

Міністерство освіти і науки України
Хмельницький національний університет
Одеський національний економічний університет
Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя
Регіональний фонд підтримки підприємництва по Хмельницькій області
Хмельницька Торгово-промислова палата
Хмельницька міська рада

Проблеми розвитку підприємництва в Україні в контексті активізації процесів євроінтеграції

Збірник тез доповідей і матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції
молодих учених та студентів

21 листопада 2019 р.
м. Хмельницький

ління в Україні залишається відкритою і потребує подальшого дослідження та формування чіткої законодавчої основи розвитку корпоративного бізнесу.

Література

1. Бурачек І. В. Моделі корпоративного контролю в акціонерних товариствах / І. В. Бурачек, В. В. Свіцельська // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2015. – № 1. – С. 42–45.
2. Малащенко В. Д. Економічна безпека підприємства як чинник ефективного корпоративного управління / В. Д. Малащенко. // Вісник Національної академії державного управління. – 2014. – С. 283–291.
3. Суржик В. Г. Роль корпоративного управління в умовах трансформації економіки / В. Г. Суржик // Науковий вісник ЧДТЕУ. – 2011. – № 2 (10). – С. 139–144.
4. Штерн Г. Ю. Корпоративне управління : навч. посіб. / Г. Ю. Штерн. – Харків : ХНАМГ, 2009. – 278 с.
5. Чихачова Ю. С. Особливості становлення національної моделі корпоративного управління в контексті приватизації / Ю. С. Чихачова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7 (97). – С. 77–85.
6. Cabric M. Corporate Security Management: Challenges, Risks and Strategies / M. Cabric 1-st ed., Butterworth-Heinemann. – 2015. – 242 p.
7. Evans D. A Student's guide to corporate finance and financial management / D. Evans. – Kaplan Publishing Ltd., 2019.

М. Д. ОСІПОВА, студентка
Л. В. ОВОД, канд. екон. наук
Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІТИЧНОГО ГРУПУВАННЯ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ ПАЛИВОМ

Розглянуто основні види товарів підприємств торгівлі твердим паливом та їх характеристик. Запропоновано напрями класифікації твердого палива, що сприятиме контролю за його наявністю та рухом і формуванню ефективної маркетингової інформаційної системи.

В ринкових умовах, які характеризуються конкурентним середовищем, за наявного асортименту товарів, споживачі мають мож-

ливість обирати ті з них, що відповідають їх бажанням. Виробники й посередники можуть реалізувати лише ті види товарів, на які є попит з боку покупців і такі, що застосовують засоби маркетингу [2, с. 291]. Перш за все, необхідне глибше дослідження потреб споживачів і відповідно до них здійснення планування купівлі і продажу різних видів товарів, до яких належить тверде паливо.

Одержана інформація дає можливість менеджерам приймати своєчасні та об'єктивні маркетингові рішення, які зменшують ризики й забезпечують продаж товарів, відповідно до попиту споживачів і отримувати переваги у конкурентній боротьбі.

Сучасна стратегія енергетичного розвитку у більшості європейських країн передбачає широке використання енергії відновлюваних та екологічно чистих джерел, до яких, в тому числі, відноситься біомаса та тверде біопаливо зокрема. На сьогодні біопаливо служить альтернативою традиційному паливу. Ціновий сплеск на ринку традиційних енергоносіїв, виснаження джерел паливних ресурсів, погіршення стану навколишнього середовища стимулюють споживачів по всьому світу активніше переходити на альтернативні види енергоносіїв.

Залежність України від дорогих імпортованих палив змушує шукати альтернативні джерела енергії для забезпечення енергетичних потреб промисловості та населення у секторах теплопостачання, електроенергетики. У цьому контексті, очевидні величезні потенційні можливості України, адже вона – агропромислова країна, що володіє величезним незадіяним ресурсом різноманітної сировини для випуску паливних пелет та брикетів із біомаси.

Ринок біопалива в Україні лише починає формуватися. Основні причини його повільного розвитку – це низький рівень екологічної свідомості споживачів та відсутність підтримки держави, адже в усьому світі виробництво біопалив є дотаційним [3, с. 62].

Сьогодні спостерігається швидке введення потужностей на біомасі, завдяки чому зростає попит на тверде біопаливо. При цьому існує нестабільність цін на сировину та ненадійність його постачання.

Біопаливо – це органічне паливо, яке отримують зі сировини рослинного або тваринного походження, а також із відходів промислового виробництва. На відміну від інших видів палива, таких як нафта чи вугілля, які виникли в результаті геологічних процесів, біопаливо виробляється на основі сучасних біологічних взаємодій.

Біопаливо поділяють на тверде, рідке і газоподібне.

Відповідно до світової практики, до твердого біопалива відносять пелети, брикети, продукти/відходи деревообробки та агрокультури. Сільськогосподарська продукція, яку вирощують для використання як біопаливо, включає кукурудзу і сою (передусім у США), льон

та ріпак (перш за все в Європі), цукрову тростину в Бразилії й пальмову олію в Південно-Східній Азії.

Тверде паливо в торгівлі поділяється на такі групи: вугілля та біопаливо. Порівняно з традиційними видами палива, біопаливо є екологічно безпечнішим. При його спалюванні знижуються викиди сірки та утворюється менше золи. Остання, до того ж, при правильному використанні може бути застосована як добриво для агрокультур.

Відповідно до Закону України від 14.01.2000, № 1391-XIV, «Про альтернативні види палива» в редакції від 24.11.2016 «біологічні види палива (біопаливо) – тверде, рідке та газове паливо, виготовлене з біологічно відновлювальної сировини (біомаси), яке може використовуватися як паливо або компонент інших видів палива» [1].

До альтернативних видів твердого палива належать:

– продукція та відходи сільського господарства (рослинництва і тваринництва), лісового господарства та технологічно пов'язаних з ним галузей промисловості, а також гранули, брикети, деревне вугілля та вуглиста речовина, вироблені з цієї продукції та відходів, що використовуються як паливо;

– органічна частина промислових та побутових відходів, а також гранули та брикети, вироблені з них;

– торф, а також гранули та брикети, вироблені з нього.

Таким чином, товарні запаси на підприємствах торгівлі твердим паливом слід класифікувати за такими групами (табл. 1).

Таблиця 1

Групування товарних запасів підприємств торгівлі твердим паливом

Група товарів	Підгрупа
1. Вугілля	
2. Біопаливо	
2.1. Брикети	– з торфу
	– з деревини
	– з соломи
2.2. Пелети	– з листяних порід дерев
	– з лущиння соняшника
2.3. Гранули	– з біомаси
	– з деревини
2.4. Дрова	

Пелети – це пресовані під дуже високим тиском гранули з сировини рослинного походження (солома, лущиння соняшника, деревна стружка тощо). Цей вид палива можна назвати універсальним і сучасним, так як за ефектом від його застосування він ні чим не гірше

того ж вугілля чи газу. Також варто відзначити, що пелети є екологічно чистим паливом, тому як при їх виробництві використовуються нешкідливі для людини і навколишнього середовища матеріали і це при тому, що ціна пелет нижче цін на дрова, вугілля, газ або яке або рідке паливо.

Брикети – по суті це ті ж відходи сільського господарства та деревообробки (стружка, солома, лушпиння соняшника і т.д.), які укладені у форму брикетів а не гранул. Вони також як і пелети мають дуже широкий спектр застосування, а саме опалення житлових будинків, виробничих та складських приміщень і т.д.

Однак, на ринку біопалива в Україні снує ряд проблем, що потребують негайного вирішення. Так, нестабільність цін на цей товар негативно впливає на роботу існуючих та появу нових генеруючих об'єктів. Ціни на дрова, пелети, тріску і інші види твердого біопалива можуть відрізнятися в різних областях в кілька разів. На біопаливо в межах одного регіону теж може коливатися в залежності від сезону і ціни на газ, іноді без видимих причин.

Гальмує розвиток біоенергетичних проєктів ненадійність поставок біопалива. Зокрема, не раз були випадки, коли з вини виробника або постачальника зривалось постачання біопалива, в зв'язку з чим споживач змушений шукати заміну будь-яку ціну, щоб виробництво на його об'єкті не зупинилося.

Виникає потреба у маркетинговому спрямуванні менеджменту товарних запасів. Управління запасами палива торговельного підприємства необхідно здійснювати, використовуючи засоби маркетингу. Зокрема, на торговельному підприємстві основними напрямками мааркетингової діяльності мають бути:

- вивчення зовнішнього середовища та його впливу на асортимент та структуру товарів;
- вивчення конкурентів та їх впливу;
- дослідження ринку та прогнозування його розвитку;
- робота з постачальниками та покупцями;
- логістика;
- ціноутворення та управління продажем.

Для врегулювання цієї ситуації із врахуванням успішної практики країн ЄС сьогодні пропонується запровадити електронну торгівлю твердим біопаливом, що забезпечить:

- збільшення обсягів виробництва і торгівлі твердим біопаливом,
- зниження і вирівнювання цін на сировину;
- якість та гарантії постачання сировини;
- підвищення конкуренції та прозорість торгівлі.

Література

1. Закон України «Про альтернативні види палива» від 14.01.2000 № 1391-XIV, в редакції від 24.11.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1391-14>
2. Ткач О. В. Маркетинговий менеджмент у діяльності підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Ткач, І. Ф. Баланюк, Ю. С. Копчак, С. І. Баланюк // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2016. – Вип. 1 (2). – С. 291–296. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2016_1%282%29__52
3. Ткачук В. В. Тенденції розвитку біопаливного ринку в Україні [Електронний ресурс] / В. В. Ткачук, О. Ю. Речун, І. М. Байдакова // Товарознавчий вісник. – 2016. – Вип. 9. – С. 61–68. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tvis_2016_9_11

В. Ю. РЕВА, студентка
В. М. ПОЛОЗОВА, канд. екон. наук, доц.
Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто економічну сутність прибутковості. Визначено характеристики її основних складових. Узагальнено показники та критерії оцінки прибутковості діяльності підприємства.

Прибутковість – стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подалшого функціонування [1]. Вона характеризується абсолютними та відносними показниками. До абсолютних показників відносять різні види прибутку, до відносних – показники рентабельності. Вважається, що показники прибутку є узагальнюючими показниками діяльності будь-якого підприємства, рушійною силою і певним гарантом його подальшого розвитку.

Існує дуже багато визначень прибутку. За одними визначеннями прибуток розглядається як економічна категорія, за іншими – як економічний показник.

З економічного погляду прибуток – це різниця між доходом від діяльності підприємства і пов'язаними з отриманням доходу економічними витратами. Рентабельність є відносним показником, що