

укладеним Договором, постачальник має передати майно покупцю та може вимагати від нього здійснення його обов'язку щодо виконання зобов'язань у вигляді сплати (або компенсації у іншій формі) за отримане майно.

У разі невиконання укладених договорів можуть застосовуватися штрафні санкції, що теж повинно знайти відображення у бухгалтерському обліку. Виникнення неузгодженості правового та облікового середовища негативно впливає на формування звітної інформації щодо розрахункових операцій підприємства.

Отже, господарський договір є найбільш поширеною і важливою підставою виникнення зобов'язання, основною формою реалізації товарно-грошових відносин у ринковій економіці.

Джерела та література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>; <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/436-15>
2. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент: науч. пособие. *Финансы и статистика*. 2003. 768 с.
3. Югас Е. Ф. Економічна сутність договірних відносин підприємства та форми розрахунків з постачальниками і підрядниками. *Економічний вісник*. 2011. № 17/2. С. 102–109. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_2/Yugas.pdf

Гриценяк С. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.

В. Лакіза

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

Перспективи розвитку малого бізнесу України в неіндустріальній економіці

За декілька років економіка країни почала стрімко змінюватись, що призводить до утворення нової економіки. Економіка активно інтегрується у нову систему макроекономічного регулювання та навіть змінює систему оцінок.

По-перше, відбувається розвиток ринку знань, постійно зростає роль наукового сектору, виробництва і збуту сучасних технологій.

По-друге, має місце стрімке зростання капіталізації ринкової вартості компаній шляхом створення їх розгалужених мереж.

По-третє, основним пріоритетом на момент сьогодення виступає політика щодо підвищення рівня освіти та зміцнення здоров'я населення.

По-четверте, забезпечено майже рівні умови для нормальної життєдіяльності кожного громадянина країни, незалежно від місця його проживання, рівня заробітної плати, тощо.

По-п'яте, в сучасному суспільстві інформація стала найважливішою цінністю, а індустрія одержання, оброблення та транслювання інформації – провідною галуззю діяльності, куди з кожним роком інвестуються все більші капітали. Як вважають провідні вчені, інформація стає важливим стратегічним ресурсом, відсутність якого зумовлює виникнення суттєвих втрат в економіці країни [1].

Малий бізнес являється фундаментом, без якого не може динамічно розвиватися будь-яка інноваційно-орієнтована держава. Основною його функцією, яка до того ж є надзвичайно важливою, є соціальна, котра передбачає створення робочих місць, професійне навчання існуючих кадрів тощо.

Значний вплив на швидкий розвиток малого та середнього бізнесу мав перехід протягом 70–80-х рр. від Фордівської моделі організування виробництва до гнучких систем створення

доданої вартості, котрий знайшов відображення у відмові від масового виробництва стандартизованої продукції на користь дрібносерійного випуску диверсифікованих продуктивних груп [2].

Станом на сьогодні існує ціла низка причин, які перешкоджають розвитку малого бізнесу. До основних причин гальмування розвитку малого бізнесу в Україні є: неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому; високі ставки податків; недостатня державна фінансова, кредитна та майнова підтримка малого бізнесу; відсутність дійового механізму реалізування державної політики стосовно підтримання ефективного функціонування малого бізнесу; недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств; обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення; недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для провадження підприємницької діяльності; відсутність стимулів для інвестицій; психологічне неприйняття серед окремих верств населення позитивної ролі підприємців у ринкових перетвореннях [3].

Щодо поняття «неоіндустріалізація», то вона є явищем, що сприяє новому розвитку продуктивних сил на основі високотехнологічних та науково-містких процесів виробництва, підґрунтям для якого є нове інституціональне середовище. У межах формування національної концепції неоіндустріалізації можуть бути запропоновані поетапні завдання для її реалізування на загальноекономічному рівні [5]:

- на першому етапі (до 2020 р.) ключовим завданням є зупинення системної деградації промислового виробництва (деіндустріалізації) та виявлення потенційно ефективних осередків зростання (розвитку);

- на другому етапі (2020–2025 рр.) основним завданням має стати формування базових платформ неоіндустріального розвитку – інноваційно-технологічної, ресурсної, інформаційно-комунікаційної, структурної, організаційної, інституційної;

- на третьому етапі (2026–2030 рр.) пріоритетним завданням передбачається повномасштабне реалізування суспільно узгоджених сценаріїв системного неоіндустріального розвитку національної економіки.

Це свідчить про те, що на більш високому щаблі розвитку при задоволенні першочергових потреб стають все більш затребуваними диференційовані товари та послуги. Дане різноманіття пропозицій гармонізується різноманіттям попиту, що є постійним двигуном неоіндустріалізації. Інноваційний процес є фактором і результатом цього різноманіття. Його прискорення в поєднанні з диференціацією попиту створило умови для переходу до неоіндустріального інформаційного суспільства. Спостерігається не лише поява нових товарів і послуг, а й загальна тенденція до всебічного втілення в них вимог конкретного споживача. При цьому відбувається нарощування та ускладнення його потреб, що призводить до явища кастомізації (від англ. *customize*) виробництва – особливого індивідуалізованого підходу до задоволення потреб і смаків окремого споживача.

Дедалі більший асортимент продукції, що випускається у країнах, стає ключовою причиною нового поділу праці. Замість виробництва товарів масового попиту виникає виробництво, орієнтоване: на максимальне задоволення диференційованих, специфічних потреб, потреб певних груп споживачів; на постійне оновлення продукції та послуг з урахуванням новітніх технологій; на високу якість, включаючи етичну й екологічну складові як самого продукту, так і його виробництва. Випуск продукції на таких засадах не здатен забезпечити масове виробництво, оскільки диференційоване виробництво вимагає наявності різних умінь і знань.

Таким чином, у постіндустріальному суспільстві масове виробництво та масове розподілення товарів широкого вживання вже не є прогресивними методами. Навпаки, економіки, які вперто намагаються повернутися до масовості, опиняються на узбіччі прогресу. Економічне зростання в будь-якому сучасному індустріальному чи постіндустріальному суспільстві забезпечується за рахунок інвестицій. Але при цьому в постіндустріальному суспільстві більша частина інвестицій здійснюється в наукові розробки, інноваційні технології, створення інноваційних продуктів, а не в існуючі технології та виробництво масової традиційної продукції.

На основі вищесказаного можна стверджувати те, що відсутність належної інституціональної основи та наявність перелічених перешкод, роблять неіндустріалізацію в Україні дуже проблематичною.

Оскільки в неіндустріалізації існує таке явище, як «кастомізація», в неіндустріальній економіці малий бізнес має певні можливості для розвитку. Ризики та перспективи розвитку малого бізнесу України представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Ризики та перспективи розвитку малого бізнесу України у неіндустріальній економіці

Ризики	Перспективи
Несприйняття споживачами нової ери «кастомізації»	Рациональне використання виробничих ресурсів. Відсутність великого масового виробництва
Неможливість досягнути економічних та соціальних результатів	Реалізація підприємницького потенціалу
Гальмування поширення товару/послуги через невміння користуватись новітніми засобами інформації	Динамізм та гучність. Легке поширення товару чи послуг, адже має місце нова інформаційна економіка
Поява конкурентів масового виробництва, що будуть призупиняти розвиток малого бізнесу України	Добросовісна конкуренція
Неможливість впровадити інноваційні агрегати, методи виробництва тощо	Активне впровадження інновацій

Розуміння необхідності рішучих дій з боку владних структур є очевидним, інакше Україна, відстаючи у рейтингах конкурентоспроможності, інновацій, цифрової готовності, легкості ведення бізнесу, складності економіки тощо не тільки від розвинених країн, а й багатьох країн, що розвиваються, ризикує надовго залишитися на індустріальній периферії постіндустріального світу в групі «країн, що рухаються навздогін».

Джерела та література

1. Неіндустріальні перспективи економіки України. URL: <file:///neoindustrialni-perspektivi-ekonomiki-ukrayini>
2. Малий та середній бізнес в Україні. URL: <http://piznavalna-internet-konferentsiya/>
3. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. URL: <http://www.economy.in.ua>
4. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>
5. Неіндустріалізація. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Неіндустріалізація>

Громова О. – к. е. н., доц. кафедри маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця, Україна

Еволюція розвитку та впровадження маркетингу на підприємствах

Фахівці в сфері управління маркетингом виділяють кілька етапів його розвитку. Дане питання розглядається нами з метою обґрунтування теоретичних основ побудови маркетингової системи управління промисловим підприємством.

Перший етап еволюції маркетингу протікав близько ста років – аж до середини минулого століття. Перш за все, він характеризувався перевищенням попиту над пропозицією. На перше місце підприємницької діяльності – у міру зростання обсягів виробництва і поширеного вдосконалення товарів, що випускаються все більше ставало вирішення проблеми організації