

і як наслідок, незручністю для користувачів. Метою застосування інформаційних інструментів, крім основної, є забезпечення і обмін інформацією, тобто повинна бути організація комплексного, але в той же час адресного застосування економічних та нормативних інструментів стимулювання екологізації господарської діяльності сучасних підприємств [2, с. 40]. У зв'язку з цим система екологізації господарської діяльності сучасних підприємств України потребує доопрацювання інструментів стимулювання та створення комплексного алгоритму їх взаємопов'язаного застосування.

На даний час в Україні вже сформована база для функціонування системи стимулювання екологізації, однак, кожен окремий тип інструментів і механізми їх застосування вимагають уточнення та доопрацювання. Крім того, всі типи використовуваних інструментів повинні бути взаємопов'язані, застосовуватися і працювати в рамках єдиного механізму, а не розрізнено. Економічні інструменти повинні мати прямий зв'язок з нормативними та інформаційними інструментами, які сприяють реалізації перших, а не тільки декларують їх.

Список використаних джерел:

1. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2015–2018 рр. [Електронний ресурс] / Міністерство екології та природних ресурсів України. – Режим доступу: <https://menr.gov.ua/news/31768.html>.
2. Вахлакова В. В. Інструменти управлінського супроводу екологізації діяльності промислового підприємства / В. В. Вахлакова // Економіка і регіон. – 2016. – № 1 (56). – С. 38–46.
3. Гвініашвілі Т. З. Еколого-економічний розвиток регіонів та подолання територіальної диференціації / Т. З. Гвініашвілі, М. С. Пашкевич // Часопис економічних реформ. – Луганськ: Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля, 2012. – № 1 (5). – С. 148–154.
4. Екологізація підприємств України шляхом впровадження ресурсоефективного виробництва: Центр ресурсоефективного та чистого виробництва // Промислова безпека. – 2016. – № 6 (93). – С. 60–61.
5. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43

Шайхутдінова І. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Одним з найважливіших завдань економічної оцінки підприємства є діагностика його економічного потенціалу. Сучасні методи оцінки економічного потенціалу, у своїй більшості, направлені на дослідження внутрішніх чинників

впливу, а саме – економічних та виробничих можливостей [1]. Але у сучасних умовах ведення господарської діяльності, фінансові результати більшою мірою залежать від того, наскільки сприятливим є їх зовнішнє середовище та як вміло господарські одиниці можуть пристосуватися до змін, які панують у ньому.

Дану проблематику досліджували такі українські вчені: Богун В. Л., Іщук С., Плешка А. Р. та інші [1–3].

Основною умовою здійснення оцінки наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства є урахування екзогенного середовища суб'єктів господарювання. Тому, до основних методологічних засад, на яких базується процес оцінювання, доречно віднести такі: урахування можливості підприємства суттєво вплинути на рівень цін продукції через контроль натуральних обсягів її виготовлення та реалізації; дослідження поведінки ринків збуту продукції конкурентів підприємства; характеристика продукції на потенційних та існуючих ринках збуту; визначення параметрів попиту на кожен вид продукції, який випускає або може випускати підприємство, для кожного ринку збуту; зважати на різні параметри, які описують внутрішній економічний потенціал підприємства; урахування випадків, коли підприємство виготовляє продукцію з різним рівнем споживчих властивостей.

Тому оцінка наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства є вельми складним завданням, так як постає необхідність перетворити велику кількість вхідної інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище господарювання у кінцеві дані про очікуваний прибуток, який отримає підприємство від продажу своєї продукції на ринку збуту. Вирішення даного завдання може суттєво змінити показники, за допомогою яких здійснюється оцінювання рівня екзогенних економічних можливостей суб'єкта господарювання.

Задля побудови систему показників, слід дотримуватися наступних положень:

- по-перше, система показників повинна мати ієрархічну структуру;
- по-друге, система показників оцінки наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства в процесі формування повинна знаходитись у відповідності до використовуваної процедури такого оцінювання;
- по-третє, при оцінці рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства за допомогою системи належних індикаторів повинно прогнозувати застосування комбінованого підходу, при якому окремі параметри нижчого рівня оптимізуються, а інші – підлягають нормуванню.
- по-четверте, система показників оцінювання наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства повинна зважати на головні завдання, які

виникають перед підприємством у процесі формування асортиментної та цінової політики [2].

До основних таких завдань належать: з'ясування найперспективніших ринків збуту продукції за кожним її видом; встановлення оптимальних обсягів реалізації та цін за асортиментом продукції на кожен з обраних ринків збуту; виявити оптимальний рівень якості кожного виду продукції підприємства, яка реалізується на тому чи іншому ринку збуту.

Спираючись на викладену вище інформацію, при формуванні ієрархії показників оцінювання наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу суб'єкта господарювання слід виокремлювати чотири щаблі показників, а саме:

– 1-й рівень – первинні часткові показники оцінювання, вони містять такі індикатори, які отримують з вхідної інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а також ті, обчислення числових значень яких потребує виокремлення показників операцій нормування та оптимізації;

– 2-й рівень – вторинні часткові показники оцінювання, для них виступають базою показники першого рівня і значення, що отримуються на основі розрахунку та побудови відповідної економіко-математичної моделі;

– 3-й рівень – комплексні показники оцінювання, вони визначають сукупну за усіма видами продукцію на підприємстві, очікувану величину прибутку та необхідні редагування у структурі активів підприємства, які необхідні для одержання цього самого прибутку, та очікуваний дохід від продажу або здавання в оренду майна на підприємстві;

– 4-й рівень – інтегральний показник оцінювання, у загальному вигляді він повинен враховувати потрібні інвестиційні витрати та можливий прибуток від продажу або здавання в оренду зайвого майна [3].

Враховуючи інформацію, що наведена вище, при оцінці зовнішнього економічного потенціалу суб'єкта господарювання є доцільним прийняття значень показників, а саме процес оцінки даного економічного потенціалу мусить базуватися на вирішенні завдань визначення найкращого натурального обсягу виготовлення кожного з видів продукції підприємства з урахування потреб у додаткових інвестиціях для здійснення виготовлення продукції для даного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Богун В. Л. Формування та оцінка виробничого потенціалу підприємства / В. Л. Богун // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 12.

2. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. Іщук // Регіональна економіка. – 2005. – № 7.
3. Плешка А. Р. Фактори, що впливають на розвиток виробничого потенціалу / А. Р. Плешка // Наук. пр. нац. ун-ту харч. технологій. – 2011. – № 37/38.
4. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.
5. Бикова В. Г. Концепція циклічності в управлінні потенціалом підприємства / В. Г. Бикова // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Видавець Біла К. О., 2017. – 487 с. [С. 101-111].

Шевченко А. В., к. е. н. Водолазська О. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Впродовж останніх років в Україні спостерігається розвиток сектору малого бізнесу та зростання його питомої ваги у сфері національного господарства. Як зазначає більшість економістів, саме малий та частково середній бізнес можна вважати головним резервом створення нових робочих місць і подолання безробіття [1]. Ця тема є сьогодні актуальною, адже процеси, які супроводжують становлення підприємництва в умовах нерозвиненого ринку ще недостатньо досліджені й висвітлені в економічній літературі.

У сучасних умовах ведення бізнесу складні структури великих підприємств здебільшого поступаються гнучким та динамічним представникам малого та середнього підприємництва, які миттєво реагують на зміну кон'юнктури ринку. Однак малі та середні підприємства відстають від більших за розмірами підприємств за абсолютними показниками, наприклад, вартістю активів, обсягом реалізованої продукції, чистим прибутком, тому доцільно проводити порівняльний аналіз тенденцій їх розвитку за темповими показниками з метою визначення рівня їх ділової активності.

Взагалі процес становлення секторів малого та середнього підприємництва в Україні є досить тривалим. Для даного процесу характерною є певна етапність розвитку, що відповідає економічному стану країни та існуючим проблемам на макро- та мікрорівнях.

Оцінювання фінансових результатів малих підприємств та операційної рентабельності за 2010-2017 рр., показало різнонаправлені тенденції зміни цих