Отже, механізм вирахування податків означає, що оподатковується лише капітал, утриманий з підприємства (як дивіденди чи інші нерозподілені прибутки, операції та платежі, що використовуються для оптимізації податку). Ці операції визначаються як об'єкти оподаткування. Спрощення правил обчислення об'єкта оподаткування спростить процес адміністрування цього податку. Введення податку на капітал замість податку на прибуток підприємств буде стимулом для бізнесу реінвестувати у виробництво та розвиток. Це також спростить правила оподаткування та адміністративні процедури та покращить інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність країни, а також відновить справедливість оподаткування шляхом збалансування податкового навантаження.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/2755-17>.
2. Estonia has the Most Competitive Tax System in the OECD. 2014. URL: <http://taxfoundation.org/blog/estonia-has-most-competitive-tax-systemoecd>.



3. Таптунова І.Л. Трансформація податку на прибуток підприємств у податок на виведений капітал (Policy Paper) / І. Таптунова URL: ao.kmp.ua/.../transformation-of-tax-on-profit-of-the-enterpri.

4. Шульга Т. М. Проблеми адміністрування податку на прибуток і перспективи його заміни податком на виведений капітал. Т. М. Шульга, С. Ю. Васенко. Юридичний науковий електронний журнал. 2018. №6. С. 268-270.

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал : Проект Закону України № 8557 URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64356.

*Мізунова Жанна Павлівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Ружинська Наталія Олексіївна,
к.е.н., доцент кафедри економіки
підприємства
Університету ДФС України*

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ДЕРЖАВИ

Процес становлення малого бізнесу в Україні розпочався ще з часів отримання Україною незалежності, проте його функціонування та розвиток мають певні труднощі і на сьогоднішній день. Головним чинником, що протистоїть розвитку малого бізнесу є відсутність ефективного механізму підтримки з боку держави. Належна підтримка малого бізнесу та побудова соціально орієнтованої економіки має стати важливим напрямом реформ в Україні, що буде сприяти підвищенню рівня життя населення та інтеграції національної економіки у світове господарство.

Згідно з законодавством України, малими (не зважаючи на форму власності) визнають «підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує 70 млн гривень» [2].

За останні роки малий бізнес не набув істотного розвитку, цей факт знаходить відображення по кожному показнику, крім обсягу реалізованої продукції. Кількість малих підприємств в 2017 році зросла лише на 1%, кількість найманих працівників, які зайняті в малому бізнесі значно скорочується. Негативний фінансовий результат відображає наявність проблем



в даному секторі економіки та загальну негативну тенденцію і економічну нестабільність країни. Тому, питання щодо вдосконалення та покращення середовища для розвитку та перспективного ведення бізнесу є дуже важливим та актуальним [4].

Для того, щоб зрозуміти який вплив має діяльність малого бізнесу на розвиток держави, необхідно розглянути динаміку його розвитку (Таблиця 1) [3].

Таблиця 1

Динаміка розвитку малого бізнесу в Україні

Показник	Роки			Динаміка +/- (%)
	2016	2017	2018	2018/2017
Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	291154	322920	339374	+5,1
Кількість зайнятих працівників, тис.осіб	1591,7	1658,9	1641,0	-1
Кількість найманих працівників, тис. осіб	1505,9	1562,4	1553,8	-1
Обсяг реалізованої продукції(товарів, послуг), млн.грн.	1177385,2	1482000,7	1766150,4	+19

*складено автором, на основі даних [3]

Динаміка має позитивний характер: кількість суб'єктів господарювання мала тенденцію до зростання (+5%), обсяг реалізованої продукції (+19%). Діяльність малого бізнесу має позитивний вплив на державу загалом, тому що, забезпечує певну кількість робочих місць та обсяг реалізованої продукції впливає на зростання показника ВВП у державі.

Для того, щоб держава отримала певну користь від бізнесу у подальшому, вона має забезпечити певні умови середовища для ведення успішного бізнесу в Україні [1]:

- формування належної законодавчої бази, сприятливої для розвитку малого бізнесу;
- вдосконалення фінансово-кредитної підтримки;
- забезпечення матеріально-технічних та інноваційних умов розвитку;
- інформаційне та кадрове забезпечення бізнесу;
- стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого бізнесу.

Зрозуміло, що бізнесу потрібні кошти, але це, перш за все, питання банків: якщо облікова ставка Нацбанку буде знижуватися, тоді знизиться і вартість



кредитних ресурсів в Україні. Проте, єдиний виправданий засіб втручання Уряду у ці питання – ефективна економічна політика (з чим є проблеми).

З іншого боку, бізнесу необхідна консультативна підтримка і доступ до інформації. Сьогодні ні одне, ні інше, бізнесу з боку держави, переважно, не надається. Зараз складно навіть відстежувати зміни в законодавстві, не те що отримати інформацію про нові ринки чи інші можливості експорту товарів.

Водночас, Україні потрібна інфраструктура підтримки бізнесу: це вже згадана можливість отримувати інформацію, а також консультації, допомога в оформленні певних документів, можливість знайомитися з інноваціями та новими технологіями, а зараз цього практично немає. І це стосується не тільки експорту, а й будь-якої підприємницької діяльності. Так, аби зареєструвати підприємство, людині потрібно зрозуміти, яку ліцензію чи які дозволи необхідно отримати для початку відповідної діяльності, на які кадрові питання слід звернути увагу, які сертифікати чи свідоцтва отримати (оформити) і так далі. І тут є значне поле для діяльності Уряду – створювати таку інфраструктуру і допомагати у її розвитку.

Список використаних джерел:

1. Воронич К.М. Міжнародний досвід організації малого бізнесу та можливість його впровадження в Україні // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21. — С. 184—189.
2. Господарський Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/43615?test=KJ3Mf.VZI0FrTddEZiEqp3VWHI4Fks80msh8Ie6>.
3. Державний комітет статистики. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Крисак А.О., Мусятовська О.С. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні // Економіка та держава. — 2018. — №12. — С. 70.



*Михайліченко Юлія Валентинівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Ружинська Наталія Олексіївна,
к.е.н., доцент кафедри економіки
підприємства
Університету ДФС України*

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічний підхід до управління ресурсами є ключовим чинником в управлінні. Умови діяльності підприємства характеризуються конкурентними позиціями, динамічністю кон'юнктури ринку та глобалізаційними процесами, тому довгострокове функціонування підприємств можливе тільки за наявності відповідної стратегії управління персоналом.

Вагомий внесок у визначення сутності та характеристики стратегії управління персоналом зробили О. Бутнік – Сіверський, І. Ганза, М. Буковинська, С. Гуткевич, Л. Кім, Т. Мостенська, Н. Пархоменко, Л. Романюк, В. Рудько, Г. Селєзньова, З. Шершньова, О. Юшкевич та інші науковці. Однак внаслідок складності цієї проблеми в сучасних умовах існують питання, висвітлено не достатньо.

Розвиток підприємства пов'язаний зі стратегією [1, с. 5]. Стратегія – це довгостроковий курс розвитку підприємства, спосіб досягнення цілей, який воно визначає для себе, керуючись власними міркуваннями [4, с. 687]. Система стратегічного управління будь-якого підприємства включає в себе цілі, стратегії, ресурси на вході системи, зовнішні фактори та результати. Окрім матеріальних ресурсів, вагому роль у розвитку підприємств відіграють трудові ресурси, які забезпечують їх ефективну діяльність.

Важливою складовою конкурентоспроможності та стратегічного плану підвищення ефективності діяльності підприємства є поліпшення управління персоналом. В залежності від функцій, що виконуються персоналом підприємства, його можна поділити на чотири категорії: робітники, інші службовці, спеціалісти та керівники. Значним чинником удосконалення роботи з управління персоналу на підприємстві є підвищення кваліфікації працівників організації [2, с. 15].

Стратегія управління персоналом передбачає розробку системи мотивації працівників, головними задачами якого буде:

1. вивчення потреб та їх визначення;



2. виявлення цінностей, інтересів та орієнтацій персоналу у сфері праці;
3. аналіз мотиваційного потенціалу, мотивів їх трудової діяльності;
4. знаходження змін у структурі мотивів, а також надання прогнозу їх розвитку та впливу на результати діяльності.

Задля вдалої реалізації стратегії підприємства значущого значення набуває утворювання мотиваційної системи та інноваційна діяльність працівників:

1. На всіх етапах впровадження інноваційного проекту частка складових оплати праці змінюється залежно від особливостей етапу.

2. Концепція системи оплати праці неодмінно повинна включати сторони нематеріального стимулювання, при цьому долучити їм найбільшу значимість на визначених етапах розвитку проекту.

Потрібно виявити основні принципи мотивації праці в умовах реалізації інноваційного проекту, що актуальні на будь-якій фазі реалізації проекту:

- необхідно зорієнтувати формування структури заробітної плати на досягнення підприємством цілей (стратегічних і тактичних) на всіх етапах реалізації проекту;

- розрахунок перемінної частини заробітної плати повинен здійснюватися з використанням принципу оцінки ефективності праці кожного співробітника;

- розмір корпоративної складової перемінної частини заробітної плати має бути пов'язаним із загальними показниками ефективності роботи всього бізнес-напрямку;

- оплата праці, при своїй невеликій відносній вазі її базової частини, має бути стабільною, а методи її визначення – зрозумілими;

- необхідно закріпити прозорість інформації щодо оцінки ефективності роботи кожного співробітника і всього бізнес-напрямку в цілому [3, с. 100].

До значущих чинників управління персоналом слід віднести формування відповідного соціальнопсихологічного клімату в колективі.

Соціальний розвиток реалізується через його окремі елементи: надання належних умов праці, оздоровлення працівників, створення працівникам можливостей задля підвищення своєї кваліфікації, піклування про ветеранів праці, інвалідів, людей похилого віку.

З метою втілення зазначених заходів у бюджеті підприємства передбачаються фінансові ресурси. Важливими стратегічними напрямками діяльності підприємства є формування позитивного бізнес-іміджу. Отже, задля вдалої реалізації загальної стратегії підприємства, що містить в собі елементи стратегії розвитку продукту, ринку (та його захоплення), необхідне ефективне організаційне та матеріально-технічне її забезпечення, тобто розробка відповідної ресурсної, маркетингової стратегій, стратегії управління персоналом та соціальною діяльністю підприємства. На підприємстві планування



здійснюється шляхом використання підходу «від досягнутого», тобто розробка планових заходів по підвищенню конкурентоспроможності опирається на оцінці окремих показників конкурентних позицій, рівні їх керованості і мінливості, а також з урахуванням ресурсних можливостей їх зміни.

Для підвищення ефективності системи управління підприємством, на нашу думку, буде доцільно використати підхід який базується на принципово нових довгострокових стійких конкурентних перевагах. Цей підхід використовує концепцію управління конкурентоспроможністю підприємства на основі інноваційної моделі. При цьому спочатку визначається ідеально скомпонований майбутній стан підприємства з високим потенціалом конкурентоспроможності за рахунок маневреності та інноваційності, а потім «від майбутнього» формується траєкторія розвитку. На відміну від першого підходу при такому плануванні необхідно забезпечити комплексність заходів, їх зв'язування, взаємопідтримку, а також систему управлінських заходів по формуванню і підтриманню ефективності та конкурентоспроможності підприємства на всій траєкторії його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бутнік – Сіверський О. Б. Стратегія інноваційного розвитку / О. Б. Бутнік – Сіверський, Г. К. Шматкова // Харчова промисловість. – 2007. - № 1. – С. 4 – 6.
2. Євчук Л. Роль стратегій зростання в забезпеченні конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Л.Євчук // Економіст. – 2011. – № 9. – С.14-17.
3. Малиновський А.С. Кадрово-управлінський потенціал аграрних формувань / А.С. Малиновський // Економіка АПК. – 2011. – № 7. – С.97-104.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : [підручник] / З. Є. Шершньова – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.



*Могилко Дмитро Михайлович,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Ружинська Наталія Олексіївна,
к.е.н., доцент кафедри економіки
підприємства
Університету ДФС України*

РОЛЬ ЛОГІСТИКИ В РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток світової економіки тісно пов'язаний з підприємницькою діяльністю, яка в свою чергу призводить до трансформацій у макро- та мікроекономічній системах та сприяє зростанню потенціалу національної економіки. За таких обставин розвиток малих підприємств, як одним з найважливіших факторів становлення економіки, полягає у забезпеченні ефективного економічного розвитку національної економіки шляхом активізації виробничого та комерційного секторів.

Однак, малий бізнес має багато проблем, які впливають на його становлення та розвиток. Їх доступ до економічних ресурсів та інструментів для ведення бізнесу дуже обмежений, що призводить до необхідності пошуку нових методів та технологій власного розвитку.

Сьогодні логістика для підприємств виступає як сукупність рішень щодо організації та управління всіма видами матеріальних та нематеріальних ресурсів відповідно до встановлених потреб [1]. Для підприємств малого бізнесу цей процес ускладнюється необхідністю знаходження оптимальних підходів до переміщення товарів та ресурсів і мінімізації витрат. Транспортний складник дуже сильно відображається на собівартості виробу [2], що для підприємств малого бізнесу є досить суттєвим через зростання вартості.

Завдячуючи застосуванню логістичних принципів у своїй діяльності вдається:

- зменшити транспортні витрати;
- оптимізувати інвентаризацію та час доставки всіх видів ресурсів;
- скоротити витрати на виробництво та реалізацію;
- поліпшити рівень обслуговування тощо.

Слід також зазначити, що діяльність малого бізнесу є дуже специфічною і потребує індивідуальних методів надання матеріальної, технічної, інформаційної та фінансової підтримки, тому формування логістичного



ланцюга та його системи має бути гуртовим, а група учасників ринкової системи має бути об'єднана відповідно до регіональних чи виробничих принципів. Цей метод повинен бути сформований під час здійснення наступних заходів:

- встановлення спільних матеріальних та транспортних процесів та мережі;
- інтегрування процесів транспортування та складування за видами діяльності;
- визначення найбільш розумних та найкращих маршрутів для всіх учасників.

Реалізація вищезазначених заходів дозволить малому підприємству вибирати транспортні засоби виходячи з типу та кількості транспортування, часу доставки, погодних умов, унікальності товару та інших факторів, тим самим уніфікуючи перевезення.

Тим більше що розвиток ринку логістичних послуг повністю переформовував підходи до транспортної політики підприємств, змусивши їх змінити безпосереднє відношення до перевізного процесу за рахунок свободи на ринку транспортних послуг [3]. Тож вибір транспортного засобу має бути об'єктивним та обґрунтованим.

Розглядаючи більш детально ринок логістичних послуг, потрібно відзначити, що потреба в логістичному обслуговуванні підприємств є і запити клієнтів щоразу стають більш вимогливими, особливо це стосується термінів доставки, безпеки, надійності та якості обслуговування. Нині провідні світові логістичні компанії пропонують такі новітні підходи до вирішенні логістичних завдань [4; 5]:

- blockchain, за допомогою якого логістичні компанії розробляють та впроваджують систему перевезення будьякого виду вантажу за рахунок повного контролю всього ланцюга постачання;
- 3D-візуалізія, котра сприяє знаходженню оптимальних методик завантаження транспортних засобів різними видами вантажів;
- застосування роботів та дронів;
- електро- та безпілотний транспорт;
- використання 3D-друку на 3D-принтері замість перевезення товару;
- фулфілмент – виконання всіх логістичних операцій сторонньою логістичною компанією та ін.

За цих складних економічних умов Україна прагне стати провідною економічно розвиненою країною, а малі підприємства визначають темпи економічного розвитку національної економіки, що відображає розширення та відновлення пропозиції товарів і послуг на внутрішньому ринку, забезпечення зростання ВВП та сприяння конкуренції у сфері інновацій, що призводить до



насичення внутрішнього товарного ринку, наповнює державний бюджет та робить великий внесок у покращення та диверсифікацію ринкової структури в економіці.

Незважаючи на невеликий розмір, малий бізнес може гнучкіше реагувати на зміни на ринку та мати можливість адаптуватися до нових умов бізнесу. Але сучасні умови ведення бізнесу для них досить важкі, тому використання простих логістичних рішень та інновацій покращить рівень їх розвитку та знизить витрати на транспортування, доставку та зберігання.

Список використаних джерел:

1. Сумець О.М. Логістика: теорії, ситуації, практичні завдання. Ч. 1. Логістика як інструмент ринкової економіки: навч. посіб.; 2-е вид., доп. К.: Хай-Тек Прес, 2010. 344 с.
2. Дикань В.Л., Корінь М.В. Ефективність роботи транспортної системи України в умовах глобалізації економічних систем. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2011. № 33. С. 13–19.
3. Каличева Н.Є. Принципи взаємодії виробничого і транспортного комплексу в логістичній системі. Науковий огляд. 2014. Вип. 7(8). С. 5–10.
4. Бергибаев Е.М. Мировые тенденции развития транспортной логистики в условиях социальной модернизации. Статистика, учет и аудит. 2016. Вып. 62. Т. 3. С. 113–120
5. Скіцько В.І., Ігнатова Ю.В. Моделювання багатоцільових оптимізаційних задач логістики у малому бізнесі. Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. 2016. Вип. 2(48). С. 233–240.

Мамалига Вікторія Олегівна,

студентка ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Марченко Ольга Іванівна,

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства

Університету ДФС України

ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Сучасна виробнича сфера промислових підприємств України, характеризується великою енергоємністю. Це пов'язано із збільшенням з кожним роком кількості підприємств, які використовують морально та фізично застаріле обладнання та технології. Це, в свою чергу, сприяє збільшенню кількості енергії, що витрачається даремно та неефективно.



Сьогодні майже кожне промислове підприємство стикається з проблемою раціонального використання паливно-енергетичних ресурсів ефективне використання яких в сучасних умовах, є запорукою конкурентоспроможності підприємства.

Енергозбереження промислового підприємства являє собою діяльність щодо реалізації технічних, технологічних, управлінських, наукових і правових заходів, які спрямовані на ефективне використання всіх видів паливно-енергетичних ресурсів, як первинних, так і поновлюваних, з метою забезпечення ефективності виробничої діяльності [1, с.156].

Для успішної реалізації заходів з енергозбереження необхідне забезпечення насамперед двох неодмінних умов:

- потрібно мати економічні стимули на всіх етапах реалізації цих заходів;
- слід знайти достатні кошти для їх здійснення.

Створення цих умов можливе тільки в разі підтвердження незалежною експертизою економічної й енергетичної доцільності запропонованих заходів або проектів з енергозбереження.

Енергозбереження не можна розглядати як заходи, спрямовані лише на скорочення енергоспоживання. Структура енергозбереження – це цілий ряд напрямків, пов'язаних з проведенням обстежень, обліком усіх енергоресурсів підприємства та впровадження заходів, які необхідно розглядати в комплексі:

- електропостачання й електроспоживання;
- теплопостачання й теплоспоживання;
- вентиляція й кондиціювання повітря;
- холодопостачання;
- водопостачання й каналізація тощо.

Значної економії енергії на промислових підприємствах можна досягти за рахунок:

- зниження питомої матеріало- та енергомісткості шляхом застосування сучасних конструктивних рішень при проектуванні техніки й обладнання;
- збільшення частки обладнання, в роботі якого використовуються поновлювані та нетрадиційні джерела енергії;
- підвищення надійності енергопостачання й енергозабезпечення завдяки використанню якісного палива;
- посилення теплозахисних властивостей конструкцій виробничих приміщень.
- впровадження сучасних технологій виробництва й технологій мало- та безвідходного використання енергії тощо.

В процесі впровадження енергозберігаючих заходів на промисловому підприємстві основною стратегічною метою є підвищення енергоефективності, отже поняття «потенціал енергозбереження підприємства» можна визначити, як



сукупність резервів енергозбереження і здатність існуючої системи управління стимулювати персонал підприємства раціонально використовувати паливно-енергетичні ресурси [3, с.31].

Критерієм ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів та прийнятих проектних рішень є саме економічний критерій за умови неодмінного дотримання технічних, технологічних, соціальних і екологічних обмежень. Це повною мірою стосується всіх розроблювальних енергозберігаючих заходів, які створюють певний потенціал енергозбереження промислового підприємства.

Потенціал енергозбереження можна розглядати з різних точок зору залежно від вирішуваних завдань, з одного боку, це – матеріальна основа для реалізації енергозберігаючих заходів, а з іншого – рівень використання потенціалу енергозбереження свідчить про ефективність економічного механізму енергозбереження підприємства.

Процес формування та використання потенціалу енергозбереження підприємств потребує певної структуризації управлінської діяльності, яка має ґрунтуватися на розгляданні процесу енергозбереження як системи. Таке розуміння формування та використання потенціалу енергозбереження підприємств знаходиться в рамках комплексного підходу [2, с.69].

Комплексний підхід дає можливість урахувати такі аспекти формування й використання потенціалу енергозбереження підприємств:

- потенціал енергозбереження промислового підприємства є системою, яка має певні елементи – складові (енерготехнічна, енерготехнологічна, енергоструктурна, енергоорганізаційна, енергоуправлінська);
- формування та використання потенціалу енергозбереження залежить від розмірів підприємств;
- запропоновані підходи дозволяють оцінювання варіантів енергопостачання – централізованого, децентралізованого або комбінованого та вибір найефективнішого з них для кожного конкретного випадку;
- необхідне обґрунтування оптимальної стратегії енергопостачання та енергозбереження підприємства [4, с.125].

Таким чином, усе зазначене дозволяє розглядати формування та використання потенціалу енергозбереження як процес реалізації функцій, спрямованих на вибір оптимальної стратегії енергозбереження з урахуванням розміру підприємства і можливого варіанта енергопостачання (централізованого, децентралізованого або комбінованого).

Можливість реалізації кожної функції формування та використання потенціалу енергозбереження залежить від обраної системи енергопостачання.



Цей факт зумовлює необхідність визначення пріоритетності кожної з функцій енергозбереження для підприємств певного розміру (великих, середніх та малих).

Для промислових підприємств вибір оптимальної схеми енергопостачання в подальшому буде вирішувати їх здатність конкурувати не тільки на вітчизняному, а й на міжнародному ринках. Практична реалізація всіх заходів енергозбереження, в свою чергу призведе до підвищення енергоефективності промислового підприємства.

Список використаних джерел:

1. Праховник А. В., Соловей А. І., Прокопенко В. В. Енергетичний менеджмент. – К. : ІЕЕ НТУ «КПІ», 2001. – 472 с.
2. Кітченко О. М. Удосконалення системи формування та використання потенціалу енергозбереження промислових підприємств // Економіка розвитку. – № 1 (61). – 2012. – С. 68- 73.
3. Козловський В. О, Причепя І. В. // Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства. // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – № 3. – 2007. – С. 28-33
4. Джеджула В. В. Організаційно-економічний механізм забезпечення енергоефективності промислових підприємств / В. В. Джеджула // Вісн. Східноукраїнського нац. університету ім. В. Даля. – 2012. – № 11(182) – Ч. 1. – С. 124–128

Огороднік Назарій Юрійович,

студент ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Ружинська Наталія Олексіївна,

к.е.н., доцент кафедри економіки

підприємства

Університету ДФС України

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФРАНЧАЙЗИНГУ

В Україні франчайзинг тільки починає набирати обертів, але приклади його успішного застосування на нашому споживчому ринку вже є. Вітчизняні торговельні мережі активно використовують елементи франчайзингу для організації фірмової торгівлі. Однією з складових Франчайзингу є його організація, тому далі ми більш детально розглянемо які є параметри та принципи організації франчайзингу.



Франчайзер – це сторона має успішну справу, ноу-хау або товарний знак які надає іншим право користування. Франчайзер розвиває бізнес, реінвестує та доводить його до кращої версії, створює бренднеймг компанії. Після того, як компанія довела успішність бізнесу, вона може почати пропонувати підприємцям, що хочуть повторити подібний успіх, купити її франшизу [1, с. 8].

Франчайзі – це особа, яка отримує від франчайзера ліценцію і виплачує роялті, або оплачує одноразовий внесок у певній сумі за використання торгової марки, ноу-хау.

Франшиза – це франчайзинговий пакет, що включає посібники по веденню робіт і інші важливі матеріали, що належать, який франчайзер продає франчайзі..

Основні принципи організації бізнесу по франшизі [2]:

- Компанія, яка хоче працювати під ім'ям відомого бренду, робить початковий внесок компанії-власнику. В замін ж отримує чітке керівництво по відкриттю бізнесу, навчений персонал, права на використання логотипу та назви.

- Надалі власник бізнесу по франшизі працює під постійним контролем з боку засновника торгової марки. За це головна компанія бере щомісячний платіж, сума якого може бути фіксованою або плаваючою.

Для компаній франчайзинг – це спосіб масштабування бізнесу. Для підприємців франчайзинг – це можливість мати власний бізнес. Франчайзинг це комбінація великого і малого бізнесу. Таке з'єднання було названо союзом, де з одного боку є енергія і зобов'язання окремого підприємця, а з іншого боку є ресурси, комерційна міць і величезний досвід великої компанії. Якщо все це з'єднати, то ми отримаємо енергію, відповідальність, силу, ресурси і досвід – великі шанси на успішність бізнес проекту та його ефективність. Власники бізнесу знають франчайзинг як безпечний спосіб, щоб [3, с. 49]:

- дати можливість мати людині бізнес і вести його самостійно, але не бути в ньому самотнім;

- допомагати компаніям розширюватися, та захоплювати більші частини ринку, не витрачаючись на їхнє масштабування;

- допомагати компаніям перетворити свою існуючу мережу в ефективно працюючий, сильний бізнес, у якому працюють віддані справі люди.

Франчайзингові взаємовідносини можуть бути вигідними для обох сторін. Франчайзі зацікавлений у прибутку, він повинний дотримуватися правил по франшизі і рекламувати франчайзера. Франчайзер працює над тим, щоб лідирувати на ринку, що є дуже важко зробити одному франчайзі. Франчайзер надає необхідну підтримку, для того щоб франчайзі міг приділяти всю увагу своїм щоденним операціям.

Список використаних джерел:



1. Рыкова И. Франчайзинг : новые технологии, методология, договоры. / И. Рыкова – М. : Современная экономика и право, 2015. – 224 с.
2. Бизнес по франшизе. Преимущества франчайзинга [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://it-is-money.ru/biznes-po-franshize-preimushhestva-franchajzinga//>
3. Бойчук І. Доцільність розвитку франчайзингової системи / Бойчук І. // Регіональна економіка. – 2001. – № 3. – С. 251-255.

*Плешкова Діана Ігорівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Кравченко Маргарита Анатоліївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

ДОСВІД РОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ ЩОДО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Запорукою для розвитку країн з ринковою економікою є мале підприємництво як найбільш масивна, динамічна та гнучка форма ділового життя. Про важливість малого бізнесу свідчать інтегровані показники, які характеризують стан сектора малого бізнесу в розвинених країнах і підкреслюють фундаментальну роль малого підприємництва в соціально-економічному та політичному житті кожної країни.

Враховуючи нинішню ситуацію, вивчення досвіду зарубіжних країн має велике значення для України, зумовлює актуальність, теоретичну та практичну значущість запропонованого дослідження.

Дослідження проблем розвитку малого бізнесу здійснено у наукових працях низки українських і зарубіжних дослідників та економістів, таких як: З.С. Варналій, А.Г. Буталов, О.Б. Донець, П.Т. Колісніченко, Н.В. Тарасевич, О.В. Якушева.

Як свідчить досвід багатьох країн світу, активна підприємницька діяльність населення сприяє високим темпам розвитку національної економіки. При цьому, в розвинутих країнах світу основою підприємницької діяльності є підприємства малого та середнього бізнесу, які стали домінуючими за чисельністю та обсягами виробництва товарів та надання послуг. Малий та середній бізнес (МСБ) забезпечує гнучкість та стійкість економічної системи, наближує її до потреб конкретних споживачів, водночас – виконує важливу



соціальну роль, надаючи робочі місця та забезпечуючи джерело доходу для значних верств населення[4].

Чимало країн створили відомства, діяльність яких спрямована саме на підтримку суб'єктів малого бізнесу. Так, в 1953 році Конгресом Сполучених Штатів Америки створено Адміністрацію по справах малого бізнесу (U.S. Small Business Administration – SBA), яка і досі захищає інтереси суб'єктів малого підприємництва на державному рівні. Серед основних завдань діяльності Адміністрації щодо суб'єктів малого бізнесу:

- технічна та інформаційна підтримка;
- допомога в отриманні кредитів, надання кредитних гарантій;
- сприяння в отриманні державних замовлень та отриманні контрактів з великими підприємствами;
- безпосереднє субсидування та кредитування малого бізнесу за рахунок коштів власного бюджету [1].

Досвід США показує, що забезпечення кредитування є однією з найефективніших форм державної підтримки підприємництва, оскільки вирішує питання щодо залучення банківських кредитів для цього. Саме ця форма підтримки дає змогу мобілізувати ресурси та скористатися ініціативою підприємців.

У Японії створена Національна фінансова корпорація, що здійснює фінансову підтримку малих підприємств. Дворівнева система гарантій кредитів – 52 префектурні недержавні асоціації кредитної гарантії та державна корпорація зі страхування кредиту – знижують ризик неповернення кредитів. Держава бере на себе погашення майже всієї суми боргу у випадку неплатоспроможності підприємця. Система фінансової допомоги побудована за принципом зворотної залежності між розміром фірми та державної допомоги. Тобто найбільшу підтримку з боку держави отримують малі підприємства та підприємці-початківці[1].

Підтримкою малого бізнесу в Китаї займається Китайський центр координації та співпраці бізнесу, головним завданням якого є створення спеціальних умов для співпраці між китайськими та зарубіжними організаціями підтримки малого бізнесу.

Таким чином, особливістю економічно розвинених країн є надання державної підтримки малому бізнесу, створення спеціалізованих установ та інформаційне забезпечення.

Наразі такої підтримки малого бізнесу в Україні немає. Навпаки, існує проблема недостатньої обізнаності підприємців щодо податкових змін та стратегії держави по відношенню до них.

Малий та середній бізнес у 2018 році в частці ВВП України ледь досягнув позначки 15%, тоді як в деяких європейських країнах цей показник доходить до



половини [2]. Наприклад, у Німеччині малий та середній бізнес забезпечує більше половини ВВП. У США і Японії частка малих підприємств в структурі ВВП становить 60%. Яскравим прикладом розвитку малого підприємництва є досвід Польщі, яка після розпаду Радянського Союзу мала схожі з Україною стартові умови, але за роки незалежності змогла досягнути значного економічного зростання. У Польщі функціонує Польське агентство розвитку підприємництва, яке є ініціатором створення мережі регіональних центрів сприяння малим і середнім підприємствам. Ці установи надають на безоплатній основі або за преференційними ставками послуги з інформування, консалтингу та навчання, а також допомагають підприємцям отримувати дотації на свої бізнес-проекти з державного бюджету та фондів ЄС [3].

Також слід зазначити, що малий бізнес займає значне місце в економіці таких країн, як Німеччина, Японія, Великобританія, США та Канада. За даними Міністерства економіки Німеччини, 99,7% усіх німецьких підприємств виробляють 57% доданої вартості та експортують свою продукцію на світові ринки.

Підсумовуючи результати дослідження, слід стверджувати, що існуюча система підтримки малого бізнесу в розвинених країнах Європи та світу є актуальною для України. Аналізуючи зарубіжний досвід та сучасний стан розвитку вітчизняного малого бізнесу, необхідно переглянути систему оподаткування малого бізнесу, розглянути можливість прогресивної шкали сплати податків, запровадити просування певних напрямів діяльності малого бізнесу введенням спеціальних режимів податкових норм; на державному рівні надавати належну підтримку малому бізнесу у сфері бізнес-навчання, надання інформаційної, юридичної та консультативної допомоги щодо отримання пільгових позик, змін у законодавстві, вибору оптимальної податкової системи тощо; необхідно здійснити кардинальні зміни для посилення фінансово-кредитної підтримки розвитку малого бізнесу шляхом зменшення відсотків за позикою та спрощення процедури їх надання.

Список використаних джерел:

1. Ольвінська Ю.О. Особливості державного регулювання малого підприємництва у країнах світу. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2015. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=814> (дата звернення: 02.04.2020).
2. Мінфін спільно з Європейським інвестиційним банком надає підтримку банківському фінансуванню малого та середнього підприємництва / Міністерство фінансів України. 10.05.2017. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news> (дата звернення: 05.04.2020).
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 04.04.2020).
4. Рібун Л.В., Лех Г.А., Васькович І.М. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2016. Вип. 26.2. С. 230–235.



*Пригаровський Дмитро Юрійович ,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Калач Ганна Миколаївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ В УКРАЇНІ

Наразі пересічний громадянин України – платник податків не бажає добровільно виконувати свої податкові зобов'язання. Причиною цього є відсутність чітко вираженої залежності між сплаченими податками та зворотним потоком державних послуг, що їх отримують платники. У світовій практиці виділяють три моделі взаємовідносин держави та платників податків [1, с. 4].

1. Домінування держави у взаємовідносинах «держава – платники податків». У цих взаємовідносинах платники здебільшого наділені обов'язками, а держава – правами. Платники податків у такій моделі розглядаються як постачальники фінансових ресурсів. Така модель притаманна авторитарним державам і, безумовно, не може застосовуватись у демократичних країнах.

2. Домінування платника у взаємовідносинах «держава – платники податків». Така модель притаманна слабким державам із низькоефективним державним апаратом. Унаслідок безконтрольних дій платників рівень ухилення від оподаткування, як і в попередній моделі, зростає. Таким чином, зменшується обсяг податкових надходжень до державного бюджету й викривляються умови конкурентного середовища, оскільки платники податків, що ухиляються від оподаткування, отримують додаткові фінансові ресурси для подальшого їх інвестування у свій бізнес.

3. Модель взаємних зобов'язань. Цю модель обирають демократичні країни та країни з перехідною економікою. Усі суб'єкти податкових відносин є рівноправними, а діяльність кожного з них є підконтрольною та підзвітною. І держава в особі фіскальних органів, і платники зобов'язані дотримуватися податкового законодавства та наділені однаковими гарантіями щодо дотримання й захисту своїх законних прав. Платник розглядається вже не як об'єкт контролю, а як рівний партнер, який сплачує платежі податкового характеру за отримання належних послуг і гарантій із боку держави [2, с. 138].



Удосконалення системи адміністрування податків має розпочинатися з налагодження партнерських взаємовідносин між платниками та податковими органами, що базується на якісно новому розумінні місця людини в державі й у податковому адмініструванні, на повазі до її прав та інтересів. У такому разі сплата громадянами платежів податкового характеру буде добровільною, а не примусовою. Отже, необхідно підвищити відповідальність за податкові правопорушення.

Крім того, необхідно застосувати такі заходи запобігання проявам корупції: – зведення до мінімуму безпосереднього спілкування платників податків із посадовими особами фіскальних органів за рахунок активного використання комп'ютерних технологій; – облаштування приміщень прозорими стінками для посадових осіб, які працюють із відвідувачами; – посилення кримінальної відповідальності за корупційні діяння як для працівників фіскального апарату, так і для платників податків. Зниження ставок є привабливим для суб'єктів господарювання, окрім того, це має сприяти зниженню рівня тіньової економіки, стимулювати розвиток і ділову активність підприємницьких структур, що є основою фінансового потенціалу країни. Однак, з іншого боку, ураховуючи той факт, що податкові надходження забезпечують понад 80% доходів зведеного бюджету України, виникає питання щодо компенсації втрат бюджету від такого зниження ставок. Ураховуючи передовий досвід країн – членів ЄС, тобто застосування диференційованих ставок основного непрямого податку – ПДВ, залежно від соціальної ваги товарів і послуг, можна запропонувати чотири ставки оподаткування: – 0%, за якою й надалі оподатковуватимуться експортні операції; – знижена ставка – для оподаткування операцій із купівлі-продажу товарів першої необхідності (сільськогосподарської продукції, хлібобулочних виробів та інших продуктів харчування); – підвищена ставка – для оподаткування операцій із купівлі-продажу предметів розкоші; – основна ставка (на рівні 20%) – для оподаткування всіх інших операцій із купівлі-продажу товарів і послуг [3, с. 17]. Вважаємо, що застосування таких диференційованих ставок оподаткування сприятиме збалансованості надходжень до бюджету від адміністрування ПДВ і відповідатиме принципу соціальної спрямованості податкового законодавства. Також раціональним було б запровадження прогресивної системи оподаткування доходів громадян (базова ставка ПДФО – 15% і 17% – ставка, за якою оподатковуються доходи, що перевищують десятикратний розмір мінімальної заробітної плати, установлені законом на 1 січня звітного податкового року), оскільки за вищою ставкою оподатковуються доходи заможних верств населення.

Щодо удосконалення оподаткування юридичних осіб, тут слід спростити форми податкової звітності. У міжнародній практиці застосовуються



максимально спрощені форми декларацій, у яких зазначаються лише ті показники, що мають значення для визначення суми податку, яку треба сплатити. В Україні ж форми податкової звітності містять максимальну кількість даних, які слугують основою для подальшого контролю з боку фіскальних органів. Крім того, удосконалення потребують процедури податкового контролю. Якщо в європейських країнах податковий контроль проводиться з метою здійснення попереджувальних заходів, то в Україні – із метою виявлення фактів несвоєчасності чи неповного виконання податкових зобов'язань. Тому необхідно посилити контрольні дії за діяльністю тих платників, щодо яких були встановлені факти порушення податкового законодавства, і звести до мінімуму випадки втручання фіскальних органів у підприємницьку діяльність законослухняних платників податків.

Отже, удосконалення системи адміністрування податків має відбуватися в таких напрямках: – налагодження партнерських взаємовідносин між фіскальними органами та платниками податків; – зниження загального рівня податкового навантаження; – посилення відповідальності як платників податків, так і податкових органів за недотримання податкового законодавства; – боротьба з корупцією в країні; – адміністрування ПДВ за диференційованими ставками; – оподаткування ПДФО спільних доходів сім'ї; – посилення автоматизації процесу адміністрування податків. Таким чином, удосконалення системи адміністрування податків має базуватися на подальшому розвитку партнерських взаємовідносин між платниками та податковими органами, у результаті чого конституційний обов'язок громадян сплачувати платежі податкового характеру буде трансформований із примусового на добровільний.

Список використаних джерел:

1. Майстро С. В., Майстро Р. Г., Майстро Д. С. Результативність та напрями удосконалення державної податкової політики в умовах економічних трансформацій. *Теорія та практика державного управління*. 2018. №4 (63). URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2018-4/doc/2/2_2.pdf (дата звернення: 24.04.2020).
2. Паславська Р. Основні напрями реформування вітчизняної системи адміністрування податків. *Формування ринкової економіки в Україні: науковий збірник*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2016. Вип. 31. Ч. 2. С. 135–140.
3. Попова В. Удосконалення структурно-організаційної моделі податкової політики в умовах євроінтеграції. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. Вип. 11. С. 15–18.



*Речиць Ніка Григоріївна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Кравченко Маргарита Анатоліївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

ЯКІСТЬ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Актуальність. Аудит в Україні є порівняно новим видом діяльності і тому процес його розвитку супроводжується виникнення проблемних та суперечливих питань, які обумовлені впливом цілого ряду факторів та обставин: недосконалість законодавства України, що регулює аудиторську діяльність; незначний практичний досвід; відсутність удосконалених методик з проведення та документування аудиту.

Мета: вивчити законодавство України, яке регулює аудиторську діяльність, розгляд основних методик.

До проблем сучасного професійного аудиту можна віднести розробку та впровадження економічного механізму регулювання аудиту, що включає в себе великі штрафні санкції за неякісні аудиторські перевірки, страхування аудиторської відповідальності, розвиток цивілізованої конкуренції на ринку аудиторських послуг тощо.

Журнал Accounting and Business (Китай) опублікував в червні нинішнього року цікаву статтю, в якій аналізується роль аудиторів у справі запобігання виникненню кіберзагроз. Якщо ще десять років тому компанії стикалися з примітивними вірусними програмами, які легко можна було нейтралізувати силами відділів інформаційних технологій, то зараз комп'ютерні віруси стають надскладними. Вони можуть істотно зашкодити фінансовому стану компанії і навіть повністю знищити її репутацію[4].

На сьогоднішній день відсутній достатній законодавчий фундамент і досвід судового розгляду позовів щодо аудиторів (аудиторських фірм), немає методики оцінки розмірів збитку користувачів від не якісного аудиту, суди не завжди вирішують справи і впроваджують їх у життя, страхові фірми не здатні і не підготовлені до масового страхування аудиторської відповідальності. У відповідності з цим основним аспектом підвищення якості аудиту залишається професійний контроль за якістю аудиторських перевірок [1].



Недовіра до якості аудиторських послуг викликана в першу чергу відсутністю контролю над якістю наданих послуг на державному рівні.

Питання якості аудиторських послуг, визначення критеріїв їх оцінювання охоплюють значне коло проблемних запитань, при цьому практика засвідчує, що застосування спрощеного підходу до вирішення проблем впровадження системи якості, який полягає у перевірці старшими аудиторами роботи асистентів аудиторів, не є прийнятним для довгострокової концепції на ринку аудиторських послуг.

Підвищити якість професійної діяльності аудиторської фірми можна розробивши та впровадивши в практичну діяльність аудиторської фірми модель здійснення внутрішньофірмового контролю якості аудиту, яка б включала алгоритм проведення контролю якості аудиту, визначення місця та ролі працівника у загальній структурі здійснення аудиторської перевірки, його повноважень, а також встановлювала б підконтрольні зв'язки між працівниками.

На макрорівні, поліпшенню якості аудиту в Україні сприятиме лише система цілісних та комплексних заходів, які будуть спрямовані на розробку методичних рекомендацій щодо контролю якості аудиту; здійснення контролю над рівнем професійної компетентності аудиторів та запровадження санкцій і покарань аудиторів за неякісне надання аудиторських послуг.

Залишається проблемою неадаптованість Національних стандартів аудиту до Міжнародних стандартів аудиту (МСА) та контролю якості до вітчизняної системи бухгалтерського обліку. Так, під час опитування Міжнародною федерацією бухгалтерів - 59 % аудиторських фірм в світі, серед суттєвих проблем аудиту, вказали на складність в дотриманні стандартів [2].

Застосування міжнародних стандартів аудиту (які в повному обсязі повинні застосовуватися для аудиту міжнародних корпорацій з обсягом капіталізації в мільярди доларів) в Україні без урахування масштабів аудиторської фірми, реальних потреб клієнта та повним документуванням навіть процедур які неможливо застосовувати в Україні, призводить до невиправдано завищеної трудомісткості аудиту, зменшення продуктивності праці аудиторів та прибутків аудиторської компанії. Тому, міжнародні стандарти аудиту, дослівно перекладені з англійської мови на українську без урахування вітчизняного національного досвіду та специфіки ведення бухгалтерського обліку в Україні, потребують додаткових уточнень та внесення відповідних змін та визначення ролі аудиторів у справі запобігання виникненню кіберзагроз.

Наступною проблемою здійснення аудиту в Україні є також неврегульовані питання фінансування робіт зі створення адекватної системи аудиту в Україні та страхування аудиторської діяльності. З узагальнюючого



аналізу офіційних звітів аудиторських фірм видно, що деякі з них взагалі не займаються аудитом, а надають тільки консалтингові та інші послуги. В той час як світові тенденції розвитку аудиторських послуг свідчать про скорочення аудиторськими фірмами обсягів консалтингових послуг або виділення з них суб'єктів, що надають консалтингові послуги в окремі структури. Причинами цього є бажання утримати клієнта різноманітністю послуг, що надаються, шукаючи альтернативні джерела доходів. Українські підприємства все частіше хочуть отримувати від української аудиторської фірми комплекс послуг [3].

Поряд з перерахованими вище питаннями існує серйозна проблема формування ціни на аудиторські послуги, а саме в частині методики її визначення. Єдиної системи розрахунку вартості послуг аудиторської фірми в Україні не існує, тому аудитори часто використовують власну систему формування ціни. Найчастіше така система заснована на визначенні кількості відпрацьованих людино-годин або обсягу виконаних робіт. Також, велика кількість аудиторів на ринку спричиняє значне зниження ціни на аудиторські послуги у зв'язку з необхідністю боротьби за клієнта. Це в свою чергу впливає на зниження якості аудиту.

Аудиторська діяльність є досить новою, і тому, має велике поле для становлення індивідуальної національної системи аудиту, яка не повинна поступатися міжнародні професійні стандарти для здійснення аудиторської діяльності International Standards on Auditing (ISA), які використовують для здійснення аудиторської діяльності.

Якщо ще десять років тому компанії стикалися з примітивними вірусними програмами, які легко можна було нейтралізувати силами відділів інформаційних технологій, то зараз комп'ютерні віруси стають надскладними. Вони можуть істотно зашкодити фінансовому стану компанії і навіть повністю знищити її реноме. Системи обліку та його захисту потребують внесення відповідних змін в стандарти та визначення ролі аудиторів у справі запобігання виникненню кіберзагроз.

Висновки. Отже, у сучасних умовах інтеграції в європейське співтовариство розвиток аудиту є важливим і пріоритетним напрямком.

До посилення систем кібербезпеки активно залучаються різні фахівці, перш за все аудитори, в зв'язку з чим їх знання повинні постійно вдосконалюватися. Так, аудитор майбутнього неодмінно повинен володіти знаннями в області інформаційних технологій, управління ризиками та прогнозування можливих ситуацій розвитку подій.

Список використаних джерел:

1. Мусіхіна Г. М. Проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. [Електронний ресурс].
2. Аудит в Украине: развитие, проблемы и перспективы [Електронний ресурс].
3. Миронова Ю. Проблеми розвитку аудиту в Україні. [Електронний ресурс].
4. <https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/china/accounting>



*Рудик Олег Миколайович,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Калач Ганна Миколаївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА АСПЕКТИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Дослідження проблеми формування та підвищення конкурентоспроможності українських підприємств є актуальним завданням і представляє теоретичний і практичний інтерес у контексті євроінтеграційних процесів. Вільні ринкові відносини нерозривно пов'язані з боротьбою товаровиробників за споживача, більш вигідні умови виробництва і розподілу товарів з метою максимізації прибутку. Тому, перед підприємствами України важкої промисловості та сільського господарства, як провідних галузей економіки, стоїть завдання забезпечення конкурентоспроможності своєї потенційної експортної продукції на європейському ринку.

Саме тому ґрунтовний аналіз конкурентоспроможності галузі слід починати з аналізу конкурентоспроможності продукції, що представлена даною галуззю. В контексті даного дослідження розглянемо молочну промисловість та відповідно молочну продукцію, проаналізуємо її конкурентні позиції на прикладі молочної компанії «Галичина» та виявимо організаційно-економічні аспекти підвищення конкурентоспроможності даної продукції.

Молочна компанія «Галичина» була заснована у 1998 році. На сьогоднішній день компанія – лідер-виробник кисломолочної продукції, та входить до трійки лідерів українських виробників йогуртів. Продукція компанії представлена в усіх регіонах України, маючи більше, ніж 40 торгових представництв. Всіх їх об'єднує, перш за все, єдність споживчого призначення вироблюваного специфічного продукту – продукту харчування, що у свою чергу, визначає специфічні вимоги до вихідної сировини, вживаної технології, системи машин і всієї матеріально-технічної бази і до персоналу [2].

На сьогоднішній день за часткою на ринку компанія має другу позицію (рис.1), тобто частка продукції компанії на ринку кисломолочної продукції складає 10,5%.

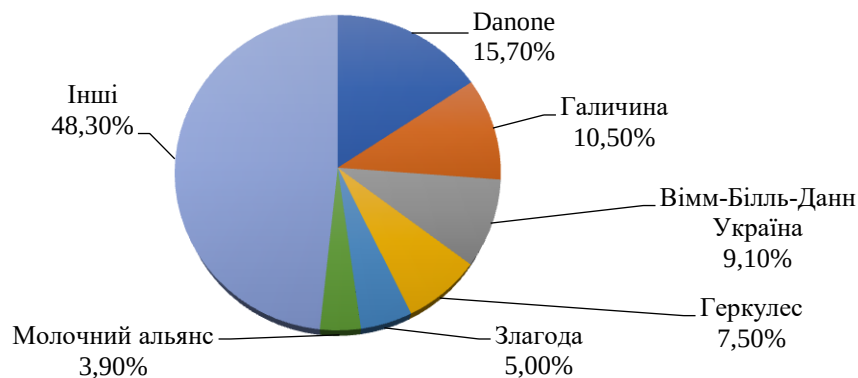


Рис.1. Структура ринку кисломолочної продукції у 2018 році

Джерело: складено автором на основі даних Консалтингової фірми «Pro Consulting» [1]

Зобразимо графічно діаграму конкурентоспроможності кефіру окремих компаній (рис.2)

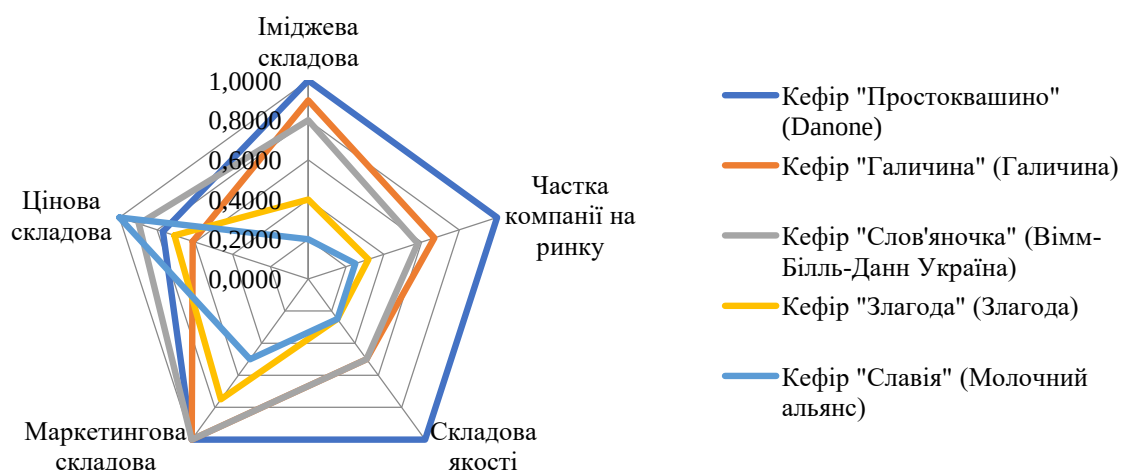


Рис.2. Пелюсткова діаграма конкурентоспроможності кефіру

Провівши рейтингове оцінювання одного з виду молочної продукції, спостерігаємо середні показники конкурентоспроможності кефіру «Галичина» виробництва компанії «Галичина». Серед невисоких показників факторів формування конкурентоспроможності слід розглянути ціну, яка, у порівнянні з продукцією інших виробників, є відносно завищеною при низьких показниках якості. Компанії слід необхідно переглянути структуру витрат на виробництво та збут своєї продукції (проблема, як вже зазначалося вище, може полягати у неналагодженій логістичній системі).

Запропонуємо засоби та методи підвищення конкурентоспроможності продукції компанії «Галичина» за наступними групами факторів [3]:

– технологічні та технічні фактори: в залежності від «новизни» технологій, що використовуються компанією, залежатиме й якість та ціна продукції, що виробляється. В рейтингову оцінюванні ми спостерігаємо низькі



показники якості, що може свідчити про застарілість технологій виробництва та переробки молочної продукції;

– організаційні: процес управління якістю продукції власне є складовою організаційних факторів. До завдань цієї групи факторів відносять: організація технічного та технологічного обслуговування, стан документації під час прийому-здачі молочної продукції, організація якісного маркетингу. На нашу думку, компанії «Галичина» слід приділити більше уваги рекламі своєї продукції, адже вона пропагує лише ідею «життя серед вічних цінностей», не приділяючи уваги інноваційній складовій продукції, що виробляється. Слід зазначити, що маркетингові витрати компанії «Галичина» не перевищують 1,6%, натомість маркетингові витрати компанії-конкурента Danone складають 3-5%;

– економічні фактори: центровою категорією економічних факторів є ціна. Саме тому, основним завданням даної групи факторів є оптимізація витрат на усіх етапах створення продукції;

Висновки. Дослідження конкурентоспроможності продукції та її оцінка на сучасному етапі євроінтеграції є наскрізним завданням для українських підприємств, що планують вийти зі своєю продукцією на європейський ринок. Як показало дослідження продукції молочних компаній, існує ряд проблем, які вимагають їх швидкого усунення. Для цього необхідне створення комплексної системи заходів підвищення конкурентоспроможності продукції, складовими якої виступатимуть: технологічні, технічні, організаційні та економічні фактори. І, хоча вимоги європейського споживача до української продукції будуть завищені, перспективи завоювання його прихильності, безсумнівно, існують.

Список використаних джерел:

1. Консалтингова фірма «Pro Consulting» / Офіційний сайт консалтингової фірми «Pro Consulting» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pro-consulting.ua/>
2. Молочна компанія «Галичина» / Офіційний сайт молочної компанії «Галичина» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://galychyna.com.ua/>
3. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: [монографія] / В. А. Павлова. – Д.: ДУЕП, 2006. – 276 с.



*Сокирко Тетяна Олександрівна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри
економіки підприємства, завідувач
відділу профорієнтаційної роботи,
практики та сприяння
працевлаштуванню
Університету ДФС України*

МОТИВАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Ефективна система управління персоналом – це не тільки висока результативність виробництва, але і всебічна захищеність людей, сприятливий морально-психологічний клімат, комфортні умови праці, широкі можливості для самореалізації особистості. В кінцевому значенні – це висока якість життя, що повністю співпадають з головним напрямками людей. [1].

Це актуально особливо зараз, коли вітчизняні підприємства, в першу чергу великі і середні, відчувають сьогодні немалі труднощі економічного характеру, обмежені в ресурсах, і проблема їх виживання в більшості повинна вирішуватися за рахунок резервів, використання яких не потребує великих затрат.

Мотивації персоналу присвячено праці таких зарубіжних дослідників як Дж. Обер-Кріє, Д. Сінк, Е. Цандер та ін. З початком економічних реформ в Україні світові наукові здобутки в галузі мотивації персоналу стали предметом дослідження удосконалення і адаптації, що відобразили у своїх працях провідні вітчизняні вчені: С. Бандур, Д. Богиня, О. Грішнова, В. Гуменюк, В. Данюк, Г. Дмитренко, М. Долішній, Г. Калитич, А. Колот, О. Крушельницька, О. Кузьмін, Г. Куліков, Л. Мельник, О. Мороз та ін..

На нашу думку, на ефективність управління персоналом мають вплив, перш за все, компетенція працівників і рівень їх мотивації. При цьому компетенція працівників залежить від рівня їх освіти (знань), досвіду роботи (навиків) і особистих умінь.

Те, що гроші являються підтримуючим фактором, - загально відома істина А. Морита, сутність якої полягає в наступному: коли в керівника у підпорядкуванні є штат, який складається з підготовлених, розумних і



енергійних людей, в якості наступного кроку йому необхідно стимулювати їх творчі здібності. Людям потрібні гроші, але вони хочуть отримувати задоволення від своєї роботи і гордитися нею [2].

Результативність роботи підлеглих в більшості залежить від психологічного клімату в колективі і стилю управління, який використовує керівник.

Т. Пітерс і Р. Уотерман акцентують увагу на тому, що необхідно, в першу чергу, дивитися на них, а не на капіталовкладення і не на автоматизу, як на головне джерело виробництва [4].

Для підвищення ефективності роботи підприємства пропонуємо створення вдосконаленої системи мотивування. Важливим елементом стимулювання окрім матеріального є впровадження, або вдосконалення нематеріального стимулювання, тому що робітники потребують корпоративні свята, спортивні заходи та культурно-розважальні заходи, більш широке визнання заслуг. А це в свою чергу покращить організаційну лояльність, бажання і відповідальність працювати з більшою продуктивністю.

Для працівників старшого віку особливо важливим є забезпечення світлого і стабільного майбутнього. Якщо працівники підприємства – переважно молодь, то для необхідні заходи, які будуть спрямовані на отримання додаткових знань і кар'єрного зросту.

Відома велика кількість способів нематеріальної мотивації співробітників. Наприклад, можна відшкодувати витрати на відвідування семінарів, придбання професійної літератури та інше. На сьогоднішній час найбільш ефективним засобом нематеріальної мотивації постає проста подяка. Коли керівництво не забуває про внесок працівників в справи компанії і дякує їм - вдається домогтися серйозного ефекту без витрат. Якщо не отримувати таку подяку, то можна втрати ініціативу своїх співробітників.

Витрати на нематеріальну мотивацію найчастіше нижче, ніж інші витрати на персонал. Нематеріальна мотивація доповнює матеріальну, але не може повністю її замінити. Враховуючи потреби співробітників, можна досягти високого рівня прибутковості виробництва, що буде компенсувати понесені витрати. [3]

Метою впровадження запропонованих рекомендацій є:

- підвищення ступеня задоволення співробітників за рахунок отримання більш якісного відпочинку;
- підвищення у співробітників потреби в спорідненості як за рахунок підвищення можливості корпоративного спілкування, так і за рахунок розвитку командних методів роботи і залучення персоналу в процеси вироблення спільних рішень;
- підвищення у співробітників потреби в зростанні, розвитку і самовираженні за рахунок отримання більш вільного доступу до отримання освіти, просуванню по службі;
- підвищення згуртованості колективу;
- підвищення прихильності співробітників до роботи, прагнення до досягнення загальнокорпоративних цілей;



- розвиток кадрового потенціалу.[3]

Налагоджений механізм нематеріальної мотивації персоналу позитивно вплине на ефективність праці, в свою чергу позначиться на всіх процесах і результатах підприємства, а, отже, дозволить підвищити прибутковість його виробництва.

Неефективний механізм мотивації може викликати у працівників незадоволеність, що тягне за собою зниження продуктивності праці, падіння якості, високої плинності кадрів, напруженості у відносинах між працівниками, порушення дисципліни і навпаки.

Таким чином, впровадження та застосування системи мотивації як складової ефективного управління на підприємстві, має вирішувати такі завдання: поліпшення якості праці коштом залучення співробітників до вирішення поставлених задач і розкриття їх потенціалу, «втримування» кращих фахівців на підприємстві, залучення кращих співробітників., перемагаючи в конкурентній боротьбі з іншими підприємствами.

Персонал є основним джерелом продуктивності та ефективності праці підприємства. Саме люди визначають, і реалізують стратегії підприємства. Вони є головним ресурсом в управлінні підприємством. Головною функцією менеджменту є мотивація персоналу, яка забезпечує ефективну діяльність підприємств. Система мотивації включає комплекс заходів, покликаних забезпечувати більш якісну і результативну роботу і одночасно витримувати і заохочувати кваліфікованих працівників. Запропоновані рекомендації щодо використання методів і завдань мотивації персоналу на підприємстві можуть бути вдосконалені в подальших дослідженнях з метою пошуку оптимальних управлінських рішень на підприємствах з урахуванням сучасних умов господарювання. Для адекватного реагування на зміну стану мотивації праці на підприємстві та відповідного корегування елементів кадрової політики і системи управління персоналом, необхідно застосовувати систему показників комплексної оцінки ефективності мотиваційного механізму, що визначає перспективи подальших досліджень з цієї проблематики.

Список використаних джерел:

1. Керівник в системі управління: навч. посібник/ В. В. Козлов, М.Н.Кулапов, І. А. Калініна. – М. : Палеотип, 2012. – 164 с.
2. Кочеткова А. І. Психологічні основи сучасного управління персоналом/ А. І. Кочеткова. – М. : Зерцало, 2016. – 384 с.
3. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва [Електронний ресурс] // Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4917>.
4. Соколенко В. А. Механізм впливу мотивації персоналу на підвищення рівня продуктивності праці/ В. А. Соколенко, А. С. Клищенко // Вісник НТУ «ХПІ» (Серія «Актуальні проблеми розвитку українського суспільства»). Харків: НТУ «ХПІ». – 2018



*Соколюк Катерина Олександрівна,
Шрамковська Анастасія
Геннадіївна,
студентки ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Гурочкіна Вікторія Вікторівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗРОБКИ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Корпоративна культура являється інструментом управління за допомогою якого формується імідж підприємства. Корпоративна культура – це сукупність цінностей, правил, традицій, принципів і норм, за якими функціонують усі відносини на підприємстві як, зі співробітниками, так і з стейхолдерами. Зарубіжний досвід демонструє велику кількість ефективних моделей корпоративної культури.

Значний науково-практичний внесок у досліджуваній сфері становлять праці таких українських вчених як Л. Албаредо, В. Гурочкіна, Л. Бартол, В. Іванової, А. Колот, П. Котлера, Л. Петрашко, Н. Супрун.

За останні роки соціалізація бізнесу набуває все більшої популярності. Сьогодні в Україні формується національна модель корпоративного управління суб'єктами господарювання. Гармонізації відносин між бізнесом, суспільством та державою потребують економічна система та наш сучасний соціум [1, с. 198]

Корпоративна соціальна відповідальність - це збалансована діяльність, результатом якої є поєднання у собі потрійного ефекту економічного, соціального та екологічного. Досягається шляхом прозорості та етичної поведінки, що сприяє сталому розвитку, а саме: сприяє здоров'ю і добробуту суспільства, виправдовує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки [2, с. 165]

Найбільш відомою є модель Г. Харрісона, яка виділяє 4 типи корпоративної культури. Для побудови даної моделі професор проаналізував процес розподілу влади на підприємстві, відношення індивіда до підприємства, ціннісні орієнтації особистості, структуру організації та характер її діяльності на різних етапах її розвитку. Модель Г. Харрісона важко знайти у чистому вигляді, але більшість підприємств за своєю природою та корпоративною культурою є близьким до однієї з наступних моделей [3]:



1. корпоративна культура, що орієнтована на роль;
2. корпоративна культура, що орієнтована на людину;
3. корпоративна культура, що орієнтована на завдання;
4. корпоративна культура, що орієнтується на владу.

Характеристика моделей корпоративної культури за Г. Харрісоном відображено в табл. 1.

Таблиця 1.

Типи корпоративних культур за Г. Харрісоном

Параметри	Орієнтація на владу	Орієнтація на роль	Орієнтація на завдання	Орієнтація на людину
Вид підприємства, розмір	Невелика організація, залежить від центрального джерела влади.	Велика організація з механічною структурою. Суворе функціональний розподіл ролей	Невелика організація з органічною структурою (матрична структура)	Невелика існуюча для обслуговування і допомоги
Основа системи влади	Сила ресурсів, сила особистості	Сила положення. До силі особистості ставляться з несхваленням	Сили фахівця, експерта. Дух команди важливіший	Сила особистості, сила фахівця, вплив розподіляються порівну
Відношення до людей	Привертає людей, які люблять ризик, схильних до політики	Дає захищеність, можливість стати компетентним фахівцем	Розкриває таланти особистості, заохочується ініціатива	Фахівці обдаровані, яскраві особистості.
Тип менеджера	Орієнтація на владу і на результат, любить ризик	Любить безпеку, передбачуваність	Добре адаптується	Може надавати деякий тиск на особистість

Джерело: сформовано авторами [4].

Американський соціолог Ч. Хенді розробив власну модель корпоративної культури, за якої підприємство розвивається власними силами у процесі еволюції, а також охоплює різні культури. На стадії зародження пріоритетною виступає культура влади, під час стадії зростання – культура ролі, на стадії ж розвитку переважає культура особистості або індивідуальна культура [3].

Існує також модель, у якій в узагальненому вигляді продемонстровано взаємозв'язок між корпоративною культурою та результатами діяльності підприємства, що належить американському соціологу Т. Парсон. Модель Т. Парсона була сформована на основі розділення функцій, які будь-яка соціальна система, в тому числі й підприємство, повинні виконувати, щоб бути лідером на ринку, вижити, а також досягти успіху. Назва даної моделі AGIL за першими англійськими буквами цих функцій: adaptation (адаптація), goal-seeking (досягнення цілей), integration (інтеграція) і legiacy (легітимність) [5].



Суть моделі AGIL полягає в тому, що для виживання і розвитку підприємство повинне адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища, постійно досягати поставлених цілей, інтегрувати власні частини в одне ціле, та бути визнаною персоналом та іншими підприємствами. Модель AGIL переконує в тому, що усі цінності корпоративної культури є важливими інструментами реалізації функцій цієї моделі [6].

Інша модель корпоративної культури – це Модель Г. Хофстеде, розроблена та презентована відомим голландським ученим. Дана модель заснована на порівнянні культур різних країн. Вчений провів опитування 160000 менеджерів і співробітників підприємств в більше ніж в 60 країнах світу про задоволеність умовами праці, відносин з колегами та керівництвом, про сприйняття проблем, які виникають в процесі роботи, про цілі, професійні переваги. Провівши аналіз отриманих результатів, Г. Хофстеде виявив відмінності у поведінці менеджерів у різних країнах. Найбільша різниця у робочих цінностях та відносинах пояснюються в першу чергу національною культурою та залежать від його місця на підприємстві, віку та статі. Підсумовуючи усі відмінності, Г. Хофстеде розділив результати на чотири аспекти, які характеризують менеджерів та підприємства в цілому (табл. 2)[7].

Таблиця 2.

Типи культур за моделлю Г. Хофстеде

Тип моделі	Характеристика
Індивідуалізм – колективізм	Індивідуалізм передбачає, що люди всередині організації визначають себе як індивідуальність і піклуються тільки про самих себе, про свою сім'ю і про своїх родичів, виходячи зі своїх власних інтересів, а також інтересів найближчих до них людей. Колективізм характеризується тісним взаємозв'язком людини з групою.
Зниження (усунення) невизначеності	Культура, яка прагне до визначеності, відрізняється активністю, агресивністю, емоційністю і нетерпимістю. Культура, що приймає невизначеність, характеризується великою рефлексією, меншою агресивністю, безпристрасністю і відносній толерантністю.
Мужність – жіночність	Індекс мужності демонструє, наскільки суспільство віддає перевагу чоловічим цінностям порівняно з жіночими. Синонімами мужності є самоствердження, успішність, матеріальний успіх, конкуренція, честолюбство. Жіночність визначається, як ступінь, в якій домінуючими цінностями в суспільстві вважаються взаємовідносини між людьми, турбота про інших і загальне якість життя.
Зона влади	Сфера розповсюдження влади як елемента культури визначається простором, в межах якого навіть найменш наділений владою індивідуум у групі усвідомлює нерівноправність у розподілі влади і вважає його нормальним станом речей.

Джерело: сформовано авторами [7]

Отже, кожне підприємство є унікальним та має власні особисті цінності, а також цілі. На сьогоднішній день існує безліч способів для розвитку корпоративної культури, а отже і моделей корпоративних культур.



Найбільш ефективним типом культури за моделлю Г. Хофстеде було визначено є індивідуалізм та колективізм, адже вони є більш лояльними до впровадження.

Успіх компаній – не результат спеціального обладнання, ресурсів виробництва або вдалого місця розташування, а результат компетенцій керівників і системних підходів в управлінні корпоративною культурою і талантами співробітників.

Використання значного іноземного досвіду в сфері стратегічного управління, оволодіння його методами і підходами може дозволити вітчизняним суб'єктам господарювання працювати стабільно і забезпечити їм перспективи для розвитку. При перенесенні наявного іноземного досвіду на вітчизняні підприємства, слід дотримуватися певних рекомендацій: впевнитись в готовності власників сприймати і втілювати зміни в корпоративній культурі; враховувати, що кожна компанія початково має риси різних типів культур і завдання керівників – проаналізувати та виявити цінності, які домінують; забезпечити чітку регламентація та зрозумілість положень корпоративної культури, аргументацію її переваг як для власників, так і для персоналу.

Список використаних джерел:

1. Гурочкіна В.В. Стратегічний аналіз корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств / В.В. Гурочкіна, Л.В. Кравченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2018. - № 3. Том 3. - С. 198-205. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до збірн.: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4068/3/2890_IR.pdf
2. Гурочкіна В.В. Оцінювання реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах / В.В. Гурочкіна // Міжнародний науковий журнал Київського університету ринкових відносин: «Економіка, бізнес-адміністрування, право» - Випуск № 2 (2). - 2017. - 290 с. - С. 162-173. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до збірн. <http://kumr.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/09/75ed201e438e549acfd4157c83ccea85.pdf>.
3. Корпоративна культура : навч. посіб. / Г. М. Захарчин [та ін.] / під заг. ред. Г. М. Захарчин. – Львів : Новий Світ-2000, 2011. – 341 с
4. Управління культурою організації / Атаманчук Г., Кейзеров Н. / Кадри.- 2005.- № 10.- с. 6- 8.
5. The Conduct of Inquiry: Methodology for Behavirol Science. Chandler Publishing Company, San Francisco / A. Kaplan / – [Electronic resource]. – Access mode: <http://garfield.library.upenn.edu/classics1980/A1980JX53400001.pdf>
6. Конец менеджмента и становление организационной демократии / Жмут К., Голдсмит Дж. / - Спб.: Питер, 2014. - С. 179.
7. Організаційна культура та управління фірмою / Кузьмин А. / Фінансовий бізнес.- 2007.- № 12



*Солоний Дмитро Олегович,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Гурочкіна Вікторія Вікторівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університету ДФС України*

НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ У СПІВПРАЦІ З ЄС

Малий бізнес є основною складовою економіки будь якої держави. Малі підприємства мають деякі переваги порівняно з великими: забезпечують великою кількістю робочих місць для населення, дають надходження грошових коштів до державного бюджету шляхом сплати податків. Держава повинна розуміти важливість розвитку даного напрямку, особливо в умовах подолання фінансово-економічної кризи, адже на сьогодні підприємці малого бізнесу України стикаються з низкою проблем. На сьогодні бізнес має набагато більше можливостей для розвитку ніж у попередні роки. Дуже активно на це вплинула угода про співпрацю з ЄС. Вона розмила більшу частку бар'єрів і розширила можливості вітчизняних виробників.

Вагомим внеском для бізнесу стала угода про вільну торгівлю на певних територіях. Вона відображає домовленість двох і більше країн про умови ведення торгівлі між ними, визначаючи величину тарифів і мит на експорт і імпорт. Бувають не тільки багато і двосторонні угоди, а й односторонні, тобто будь-яка держава вводить обмеження на торгівлю, але при цьому інші країни не вдаються до заходів у відповідь. У рідкісних випадках односторонні торгові угоди можуть, навпаки, послабити обмеження.

Головною перевагою угод про вільну торгівлю є скасування різноманітних квот та мит при експорті та імпорті товарів між країнами. Але існують товари які не відносяться до таких і тому на них вводяться урядові субсидії, наприклад: автомобільна, харчова та нафтові промисловості.

За 11 місяців 2019 року обсяг торгівлі між Україною та Європейським Союзом виріс на 4,5% і склав \$19,2 млрд. Євросоюз отримав 42% загальних обсягів українського експорту. Крім того, на початку жовтня 2019 року повідомлялося, що ЄС і Україна готові до перегляду Угоди про асоціацію в частині торгівлі восени 2019-го.



Бізнесу, який раніше не пробував експортувати, потрібно не тільки зрозуміти, на яких ринках вони можуть знайти свою цільову аудиторію, а й продумати маркетингову стратегію для виходу і вирішити логістичні проблеми.

Вирішити ці завдання можна самотужки або за допомогою Онлайн-майданчиків, які набагато дешевші завдяки зменшенням витрат на персонал та оренду приміщень. Також вони дають змогу до більш широкого охопту потенційного споживача.

За даними [Salesforce](#), 82% b2b-покупців хочуть, щоб онлайн-продажі для бізнесу були такими ж, як у випадку особистих покупок. І дійсно, процес може бути таким саме простим. [1]

Іншою перевагою є також угода про Асоціацію з ЄС. Даний документ встановлює норми та правила співпраці між країнами ЄС та іншими у сфері політики, економіки, культури.

Завдяки цій угоді з'являється необхідність у модернізації виробництва за для відповідності певним стандартам ЄС. Цей процес вимагає певних вкладень та є довготривалим але це надасть можливість компанії працювати на європейському ринку та сертифікує власну продукцію, що збільшить обсяги споживання. Угода про асоціацію з ЄС не принесе швидкої вигоди для підприємства, однак вона відкриває можливості вітчизняному виробнику вийти на нові обсяги ринків і стати частиною європейської бізнес-спільноти. [2]

Європейські фінансові програми для бізнесу надають можливість українським підприємствам ставати сучаснішими та більш інноваційними. Протягом останніх п'яти років в Україні з'явилося чимало технологічних компаній: [Kwambio](#), [DroneUA](#), [Аеропракт](#), [Сади Прикарпаття](#). Дані компанії з'явилися саме завдяки європейським фінансовим програмам. [3]

Звичайне кредитне фінансування не завжди доступне для інноваторів. Адже банки пропонують кредити з високими відсотками, які для бізнесу на початковому етапі просто непідйомні, а запуск таких виробництв вимагає чималих витрат на розробку і тестування прототипів. Але для країн ЄС такі фінансування це звичайна річ, що допомагає інноваторам реалізувати себе, а державі розвиватись.

Така практика вже починає застосовуватися і у нас. Зараз в Україні діє низка ініціатив для бізнесу від Євросоюзу.

- грантові програми для інноваційного бізнесу,
- програми з вигідного кредитування
- програми, де за невеликі кошти можна залучити консультанта-практика.

Отримати фінансування у великій фінансовій інституції ЄС складно. Тому для отримання кредитування із закордону, ЄС укладає контракти з Європейським Банком Реконструкції та Розвитку (ЄБРР), Європейським Інвестиційним Банком (ЄІБ) і Німецьким Банком розвитку, Німецько-



Українським Фондом. Ці міжнародні фінансові інститути співпрацюють з такими банками в Україні

- ПроКредит Банк
- Кредобанк
- Кредитвест Банк
- Райффайзен Банк Аваль
- ОТП Лізинг
- Ощадбанк

Завдяки надходженню грошей із ЄС, бізнес має можливість отримати фінансування для подальшого розвитку своєї інноваційної складової.

Сучасний світ активно розвивається у напрямку інновацій, тому варто не зупинятися на досягнутому та постійно шукати нові можливості та шляхи для розвитку і покращення вітчизняного бізнесу. Постійно в наявності будуть сфери, що відстають від наукового розвитку, тому завдяки угодами та наданим можливостям постійно буде можливість еволюціонувати. А це приведе до розповсюдженню українського бізнесу на закордонні території.

Список використаних джерел:

1. «Прибутковий експорт» О. Юдицький. Режим доступу: <https://mind.ua/openmind/20207539-pributkovij-eksport-chi-e-perspektivi-dlya-ukrayinskogo-biznesu>
2. «Ринок ЄС: нові можливості для українського бізнесу» Режим доступу: <http://rozdilna-rda.odessa.gov.ua/info/strukturn-pdrozdli/rozdilna-upravlnnya-rozvitku-ta-nvesticj/vddl-ekonomchnogo-rozvitku-torgvl/rinok-s-nov-mozhlivost-dlya-ukranskogo-bznesu/>
3. «Європейське фінансування» Режим доступу: <https://delo.ua/business/jevropejske-finansuvannja-novi-mozhливosti-dlja-354274/>
4. «Нові можливості для українського бізнесу в ЄС та інвестиції» Д. Кулеба. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/dmitro-kuleba>



Сіротко Катерина Юрійвна,
студентка ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри

економіки підприємства, завідувач
відділу профорієнтаційної роботи,
практики та сприяння

працевлаштуванню

Університету ДФС України

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНДИКАТОР РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Потреба в безпеці є однією з базових потреб людини. Засновник гуманістичної психології А. Маслоу зазначав, що потреба в безпеці за своєю фундаментальністю поступається лише потребі в задоволенні фізіологічних потреб - в їжі, в житлі, в одязі, що захищає від впливу навколишнього середовища [1]. Іншими словами, як тільки людина є в змозі забезпечувати себе їжею і дахом над головою, домінуючою потребою стає безпека.

Економічні категорії – конкурентоспроможність та економічна безпека – як характеристики економічної системи перебувають у тісній взаємодії, котра в умовах глобалізації набуває додаткових акцентів. Конкурентоспроможність може розглядатися як безпосередній індикатор рівня економічної безпеки, оскільки остання є одним із базисних напрямів державної політики здійснення національної безпеки, характеризує здатність національної економіки до розширеного самовідтворення.

У відповідності до першого підходу економічна безпека розглядається з позицій наявності загроз діяльності підприємства, які завжди існують і справляють на нього негативний вплив. До таких визначень можна віднести, зокрема, наступне: «Економічна безпека підприємства - це умови діяльності, за яких суб'єкт господарювання, максимально ефективно використовуючи наявні ресурси, запобігає або усуває вплив існуючих загроз або інших непередбачуваних обставин або захищає себе від них і в цілому забезпечує досягнення основних бізнес-цілей в умовах конкуренції та економічного ризику» [2]. Ще одною інтерпретацією даного підходу є визначення, наведене у монографії за редакцією Г. Козаченка: «Гармонізація у часі та просторі економічних інтересів підприємства із потребами та інтересами зацікавлених



сторін у зовнішньому середовищі та їх частковий захист від існуючих загроз» [3].

Згідно з іншою точкою зору, економічна безпека співвідноситься з певним станом підприємства як економічної системи. Визначення, що її відображає, звучить наступним чином: «Економічна безпека підприємства - це конкурентні переваги, обумовлені відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, технічного та технологічного потенціалу та організаційної структури підприємства його стратегічним цілям і завданням» [4, с. 134].

На основі проведеного аналізу ми можемо стверджувати, що економічна безпека підприємства - це стан юридичної особи як економічної системи, в якій вона здатна адекватно реагувати і ефективно запобігати всім існуючим загрозам, як внутрішнім, так і зовнішнім [2, с. 245].

Очевидно, що система забезпечення економічної безпеки підприємства повинна включати дві основні складові:

- підсистему контролю та ліквідації загроз безпеки діяльності підприємства;
- підсистему організаційно-економічного забезпечення формування та реалізації стратегії сталого розвитку підприємства.

Таким чином, на стан економічної безпеки справляють вплив безліч різних факторів, які або сприяють, або перешкоджають забезпеченню безпеки. При неправильному або несвоєчасному регулюванні впливу фактору відбувається його перехід з відносно керованого стану до нової, дестабілізованої і часто непередбачуваної ситуації. Більше того, будь-який своєчасно не урегульований фактор, який впливає на економічну безпеку, може перетворитися на загрозу. Своєчасне втручання в розвиток економічної безпеки призводить до запобігання кризовим ситуаціям, що є найбільш сприятливим розвитком подій.

В економічній теорії існує багато визначень конкурентоспроможності, кожне з яких охоплює ту чи іншу його сторону або робить спробу його комплексної характеристики. На нашу думку, в умовах вітчизняної економіки найточніше цей термін відображає наступне визначення: конкурентоспроможність підприємства - комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваг сукупності оціночних показників діяльності підприємства, які визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників конкурентів [6].

Світовий досвід свідчить про те, що наявність факторів виробництва є необхідною, але не єдиною умовою успішної конкуренції. Для цього ще потрібні:

- певний попит на продукцію;
- вимогливі споживачі і конкурентоспроможні постачальники;



- сумлінне ведення конкуренції;
- відповідна стратегія підприємств щодо розвитку і підвищення конкурентоспроможності.

Аналіз категоріального апарату дефініції «економічна безпека» дав змогу визначити, що вивчення зазначеної категорії викликає значну зацікавленість науковців і розглядається як базис для забезпечення розвитку, стабільності, підтримки національних інтересів країни.

Отже, важливим завданням для забезпечення ефективності функціонування сучасних підприємств є посилення захисту як окремих суб'єктів господарювання, так і країни в цілому. Ринкові умови господарювання сприяють зростанню ризиків під час здійснення підприємницької діяльності, тому вирішення питань, що пов'язані з економічною безпекою діяльності підприємств, є невідкладними заходами. Роль економічної безпеки підприємства є визначальною у зміцненні безпеки всієї національної економіки, тому забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є важливим завданням, що дасть змогу створити необхідні умови для захисту від загроз, небезпек, викликів зовнішнього світу.

Список використаних джерел:

1. Maslow A. A Theory of Human Motivation. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.318.2317&rep=rep1&type=pdf>
2. Грунин О. А. Экономическая безопасность организации / О. А. Грунин, С. О. Грунин. СПб. и др.: Питер, 2015. 160 с.:
3. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. К. : Лібра, 2016. 280 с.
4. Белокуров В. В. Структура функциональных составляющих экономической безопасности предприятия. URL: <http://www.safetyfactor.ru>
5. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке. Актуальні проблеми економіки. 2017. № 3. С. 12-19.
6. Филюк Г. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / Г. Филюк. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2015. № 115. С. 5-8.



Синяк Максим Русланович,
студент ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри
економіки підприємства, завідувач
відділу профорієнтаційної роботи,
практики та сприяння
працевлаштуванню
Університету ДФС України

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ І БІЗНЕСУ

В умовах жорсткої конкуренції проблема вдосконалення механізмів стратегічного управління діяльності суб'єктів господарювання набуває все більшого значення. Пошук та обґрунтування ефективних способів взаємодії бізнесу та держави при розробці та реалізації стратегій розвитку набуває принципово важливого значення.

Серед вітчизняних науковців, що займаються розробкою теоретичних та методологічних проблем розвитку взаємодії держави та підприємств в умовах становлення ринкової економіки вагомий внесок внесли праці З. Варналій, А. Гальчинський, В. Геєць, Я. Жаліло, А. Колот, О. Пухкал, В. Симоненко та інші.

Для України проблема взаємовідносин між урядом і бізнесом набагато гостріша, ніж, наприклад, для країн Балтії та європейських держав, які пізніше взяли соціалістичний напрям у своєму розвитку і в той же час раніше відійшли від цієї системи управління. Аналіз розвитку України за роки незалежності свідчить, що основними факторами для цього є:

- ринкові економічні умови в Україні, які в цей час ще не досягли такого високого рівня розвитку, як у країнах з розвиненою економікою;
- високий рівень монополій на внутрішньому ринку України, що створює перешкоди для розвитку вільної конкуренції .;
- нестабільність політичної ситуації в країні, яка вичерпує значні фінансові та матеріальні ресурси, які могли б бути спрямовані на розвиток соціальної інфраструктури та вирішення соціально-економічних проблем.

Український вчений В.М. Геєць вважає, що для забезпечення тісної співпраці держави та бізнесу в Україні необхідно:

- реалізувати нову державницьку роль еліти, яка є політичною, а не номенклатурною, що контролює владу і бізнес одночасно;



- знайти в ході суспільної дискусії консенсус щодо державного устрою, який відповідатиме завданням стратегічного розвитку в нових глобальних умовах і буде ціннісним орієнтиром для населення;
- організувати співпрацю і співвідповідальність суспільства, держави та бізнесу за пошуки реалізації відповідей на виклик і ризики розвитку XXI ст., що формують нові напрями буття з надзвичайною невизначеністю і ризикованістю [1, с. 89].

Така співпраця може виявлятися у забезпеченні ефективного довгострокового програмування, орієнтованого на зміни в структурі економіки з метою забезпечення більш повного та успішного використання існуючих виробничих потужностей та її вдосконалення в умовах конкурентного середовища на світових ринках.

Заходи, що вживаються українською владою в цьому напрямку, сьогодні ще далекі від рівня сучасного розвитку світової економіки. Прикладом цього є діяльність приватних підприємств чорної металургії. Через відсутність належного аналізу змін, які відбуваються і можуть статися на внутрішньому та зовнішньому ринках, ряд споруд, введених в експлуатацію за роки незалежності України, використовується на 20-25% проектних параметрів, а то й на потреби для них до введення в експлуатацію. Технологія виробництва значно відстає від сучасних вимог, що визначають конкурентоспроможність товарів на світовому ринку.

В умовах сучасної економічної кризи в Україні платоспроможний попит держави може бути одним із найефективніших заходів щодо використання виробничих потужностей, які були закриті через відсутність замовлень, та зменшення кількості безробітних.

Одним із шляхів підвищення рівня бізнесу та української економіки в цілому слід вважати необхідність радикальної реформи банківської системи. В даний час банки значно втратили функцію кредитування бізнесу. Кредити під ставку 25-30% річних для більшості підприємців різного рівня неприйнятні.

Посилення бізнесу на внутрішньому ринку разом із реформуванням банківської системи сприяло б економічній стабілізації, а на основі цього, звичайно, і політичній. Така стабілізація збільшить приток іноземних інвестицій з усіма позитивними наслідками, як для бізнесу, так і для економіки України в цілому.

Ефективність усіх раніше запропонованих заходів щодо поліпшення функціонування бізнесу та економіки в цілому може бути зведена нанівець за відсутності розсудливої та продуманої грошово-кредитної політики, включаючи обмінний курс національної валюти щодо вільно конвертованих валют.

Зрозуміло, що курс національної валюти, в першу чергу, визначається рівнем розвитку економіки. Недостатність з боку Уряду дій щодо розвитку



економіки та бездіяльність керівництва НБУ щодо впровадження заходів з корінної зміни характеру діяльності банків призводить до постійної потреби у зовнішніх запозиченнях. Економіка України потребує притоку іноземної валюти. Але це необхідно робити не через іноземні кредити, а через створення привабливих умов для притоку іноземних інвестицій. Наприклад, 2017 рік в Україні оголошено роком Японії. Як показує практика найчастіше це обмежується співпрацею в культурному напрямі [2].

Одним із напрямків підвищення функціонування економіки вважається зменшення частки державної власності шляхом приватизації підприємств. Активізація процесу приватизації для влади приваблива в першу чергу тим, що це є прямим поповненням державної скарбниці в період продажу об'єктів. Підсумовуючи результати приватизаційних процесів, що відбуваються в країні, потрібно зазначити, що на сьогодні роздержавлення і приватизація призвели до появи ряду економічних, політичних та соціальних проблем, зокрема, посилення соціальної поляризації, росту диференціації прибутків населення й ін. [3]

Таким чином, реалізація довгострокових завдань економічного розвитку неможлива без грамотної взаємодії бізнесу та влади на всіх стадіях процесу стратегічного управління. Система конкретних форм бізнесу та участі держави на кожному етапі цього процесу, що виходить далеко за рамки державно-приватного партнерства, може слугувати основою для подальшого вивчення та розробки теорії та методології стратегічного управління та діяльності щодо досягнення стійких конкурентних переваг, що функціонують в динамічному ринковому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В.М. Геєць. К.: ІЕП України, 2009. 864 с.
2. Офіційний сайт посольства Японії в Україні URL : http://www.ua.emb-japan.go.jp/itprtop_uk/yearofjapan_ukr.html
3. Звіт про результати досліджень по проекту: «Соціально-економічні наслідки приватизації державного майна в Україні: перші десять років» URL : <http://www.caseukraine.com.ua/archive/u/publications/11cccb107a77fa70fca9626c7adc09f9.pdf>



Спекторук Владислав

Володимирович,

студент ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Кравченко Маргарита Анатоліївна,

к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки підприємства

Університету ДФС України

ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЯК МЕТОД КООРДИНАЦІЇ

На сьогодні особливо зростає інтерес до ідей цільового управління, перенесення його інструментарію у практику діяльності як ринково-орієнтованих організацій, так й підприємств в соціалістичних країнах. Успіхи підприємств, які використовували варіанти цільового підходу в управлінні, сприяли ширшому його застосуванню.

Теоретичні і практичні аспекти цільового підходу в управлінні вивчалися багатьма вітчизняними та зарубіжними науковцями. Серед них варто виокремити Б. Альстренда, Беседін В. Ф. , Дж. Морисей , Г. В. Дворецька, І. Ансоффа, П. Друкера, Р. Каплана, Б. Карлофа, У. Кінга та ін.

Мета дослідження тез – розкрити сутність цільового підходу в організації з урахуванням методу координації та оптимізації управлінських процесів.

«Цільове управління, —зазначає Дж. Морисей — ... потребує ясного й чіткого визначення цілей або бажаних результатів роботи, формування реальних програм їхнього досягнення та чіткого оцінювання параметрів роботи вимірюванням конкретних результатів за етапами досягнення поставлених цілей».

Цільовий метод управління полягає у відборі пріоритетних цілей економічного, соціального, науково-технічного розвитку, розробці взаємопов'язаних заходів щодо їх досягнення в задані терміни з максимальною ефективністю при необхідному забезпеченні ресурсами [1]. Метод включає розробку програм з урахуванням стратегічних цілей, визначення шляхів, засобів і організаційних заходів щодо їх досягнення.

Проблеми забезпечення ефективної координації діяльності всіх підрозділів організації мають безпосереднє відношення до цілей розвитку, шляхів їх досягнення, змін усіх компонентів виробничо-управлінських систем, які необхідні для забезпечення ефективних результатів. **Головне завдання** методу координації - досягнення узгодженості в роботі всіх ланок організації шляхом встановлення загальної цілі для них, характер яких може бути самим різним, тому що залежить від координованих процесів.



Нині відомі різні моделі та методи управління, які мають характеристики цільового підходу, тобто мета в них є визначальним елементом управління. Очевидним є те, що головною метою діяльності є отримання запланованих результатів. Цілі та пріоритети не є постійними величинами, їх перегляд пов'язаний із зміною зовнішніх і внутрішніх умов, з досягненням раніше поставлених цілей або з визнанням їх помилковості. Саме тому, для досягнення цілісної системи управління, орієнтованої на результати і заснованої на використанні творчого потенціалу трудового колективу, нових методів і техніки управління, важливим є розуміння основних стадій процесу управління за результатами, що зорієнтовані на творчість та стиль керівництва [2]:

- 1) складання автопортрету трудового колективу;
- 2) планування результатів, що включають довгострокове стратегічне планування, річне й індивідуальне планування;
- 3) досягнення результатів на основі ситуативного керівництва, що відбиває невизначеність і динамічність організації і її середовища;
- 4) контроль з метою оцінки досягнутих результатів, способів виконання передбачених у планах заходів, успішного ситуативного управління

Цільовий підхід вимагає та дозволяє ретельно розібратися у складній ієрархії цілей, визначити головну мету та такі, що «працюють» на неї, підцілі (як способи їх досягнення), сформувати систему пріоритетів черговості виконання цілей, тобто забезпечити керованість процесом розробки та досягнення цілей в організації, алгоритм досягнення цілі зображений на рис.1.



Рис.1 Алгоритм вирішення проблеми



Коли ми контролюємо результати - то перш за все зрозуміло вірний напрямок керівництва чи ні? Якщо нічого не виконано, то треба щось змінювати.

Проте, постає запитання: чому саме сьогодні, як ніколи раніше, мета має виступати як головний елемент управління? Це пояснюється так [3]:

- системи соціального типу є цілеспрямованими системами, а тому не може йтися про безцільове управління ними;
- особлива увага до цілей на сучасному етапі зумовлюється ускладненням об'єктів управління (економіки, окремих галузей, об'єднань підприємств тощо за рахунок опанування нових форм власності).

В організаціях, орієнтованих на довгу і плідну роботу, координація розглядається як доповнення і розширення цільової направленості підприємства. У процесі реалізації даної функції керівниками вищих рівнів часто здійснюється в основному лише координація зовнішніх зв'язків. Спільна робота окремих співробітників, які усвідомлюють необхідність об'єднання зусиль, буде найбільш ефективна тільки при чіткому розумінні кожним з них своєї ролі в колективних зусиллях і того, як їх ролі взаємопов'язані.

Але в сучасному стані економіки й окремих підприємств України, коли майбутнє не дуже ясне, цілі дещо розмиті, виникає небезпека захоплення проміжними, частковими, «сьогоднішніми» результатами, «управління заради управління», втрати перспективи та витрати сил на марну працю, яка не приведе до досягнення бажаної мети.

Цільовий підхід дозволяє поступово змінити на підприємстві стиль управління, збагативши його сучасними прийомами. Зокрема, з'являється можливість делегувати частину повноважень від верхніх рівнів управління на нижній з чіткою персоніфікацією відповідальності. За допомогою даного методу реалізуються нововведення, які сприяють підвищенню продуктивності праці, зниженню витрат, поліпшенню якості та споживчих властивостей продукції, скороченню термінів виробництва зразків нової продукції, закріпленню позитивних тенденцій і створенню прогресивних традицій.

Список використаних джерел:

1. Югас, Е. Ф. Цільові комплексні програми в системі стратегічного планування [Електронний ресурс]// Наук. вісник Ужгор. ун-ту. – 2009.–Режим доступу:http://www.nbu.gov.ua/Portal/natural/Nvunu/Ekon/2009_27/statti/3_4.htm.
2. Стеченко Д. М. Програмно-цільова орієнтація в управлінні соціально-економічним розвитком регіону / Д. М. Стеченко // Університетські записки : часопис Хмельницьк. ун-ту управління та права. – 2007.
3. Абрамов, Л. К. Цільові програми та механізми по забезпеченню прозорості у процесі їх реалізації / Л. К. Абрамов,- 2010. – 100с.



Сліпородський Едуард

Володимирович,

студент ННІЕОМС

Університету ДФС України

Науковий керівник:

Тарнавська Валентина Валентинівна,

старший викладач кафедри

економіки підприємства, завідувач

відділу профорієнтаційної роботи,

практики та сприяння

працевлаштуванню

Університету ДФС України

ПОБУДОВА ЕФЕКТИВНОЇ СМІТТЄПЕРЕРОБНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ШВЕЦІЇ

Проблема утилізації та переробки сміття в Україні на сьогодні є однією з найбільш актуальних та важливих. Наша держава є одним з лідерів серед країн Європи за відсотком непереробленого сміття, що погіршує екологічну ситуацію та економічне становище, адже перероблене сміття дає додаткові ресурси у вигляді електроенергії, палива, а також вторинної сировини, яку можна буде повторно використовувати в технологічних процесах виробництва.

За даними екологів, кожен українець щороку створює близько 230–260 кг. твердих побутових відходів на рік, а мешканці великих міст – по 350–390 кг. [2]. Це означає, що з підвищенням якості життя кількість відходів прямо пропорційно збільшується. Ще одна проблема, яка постала перед нашою країною – територія, завалена сміттям, з кожним роком збільшується, і вже перевищує площу заповідників. При цьому полігони продовжують розростатися, а заповідники – ні. Так площа території України, завалена сміттям, на 2019 рік становить 8%, в той час як площа об'єктів природного заповідного фонду – лише близько 5 %. Замість переробки відходів, часто організовують місця для зберігання та їх захоронення [1].

В країнах Європи частка сміття, що перероблюється або повторно використовується становить приблизно 90%. Провідними країнами по переробці відходів є: Швеція, Німеччина, Швейцарія, Австрія. За допомогою вторинної сировини в цих країнах опалюються будинки, забезпечуються виробництво електроенергії, виготовляється альтернативне органічне паливо, предмети домашнього побуту, будівельних матеріалів (з пластику), газетний і туалетний папір, тканину, руберойд (з макулатури) та інше. Швеція є чудовим прикладом для України в плані переробки та повторного використання відходів [1].



В Швеції перехід від звалищ до переробки сміття був зумовлений малою територією країни, а отже коли кількість смітєвих полігонів та їх загальна площа стали критичними, уряд задумався про радикальний перехід від старої системи поводження зі сміттям. Радикальний перехід до нової системи розпочався з 1995-1996 рр. На даний момент система переробки сміття в Швеції – це комплексна політика уряду, населення та підприємств, що забезпечує мінімальну частку сміттєзвалищ в країні.

Система починає діяти на суспільство з раннього дитинства, коли ще в дитячому садочку дітей вчать правильно сортувати сміття. Крім того, проектувальники та архітектори при будівництві вже враховують місця для різних смітєвих контейнерів. Виробники товарів закладають у ціну своїх товарів вартість переробки упаковки і платять споживачам за повернення порожньої тари, а компанії зі збору сміття роблять вибіркові перевірки якості його сортування і приймають несортоване сміття на вагу. Все це мотивує громадян розділяти і здавати відходи на переробку і повторне використання.

Загалом частка переробленого сміття в Швеції становить приблизно 99% [3, с. 99]. Органічні відходи, які складають 15% від загального обсягу, перероблюються компостуванням в органічні добрива або шляхом метанового бродіння в біогаз. Біогаз забезпечує як екологічне паливо громадський транспорт Стокгольма та інших міст Швеції, а саме 25% всього громадського транспорту Стокгольму, а також всі сміттєвози Швеції працюють на біогазі.

Скло, метал та інші матеріали, які можна переробити, а це близько 34% від загального обсягу сміття відправляються на переробку і використовуються ще декілька разів у виробництві вже нових скляних чи металевих товарів. До того ж, деякі корпорації використовують таке сміття в своїх технологічних процесах у якості піар-заходів.

Відходи, які неможливо переробити, спалюються на спеціальних заводах, і з яких утворюється теплова енергія, становлять половину від всіх відходів Швеції. Спалювання відходів відбувається в рамках реалізації програми Waste-to-Energy (WtE, W2E) [4, с. 6]. Програма W2E передбачає процес утворення електроенергії і/або теплоенергії при первинній переробці відходів або при використанні відходів як палива. Вона є формою відновлення енергії.

Залишок відходів, які відправляються на звалища – це відходи, що утворилися при спалюванні на заводах W2E, а саме попіл. Частка таких відходів від загальної кількості дорівнює приблизно 0,5-0,6%. В даний час фахівці Швеції думають і над вирішенням цієї проблеми.

Отже, проблема переробки відходів в багатьох країнах світу є однією з ключових та масово обговорюваних. Україні необхідно швидкими темпами здійснити провадження основних методів та інструментів ефективного використання сміття, що дозволить зменшити навантаження на навколишнє



середовище та зміцнить економіку. Еталонним прикладом в цьому випадку є Швеція, адже більшість методів, використаних шведами є універсальними.

Основними засобами, за допомогою яких можна покращити переробку сміття, являються наступні:

1. Сортивання сміття. Сортивання передбачатиме самостійну передачу сміття громадянами в пункти прийому сміття або сміттеві баки. На початковому етапі сортування має здійснюватись з використанням сегрегації (розділення) відходів на такі підвиди: пластик, скло, папір, органіка, метал.

2. Створення спеціалізованих підприємств з переробки сміття. Для ефективної переробки мають існувати підприємства, які будуть створювати добрива та біогаз, створювати теплоенергію зі сміття, повторно використовувати скло та метал.

3. Надання пільг сміттєпереробним підприємствам. Цей пункт передбачає надання переваг підприємствам сміттєпереробної галузі щодо оподаткування прибутку або ПДВ чи інших податків, надання пільгових кредитів на відкриття або модернізацію бізнесу.

4. Пропаганда. Передбачає широке використання ЗМІ, залучення великих підприємств, просвітительську діяльність серед молоді та дітей в закладах освіти, проведення тематичних заходів органами влади для швидшого та ефективнішого впровадження системи переробки відходів.

Таким чином, впровадження цих заходів комплексно дозволить побудувати в Україні ефективну систему переробки відходів, яка дозволить зменшити навантаження на навколишнє середовище, збільшить приток інвестицій в регіони, а також дозволить покращити економічну ситуацію в Україні.

Список використаних джерел:

1. Доскіч В. Сортивання сміття в Україні: вийти на новий рівень. *Інформаційне агентство УНІАН*. 2016. URL: <http://ecology.unian.ua/1327494-sortuvannya-smitty-a-v-ukrajini-viyti-na-noviy-riven.html> (дата звернення: 27.04.2020).

2. Офіційний сайт Міністерства енергетики та захисту довкілля. URL: <https://menr.gov.ua/> (дата звернення: 20.04.2020).

3. Удосконалення системи управління відходами в Україні в контексті європейського досвіду / В.С. Міщенко та ін. Київ : Лазурит-Поліграф, 2012. 120 с.

4. Федорова Ю.І., Чупріна М.О. Проблеми і напрямки утилізації відходів в Україні та світі. *Актуальні проблеми економіки та управління. Збірник наукових праць молодих вчених : електронне наукове видання факультету менеджменту та маркетингу НТУУ «КПІ»*. 2017. Вип. 11. URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22540/1/2017-11_2-04.pdf (дата звернення: 24.04.2020)



*Терихова Поліна Сергіївна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри
економіки підприємства, завідувач
відділу профорієнтаційної роботи,
практики та сприяння
працевлаштуванню
Університету ДФС України*

ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність. Проблема оптимізації капіталу в сучасній економіці посідає важливе місце, тому необхідно детально розглянути дану проблему.

Відомими спеціалістами, які займаються розгляданням даної проблеми: Є. Брігхем, д.е.н І.А.Бланк, к.е.н В.В.Ковалев, к.е.н Ю.М. Воробйов, Е.С. Стоянова, Негашев Е.В. та інші.

Мета: врахувати особливості формування структури капіталу, вивчити оптимізаційні моделі співвідношення власних та позикових коштів та вміння застосовувати отримані знання на практиці.

Економічний стан будь-якого підприємства характеризується розміром капіталу, що належить йому, а успішна діяльність полягає в його примноженні й накопиченні. Саме капітал відображає власність. Основним джерелом фінансування діяльності суб'єктів господарювання є їх власні засоби. У момент створення підприємств таку функцію виконує його початковий капітал, який за своїм матеріальним складом є сукупністю активів, інвестованих засновниками (учасниками). У момент створення підприємства його стартовий капітал втілюється в активах, інвестованих засновниками (учасниками) і відображає їх вартість.

Власний капітал становить сукупність фінансових ресурсів суб'єкта господарювання, що належать йому на правах власності та були створені за рахунок коштів власників підприємства або у результаті його ефективного господарювання, наявність яких забезпечує фінансову стійкість підприємства, тобто можливість та безперервність господарської діяльності та зниження його фінансового ризику [1].

Власний капітал утворюється за рахунок особистої участі власників у його формуванні. При цьому, створюючи капітал підприємства, власник частково



втрачає прямий зв'язок з капіталом, і він фактично стає власним капіталом підприємства, а не власника.

Для більшості підприємств основним елементом власного капіталу є статутний (номінальний) капітал – сума вкладів власників підприємства в його активи за номінальною вартістю згідно із засновницькими документами. У відповідній статті балансу наводиться зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства. Сума статутного капіталу, а також рішення про його збільшення або зменшення мають бути зареєстровані у Державному реєстрі господарських одиниць і за вартістю відповідати даним фінансової звітності, зокрема балансу. Це та сума капіталу, в межах якої засновники підприємств несуть матеріальну відповідальність перед його кредиторами. Саме тому зменшення статутного капіталу за наявності заперечень кредиторів не допускається.[2]

В окремих підприємствах складовою власного капіталу є пайовий капітал. Він передбачений для кредитних спілок, споживчих товариств, колективних сільсько-господарських підприємств, житлово-будівельних кооперативів, у яких статутний капітал формується за рахунок пайових внесків. Пайовий капітал – це сукупність коштів фізичних і юридичних осіб, добровільно розміщених у товаристві відповідно до установчих документів для здійснення його господарсько-фінансової діяльності. Для забезпечення розвитку господарської діяльності підприємства пайовиками можуть вноситися додаткові пайові внески на добровільних засадах. При щорічному розподілі прибутку за рішенням зборів пайовиків на обов'язкові та додаткові пайові внески на раховуються дивіденди, які можуть бути зараховані на поповнення паю. Важливими складовими власного капіталу є резерви, які можуть бути сформовані у формі додаткового (капітальні резерви) та резервного капіталу (резерви, створені за рахунок чистого прибутку). До резервного капіталу належать усі складові капіталу, призначені для покриття можливих у майбутньому непередбачених збитків і втрат. З резервним капіталом ідентифікується капітал, який формується за рахунок відрахувань з чистого прибутку і відображений за статтею балансу «Резервний капітал».[3]

Також важливим є проведення комплексних заходів щодо оптимізації.

На першому етапі аналізуються власний капітал, джерела його формування, динаміку та склад його структури у попередні періоди.

На другому етапі досліджують зовнішнє середовище, фактори якого можуть впливати на структуру власного капіталу підприємства.

Основними такими факторами є: галузева приналежність підприємства, стадія життєвого циклу, кон'юнктура товарного і фінансового ринків тощо.



На третьому етапі визначають чи орієнтуватися в подальшому нанаявну структуру власного капіталу, чи прагнути максимізувати рентабельність власного капіталу.

Першочерговим, повинен бути розрахований показник рентабельності власного капіталу, адже він найкраще характеризує результативність діяльності підприємства:

$$\text{Крвк} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}}$$

На четвертому етапі визначається середньозважена вартість власного капіталу.

На п'ятому етапі – формується оптимальна структура власного капіталу підприємства виходячи з розрахованих критеріїв.

На шостому етапі – порівнюються витрати з вигодами від оптимізації.

На сьомому етапі – порівнюється існуюча структура капіталу запропонованою. На данному етапі формуються конкретні заходи, які дадуть можливість сформувати необхідну оптимальну структуру власного капіталу.

Висновки. Було встановлено, що при формуванні власного капіталу необхідно враховувати особливості операційної діяльності підприємства та його специфіку яка впливає на співвідношення виробничих та оборотних активів та швидкість їх обертання. На всі фактори формування власного капіталу впливає форма власності підприємства. Запропонована модель оптимізації структури власного капіталу, дає можливість збільшити ринкову вартість підприємства. А при поетапному розрахунку забезпечується оперативність та оптимальність структури власного капіталу, а також прогнозується максимальне зростання рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості підприємства в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Єпіфанова І. Ю. Сучасні підходи до аналізу ефективності управління власним капіталом підприємства / І. Ю. Єпіфанова, І. В. Дрозд // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет: Економічна думка. – 2015. – Том 19. – № 2. – С. 71 – 76.
2. Ногіна С. Аналіз структури і функцій власного капіталу підприємства / С. Ногіна, С. Шумікін, С. Костанян // Економічний аналіз. – 2012. – Випуск 10. Частина 3. – С. 346 – 349.
3. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України № 514 – 17 (Редакція від 17.06.2018 р.). – Режим доступу: <https://zakon.help/law/514-VI/edition17.06.2018>.



*Уманець Марина Валеріївна,
студентка ННІЕОМС
Університету ДФС України
Науковий керівник:
Тарнавська Валентина Валентинівна,
старший викладач кафедри
економіки підприємства, завідувач
відділу профорієнтаційної роботи,
практики та сприяння
працевлаштуванню
Університету ДФС України*

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна система України, яка знаходиться у стані трансформування від командно-адміністративних до ринкових відносин, характеризується значними специфічними рисами. Вони обумовлені тимчасовим вакуумом економічної координації, який виникає після руйнування командних важелів впливу на економіку та до утворення дієвих механізмів ринкового саморегулювання та відповідних їм технологій нової державної економічної політики.

До основних причин гальмування розвитку малого та середнього підприємництва в Україні відносять:

- 1) неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
- 2) високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;
- 3) недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
- 4) відсутність дієвого механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- 5) недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- 6) обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
- 7) недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності [1, с.93].

Формування ринкової економіки в Україні пов'язане із зростанням підприємницької активності в усіх галузях. Розвиток саме малого та середнього



бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи. Малий і середній бізнес вважається найбільш динамічним елементом у структурі господарської діяльності. Кризові явища, котрі нині відбуваються у світовій та вітчизняній економіці, не залишили осторонь і банківський сектор економіки, який безпосередньо впливає на функціонування малого і середнього бізнесу в Україні [2].

Важливим регулятором успішного функціонування малих та середніх підприємств є кредитування. Пересічному громадянину складно отримати кредит на розвиток бізнесу навіть за наявності ефективного бізнес-плану, оскільки досить жорсткими є умови кредиту, тобто високі відсотки від суми кредиту (близько 13-14 %), висока завдаткова вартість, яка має перевищувати суму кредиту в 1,5 – 2,5 рази. Крім цього, серед таких умов можна назвати різні експертні оцінки, страхування тощо. За кордоном же в межах державних програм дотації на пільгове кредитування становлять 3 – 10 % від суми кредиту. Пільгове кредитування малих та середніх підприємств здійснюється за єдиними для всіх правилами, тобто жодному заявникові не надають переваги, а до уваги береться лише кредитоспроможність.

Можливо, якби в Україні були створені відповідні умови кредитування, то більша кількість громадян, які бажають започаткувати свій бізнес, але не мають стартового капіталу, отримала б можливість власного підприємництва.

Проблемою та перешкодою ефективному розвитку малих та середніх підприємств є адміністративні бар'єри, як-от: висновки, сертифікація, ліцензування, дозволи, що видаються на короткий термін, наприклад на рік, і змушують підприємство, яке не змінює свого функціонального призначення, оформлювати багато документів знову та знову отримувати дозволи.

Беручи до уваги ступінь дослідження проблеми становлення та розвитку малого та середнього бізнесу, а також досвід функціонування підприємств у країнах з розвиненою економікою, можна зробити висновки, що для того, щоб стимулювати розвиток малого та середнього підприємництва в Україні, потрібно вести політику максимального стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу. Першими кроками в цьому напрямку може бути усунення адміністративних перешкод.

Головною умовою збереження високого рівня добробуту населення вважається зростання продуктивності праці, в основі якого лежить розвиток великого виробництва, і одночасне підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств. Західна економіка стоїть на двох китах: великі структури, що додають їй стабільність і керованість, та малі підприємства, що формують конкурентне середовище і забезпечують гнучкість [3].

Велике значення має правове регулювання. З метою стимулювання малого бізнесу треба розробити і ввести нові юридичні моделі. Одним з



найбільш важливих напрямків регулювання і надання сприяння розвитку малого та середнього бізнесу є державне фінансування. Воно може здійснюватися як у вигляді прямого субсидування, так і шляхом створення змішаних засобів підтримки, надання гарантій щодо повернення кредитів, видачі їх під пільгові відсотки, участь у капіталі малих і середніх фірм. Усі ці міри підкріплюються податковою політикою. Її сутність складається в установленні пільгового податку на прибуток для малого бізнесу.

Важливе значення має надання інформаційних послуг, а також сприяння інноваціям шляхом передачі технологій, впровадження результатів досліджень. Професійне утворення і навчання на дрібних і середніх підприємствах має свої особливості й труднощі, тому навчання й перепідготовка кадрів для самостійної підприємницької діяльності займають ключове місце в політиці сприяння та розвитку підприємництва.

Таким чином, на рівні конкретної людини стоїть завдання надати повну інформацію й необхідні навички потенційним підприємцям. Потрібно створити мережу навчальних і консультаційних пунктів, до завдання яких буде входити надання допомоги підприємцям у розробці їх стратегії в умовах ринку.

На рівні фірм особлива увага повинна приділятися створенню такого середовища, в якому фірми могли б максимально швидко зростати і розвиватися, а також можливості безперешкодного виділення з великих фірм малих і середніх підприємств, якщо буде потреба.

Таким чином, регулювання й підтримка малого та середнього підприємництва полягає, в основному, в розробці відповідної законодавчої й нормативної бази, організації спеціальних органів підтримки, розширенні доступу до фінансових ресурсів і інновацій, забезпеченні повної й своєчасної інформації, організації навчання працівників. Зазначене щодо розробленої діяльності приведе до перетворення малого й середнього бізнесу в сектор економіки, що займає значне місце в розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні [Електронний ресурс] : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 трав. 2017 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 294 с.
2. Господарський кодекс України: від 16.01.2003 № 436-IV / Відомості Верховної ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15/>
3. Гринюк А. Перспективи розвитку малого бізнесу крізь призму доступності кредитних ресурсів. / А. Гринюк // Вісник НБУ. - 2010. - № 1. - С. 52–53.



*Шварко Аліна Олександрівна,
студентка Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ
Науковий керівник:
Менчинська Олена Миколаївна,
к.е.н., асистент кафедри економіки
та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ*

ПЕРЕОСНАЩЕННЯ ВЖИВАНИХ АВТОМОБІЛІВ З ДВЗ НА ЕЛЕКТРО: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В цілому галузь виробництва автокомпонентів активно розвивається в Україні. Виробництвом електропроводки для автомобільної галузі в Україні займаються такі підприємства як ВО «Карпати», «Точприлад», «Тайко Електронікс Юкрейн Лімітед», «SEWS Україна», Sumitomo Electric Bordnetze, ТОВ «Кромберг енд Шуберт Україна» тощо [1]. Електрокари поступово заповнюють світовий авторинок, витісняючи звичайні автомобілі, і все більше відомих автокомпаній переводять свої моделі на екологічне паливо. Електрифікація наземного транспорту є важливим кроком до вирішення важливих фінансових, екологічних та економічних проблем в країні на сучасному етапі. Подібні транспортні засоби стають дешевшими, роблячи їх більш доступними для громадськості. Таким чином, перспективи в найближчому майбутньому електрокарів стають ширшими й реальнішими.

Щодо транспортних засобів, то слід зазначити, що показники відновлення та утилізації транспортних засобів в країнах відповідають цілям повторного використання / переробки, крім Мальти. Мальта єдина держава-член, яка не виконала цілі повторного використання / відновлення, досягнувши частки в 45%. Словенія досягла своїх цілей у 2012 році (останній звітний рік), а Ісландія - у 2013 році [2, с. 238].

Популярність електромобілів у світі зумовлена тим, що вони мають ряд переваг у порівнянні з автомо із двигуном внутрішнього згорання (Табл 1).

Електрика коштує дешевше інших видів палива, а відсутність складних механізмів, витратних матеріалів та запчастин виключає часті поломки і необхідність в заміні. Компанії-виробники працюють над інноваційними технологіями, які підвищують функціональність цих транспортних засобів, яскравими прикладами найбільш високотехнологічних і популярних електрокарів є Nissan Leaf, Chevrolet Bolt, Volkswagen e-Golf, Tesla [3].



Таблиця 1

Порівняльна характеристика електромобілів та машин з ДВЗ

Електромобіль	Авто з двигуном внутрішнього згорання
Безпека	
Величезна кількість систем, починаючи з електронної стабілізації, що запобігає перевероту кузова і закінчуючи стандартними подушками безпеки.	Лише останні моделі випуску авто можуть забезпечити пасажирів безпечне пересування.
Витрати палива	
На повному заряді автомобіль може подолати 200 км.	Авто середнього класу з об'ємом двигуна 60 л. та витратою палива 6 л/км. може проїхати від 800 до 1000 км.
Комфорт	
Останні моделі авто оснащені Інноваційним інтер'єром, пристроями для зручності під час поїздки, як власника авто, так і пасажирів. Залежить від уподобань покупця і його фінансових можливостей.	
Обслуговування	
Займає мінімум часу, вони не мають потреби в чищенні запчастин, мастил. Через пару років доведеться повністю замінити акумулятор. Заправок для електромобілів зараз недостатня кількість.	Заправити авто не є проблемою. Обслуговування дороге.
Екологічність	
Немає шкідливих вихлопів під час експлуатації машини, що забруднюють навколишнє середовище.	Шумове та теплове забруднення навколишнього середовища
Вартість	
<u>Nissan Leaf 2019</u> - електромобіль - 21 500 \$ - 607 160 грн	Nissan Rogue Sport 2.0 awd 2019 - 16 500 \$ • 469 260 грн

На сьогоднішній день з 1000 проданих авто – 15 з електродвигуном. Купувати електрокари в іноземного виробника за ціну, яка перевищує майже удвічі вартість такого ж автомобіля з бензиновим або дизельним двигуном не вигідно. Водночас в Україні зростає ринок вживаних авто, який формується за рахунок імпорتنих поставок з-за кордону.

Тренд на електрифікацію індивідуального транспорту сформувався не тільки в місцях їх виробництва, але і в Україні. У березні 2020 року українську реєстрацію отримали 409 електроавтомобілів, на третину більше ніж місяцем раніше. А розмитнених електроавто, за підсумками першого кварталу того ж року було зареєстровано 1,7 тис. одиниць. Прогнозують що авторинок буде лише збільшуватись, що сприятиме створенню нових можливостей для малого та середнього бізнесу [5].

Щоб не переплачувати за імпортні моделі, постає необхідність розробки схеми переобладнання автомобіля з двигуном внутрішнього згорання на авто з електричним двигуном. Переобладнання включає в себе демонтаж системи охолодження, вихлопної труби та ДВЗ. Спеціалісти встановлюють замість них контролер, електродвигун, комплект батарей та зарядний пристрій.



Для виконання переобладнання звичайного серійного автомобіля шляхом заміни штатного двигуна на електро потрібно визначитись із самим авто, яке буде переобладнуватись. Від технічних характеристик такого автомобіля залежить багато факторів, що вплинуть на подальшу роботу та експлуатацію транспортного засобу. Наступним кроком важливо визначитись з видом електродвигуна та його потужністю. Застосовуються такі декілька типів: колекторні двигуни постійного струму, асинхронні двигуни перемінного струму, синхронні двигуни перемінного струму та сучасні типи двигунів перемінного струму з вентильним керуванням та ін. Характеристики авто з електродвигуном більш придатні для його внутрішньо міського використання і це дає змогу знизити низку вимог до деяких конструктивних характеристик при обранні автомобіля, який переобладнується на електродвигун [4, с. 18].

Як приклад, в Україні вже створено сервіс з переобладнання звичайних автомобілів з ДВЗ у електромобілі. Такі послуги пропонують спеціалісти компанії «ELMOB». Необхідно лише залишити заявку на сайті, отримати консультацію спеціалістів, пройти тест-драйв та скласти договір на надання послуг. Виготовлення та доставка батарей триватиме до 90 днів, а встановлення та тестування всього 1 день. Частим запитом на переобладнання є сегмент комерційного транспорту і в меншій мірі – вживані автомобілі, адже переобладнання - це шлях для тих, хто хоче істотно знизити витрати на придбання, експлуатацію та обслуговування автомобілів у власному бізнесі. Переобладнання дуже актуально для компаній, які займаються доставкою або розвезенням дрібногабаритного і легкого вантажу, доставкою їжі з ресторанів, кур'єрських служб, таксі [6].

Заміною двигунів зараз також займаються прихильники електротранспорту та еко-руху, фахівці технічної творчості у багатьох областях, власники колись бензинових, а тепер уже електричних автомобілів, які займалися домашнім переобладнанням самостійно. Зростання продажів і вдосконалення моделей дозволять виключити існуючі недоліки електрокарів, роблячи ці машини бездоганними за експлуатаційними характеристиками, з динамічними і швидкісними властивостями.

Таким чином, в зв'язку зі складною економічною ситуацією в країні, надзвичайно актуальним є питання розвитку енергоощадних, екологічно безпечних видів транспорту та інфраструктури для нього. Одним з напрямів, який дасть змогу розвивати малий та середній бізнес є популяризація серед населення транспортних засобів та поступове переведення перевезень на двигуни з електротягою.

Список використаних джерел:

1. Менчинська О.М. Формування автомобілебудівного кластеру в Україні. *Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка*. 2018. №4. С. 62-67. URL: http://pnv.in.ua/images/Magazine/2018_4.pdf#page=61



2. Гурочкіна В. В. Концептуалізація розвитку машинобудівного підприємства на засадах циркулярної економіки – Recycling / В. В. Гурочкіна // Університетські наукові записки. – 2020. – № 1 (73). – С. 236–248. URL : http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5789/1/6053_IR.pdf

3. Сабініч А. Аналітика ринку електромобілів в Україні та світі. *Tokar.ua* 2018. URL: <https://tokar.ua/read/25713>

4. Оверченко Ю.М. Горпинюк Л.В. Деякі питання переобладнання малолітражного легкового автомобіля у електромобіль. *Автомобільний транспорт*. Особливості конструкції, 2014. 18-21 с.

5. Полтавець Т. Ринок електромобілів в Україні: становлення та перспективи. Центр досліджень соціальних комунікацій. 2020. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3013:rinok-ektmobilivv-ukrajini-stanovlennya-ta-perspektivi&catid=8&Itemid=350

6. Як зробити електромобіль своїми руками за кількесот доларів? *Auto24* 2019. URL: https://auto.24tv.ua/samorobnyi_elektromobil_yak_zrobyty_elektromobil_svoimy_ru_kamy_n10900



СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

ВЕКТОРИ ЕВОЛЮЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Збірник матеріалів
IV міжнародної науково-практичної конференції
«Економічні перспективи підприємництва»*

У двох частинах

Частина 2

08–09 жовтня 2020 року

Відповідальний за випуск В. В. Гурочкіна

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Здано до друку 10.11.2020. Формат 60×84/16.
Папір офсетний № 1. Гарнітура «Times New Roman».
Друк. арк. 14,0.
Тираж 300 примірників. Замовлення № 923.

*Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром
Університету ДФС України, 08200, вул. Університетська, 31,
м. Ірпінь, Київська область, Україна*

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготовлювачів і
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 5104 від 20.05.2016*