

мінний інструмент і спосіб збільшення доходу підприємств, шляхом об'єднання усіх можливих ресурсів обох компанії задля взаємного збільшення конкурентних переваг.

Стратегічне партнерство передбачає співпрацю управлінського апарату фірм, наявність об'єднуючої стратегії, тактики та спільних інтересів у подальшому розвитку, бажання захопити нову долю ринку, використання висококваліфікованого науково-дослідного, інженерного та маркетингового потенціалу контрагентів, їхніх новітніх технологій, ноу-хау тощо. Загалом основна ідея – це досягнення швидкого і кращого результату за менший час та вклад кожної зі сторін. Особливо актуальним застосування стратегічного партнерства є для малих фірм, які на ринку з іншими сильними та масштабними конкурентами не можуть просувати власний унікальний та новітній продукт.

Та все ж теоретично обґрунтувати важливість та переваги стратегічного партнерства значно легше, аніж організувати його на практиці. Ефективності та продуктивності даному виду співпраці можуть завадити мовні і культурні бар'єри, проблема поділу влади, повноважень та відповідальності, заздалегідь не обговорена стратегія та принцип поділу спільного доходу та інші політичні, економічні та культурні фактори середовища.

Саме тому на сьогоднішній день мала кількість підприємств може продемонструвати довершене стратегічне партнерство, адже його необхідно систематично редагувати та вдосконалювати відповідно до появи нових інтересів сторін, змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, можливих ризиків та перешкод на шляху тощо. Яскравим прикладом є ситуація, коли трудові колективи просто банально можуть бути не готовими до різких змін, оскільки для них може і зовсім не існувати для цього підстав. У таких випадках існує економіко-психологічний підхід, який допомагає створити надійні та довгострокові стратегічні партнерства. Групи працівників починають довіряти та розуміти важливість подій, що відбуваються лише тоді, коли їх думки та пропозиції є почутими та розглянутими, а крім того з повагою та розумінням попередньо обговорені та наведені чіткі факти та аргументи своєчасності введення нових режимів праці в їх діяльності. Існує достатньо методів практичної психології, які можуть допомогти змінити погляди, думки, бачення та сприйняття колективом стратегічного партнерства як майбутньої можливості продуктивної співпраці в умовах жорсткої боротьби з конкурентами за лідируючі позиції на ринку.

Отже, у сучасних умовах господарювання найбільша кількість конкурентних переваг з'являється у тих підприємств, які вміють ефективно співпрацювати та формувати правильні партнерські відносини.

Джерела та література

1. Ліпич Л. Г. Взаємозалежність ефективності діяльності підприємства та рівня довіри до працівника. *Економічний часопис*. 2017. Вип. 4. С. 45–52.
2. Селезньова Г. О. Особливості стратегічних партнерств у сучасних умовах господарювання. *Економіка і суспільство*. 2019. № 20. С. 372–376.
3. Яхкінд В. П. Маркетинг партнерських відносин як інструмент стратегічного управління підприємством. *Економіка розвитку*. 2013. № 2. С. 100–104.

Сіменко А. – студентка

Науковий керівник: викл. С. Яковенко
Лозівська філія Харківського
державного автомобільно-дорожнього
коледжу, м. Лозова, Україна

Криза малого бізнесу

Бізнес із блискавичною швидкістю реагує на зміни у країні. На переміни у діловому середовищі впливає не лише політика та економіка. А навіть зміни клімату. Попри це, малий та

середній бізнес залишаються значним джерелом доходу до держбюджету. Відзначимо, що мале підприємництво – лідер по створенню нових робочих місць.

Причини. Знецінення валюти зменшує купівельну спроможність клієнтів. А, відтак, і відображається на доходах підприємства. Особливо на фірмах малого бізнесу. Дані опитування, яке провела програма USAID «ЛІБ» (Лідерство в економічному врядуванні) показали, що у 2016 році керівники та власники малого та середнього бізнесу виділили такі причини, які не дають на повну розвиватись їхньому бізнесу:

- низький попит;
- високі податки;
- інфляція;
- війна на Сході;
- складне адміністрування податків;
- корупція;
- зміни економічного законодавства;
- регуляторний тиск;
- недоступність кредитів;
- брак оборотного капіталу, конкуренція [1].

Всі ці чинники не просто стають перепонами для успішного ведення бізнесу. Для окремих підприємців – це причини кризи у бізнесі. Тому важливо не лише знати проблемні моменти, а діяти на випередження. Тобто, виявляти кризу на ранніх стадіях. В іншому випадку, загострення на підприємстві несе загрозу його існуванню та капіталу.

Через спричинену коронавірусом кризи 33 відсотки малих підприємств в Україні втратили від 50 до 75 відсотків доходів. Значній частині опитаних малих підприємств, а саме 48 відсоткам, вдалося зберегти заробітну плату персоналу в незмінних обсягах, тоді як 29 відсотків були змушені скоротити розмір оплати праці, а ще 19 відсотків – відправити працівників у неоплачувану відпустку. Зберегти персонал у незмінному складі змогли 59 відсотків малих підприємств. Ще 33 відсотки компаній пережили скорочення персоналу. Водночас є й ті, хто шукає нових працівників. Таких підприємств виявилось шість відсотків з тих, що брали участь у опитуванні [2].

Допомогти відновити бізнес могли б такі заходи підтримки від держави, як-от зниження податкового навантаження на фонд оплати праці, надання дешевших кредитів і скасування штрафних санкцій за податкові порушення до кінця року, йдеться в повідомленні ЄБА.

Нагадаємо, за підсумками 2020 року в НБУ очікують падіння валового внутрішнього продукту (ВВП) України на п'ять відсотків. Кабмін прогнозує скорочення ВВП на рівні 4,8 відсотка. Тим часом Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) очікує, що цього року ВВП України просяде на 4,5 відсотка.

З боку бізнесу важливим сьогодні є пристосування до нових реалій та опанування нових навичок, таких як електронна торгівля, електронний маркетинг тощо. Проте вкладатися в такі навчальні програми та допомагати їх запускати повинна влада, відповідальністю якою є також забезпечення доступу до фінансів.

Система кредитування бізнесу в Україні, на жаль, знаходиться в напівсплячому стані. На ринку сьогодні дуже мало механізмів, які забезпечують бізнесу доступ до фінансів. Мова йде не тільки про кредити, а й про небанківські позики, швидке та просте залучення інвестиційного ресурсу.

За словами Руслана Соболя, голови Асоціації власників малого та середнього бізнесу, сьогодні проблеми у комунікації між владою та малим та середнім бізнесом знаходяться у стані загострення. Він наголошує, що низька купівельна спроможність та закриття бізнесів демонструють важливість стабілізації цих відносин і появи розуміння у влади, що вона є лише розпорядником тих грошових надходжень у вигляді податків, які генерує реальний сектор економіки [3].

Криза у бізнесі – явище негативне. Проте навіть цей період турбулентності можна використати з користю для справи. Чимало відомих компаній були засновані саме у несприятливий

період. На ринку з'являються нові професійні кадри. Знижується конкуренція та відкриваються нові ніші для підприємництва.

Джерела та література

1. URL: <https://www.dw.com/uk/криза-в-Україні/>
2. URL: <https://uacrisis.org/uk/velyki-problemy-malogo-ta-serednogo-biznesu/>
3. URL: <https://bc-club.org.ua/guidebook/articles/kryza-i-biznes-jak-perezhyty-period-turbulentnosti.html>

Скіп П. – студент

Науковий керівник: к. е. н., доц.

І. Федуняк

ВП НУБіП України «Бережанський
агротехнічний інститут»

м. Бережани, Україна

Підвищення економічної ефективності бурякоцукрового виробництва

Формування і розвиток у процесі аграрної реформи внутрішнього та зовнішнього ринків продовольства, і зокрема ринків цукру, удосконалення економічних взаємовідносин у цукробуряковому виробництві, належить до важливих ланок глибоких соціально-економічних змін в умовах сьогодення.

Цукровий буряк – високопродуктивна сільськогосподарська культура, що має унікальні властивості. По-перше, це чудовий попередник у сівозміні для наступних культур. Наприклад, врожайність ячменю буряк здатен підвищувати на 40 % [1]. По-друге, цукровий буряк є чи не найкращою культурою в агротехнічному плані – якщо в сівозміні його немає, то землі поступово заростають бур'янами, вражаються шкідниками тощо. По-третє, цукрові буряки позитивно впливають на екологію. Так, вони більш ефективно використовують вологу порівняно з зерновими культурами, овочами та люцерною – тільки 200 л на 1 кг сухої речовини, що в світлі зростаючого дефіциту прісної води в Україні та світі є досить важливим. Крім того, цукрові буряки вчетверо більше виділяють в атмосферу кисню, ніж 1 га змішаного лісу та в стільки ж разів більше поглинають вуглекислого газу. Характерною особливістю цієї культури є і те, що вона може давати високі врожаї за умови внесення мінімальних доз азотних добрив [2].

На сучасному етапі розвитку буряківництво потребує особливої уваги з боку держави з урахуванням тенденцій світового ринку цукросировини. Останніми роками характерними є: динамічне зростання виробництва та споживання цукру, переважно тростинного, викликане збільшенням кількості населення; переробка його значних обсягів на етанол; зміна системи фінансування виробництва цукру в країнах ЄС, яка полягає в зменшенні квот, цін і обсягів експорту.

Значний вплив на стан і динаміку розвитку цукрової галузі останніми роками справляє показник загального обсягу виробництва цукрової сировини та рівень її цукристості. Перший залежить від розміру посівних площ і середньої урожайності вирощування культури, тоді як другий показник визначається безпосередньо тенденцією порівняно ширшого використання нових високопродуктивних гібридів цукрового буряку вітчизняної і іноземної селекції, особливо новітнього покоління, що мають досить високий потенціал урожайності цукристості, а також переходу багатьох господарств на високоефективні технології його вирощування. Зокрема, в аграрних підприємствах за останні роки суттєво зросли обсяги внесення мінеральних добрив із розрахунку на 1 га посівної площі цукрових буряків (фабричних) у поживних речовинах, що загалом позитивно вплинуло на рівень середньої урожайності в усіх аграрних формуваннях України.