

– зростання фактору ризику в реалізації цілей підприємства та непередбачуваність зовнішнього середовища. На процес реалізації плану та на досягнення цілей впливають різні умови та зовнішнє середовище, на які потрібно вчасно реагувати.

Отже, можна зробити висновок, що планування сталого розвитку підприємства – це системний процес управління підприємством з метою передбачення майбутнього, розробки та обґрунтування цілей і завдань, визначення найкращих методів і способів їх досягнення при ефективному використанні усіх складових наявного потенціалу підприємства. Це, в свою чергу, дасть змогу отримати оптимальні результати відповідно до умов середовища, в якому функціонує підприємство з метою завоювання та утримання високого конкурентного статусу на внутрішньому і зовнішньому ринках.

### **Список використаних джерел**

1. Тарасюк Г. М. *Планова діяльність як системний процес управління підприємством: монографія* / Г. М. Тарасюк. – Житомир: ЖДТУ, 2015. – 469 с.
2. Snyder N., Glueck W. F. *How managers plan – the analysis of managerial activities. Long Range Planning*, 2014. – 375 p.
3. William L. Miller, Langdon Morris *4 th Generation R&D. Managing Knowledge, Technology and Innovation. John Wiley & Sons, Inc., 2015. – 408 p.*

**Анастасія ЛІСОВСЬКА**

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Федірко М. М.

Тернопільський національний  
економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ РОЗБУДОВИ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ**

Конкуренція є однією з головних складових ринкової економіки, що передбачає завоювання ринку, перемогу над конкурентами в боротьбі за споживача, що як наслідок забезпечує одержання сталого прибутку. Виходячи з цього, конкуренція завжди виступає основною умовою за якої здійснюється функціонування ринкових механізмів, що формують багатство, розмаїття асортименту і високу якість товарів та послуг.

Відповідно до Закону України «Про природні монополії» - «природна монополія – стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на цьому ринку є більш ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей, а товари (послуги), що виробляються суб'єктами природних монополій, не можуть бути замінені у споживанні іншими товарами (послугами), у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на ці товари (послуги), ніж попит на інші товари (послуги)» [1].

Головною рушійною силою ринкової економіки є конкуренція. Закон конкуренції – один із найважливіших загальних економічних законів товарного виробництва, який виражає постійну залежність між собою учасників процесу виробництва і споживання товарів, їх постійну боротьбу, яка примушує

вдосконалювати процес виробництва, застосовувати досягнення науково-технічного прогресу, впроваджувати нові форми організації виробництва, прогресивні системи заробітної плати, вона забезпечує диференціацію цін і надає покупцям можливість обирати найвигідніші умови покупки. На сьогоднішній день також зустрічаються й монополії, існування яких є необхідним для ефективності економіки. Такі монополії іменуються природними. Продукція природних монополій є суспільно значущою і використовується в усіх виробничих процесах та задовольняє першочергові потреби населення. Попит на дану продукцію є нееластичним, що в умовах відсутності альтернатив і конкуренції на зазначених ринках примушує споживачів до придбання цієї продукції на невивідних умовах. Тому діяльність природних монополій повинна суворо контролюватися державою, яка зобов'язана забезпечити правове регулювання даної проблеми. Проте через прогалини в нормативно-правовій базі, високий рівень корупції мають місце випадки зловживання монополістичним становищем на ринку.

Формування конкурентного середовища у транзитивній економіці зумовлює необхідність сучасного стану висококонцентрованих і монополізованих товарних ринків України, з'ясування природи й визначення чинників, що спричиняють перешкоди (бар'єри) та ускладнюють вихід нових підприємств на ці ринки за умов трансформаційних процесів. Дослідження проблеми формування конкурентного середовища й передумови визначення бар'єрів потребує аналізу взаємодії монополістичних і конкурентних елементів економічних відносин, що виявляються в економічному просторі та мають історично обумовлений характер. Це спонукає виходити із взаємозумовленості процесів монополізації, конкуренції в умовах формування єдиного ринкового економічного простору [2].

Взагалі на сьогодні в Україні нараховується 11 загальнодержавних та понад 2 300 регіональних і локальних ринків природних монополій. За результатами аналізу статистичних даних, частку послуг суб'єктів природних монополій у загальному обсязі реалізованих у 2010 році в Україні товарів, робіт і послуг підприємствами (за винятком перепродажу товарів і послуг без додаткової обробки) можна оцінити приблизно як 9 – 11 % [3].

Ринки природних монополій в Україні складають найчисленнішу групу у системі вітчизняних монополізованих ринків, на них припадає 38,6 % усіх монополізованих товарних ринків [4].

Для України, яка отримала статус країни з ринковою економікою, питання створення та розвитку конкурентного середовища є надзвичайно важливим. Саме тому, актуально та необхідно створити ефективний механізм конкуренції, що дало б змогу збалансувати політичні, гуманітарні, макро- і мікроекономічні фактори і як наслідок визначити оптимальні траєкторії подальшого розвитку.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про природні монополії» // *Голос України*. – 2001. – № 37.

2. Жаліло Я.А. *Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Текст] – Я.А.Жаліло, Я.Б.Базиліук, Я.В.Белінська та ін. за ред. Я.А.Жаліла. – К.: НІСД, 2005. – 388с.*

3. Августин Р.Р. Державне регулювання природних монополій: суть, завдання та методи / Р.Р. Августин // Наукові праці НДФІ. – 2009. – № 11. – С. 59–63.

4. Карбовник Л.П. Проблеми державного регулювання природних монополій в Україні / Л.П. Карбовник // Держава та регіони. – 2010. – № 7. – С. 31–37.

**Іван ЛУШНЕЙ**

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Нагара М. Б.

Тернопільський національний

економічний університет

## **УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Інвестиційна привабливість підприємства – це економічна та соціально-економічна доцільність інвестування, що базується на узгодженні інвесторів та можливостей інвестора і реципієнта (у тому числі емітента), що забезпечує досягнення цілей кожного з них з прийнятим рівнем дохідності та ризиком інвестицій [1, с. 22]. Таким чином, з визначення випливає, що інвестиційна привабливість підприємства – це рівень доцільності інвестування.

Інвестиційну привабливість як інтегральну характеристику окремих підприємств – об'єктів інвестування з позиції перспективності майбутнього бізнесу чи його розвитку, або окремого проекту. Зовнішні інвестори, які мають певні наміри та інтереси щодо вкладання прямих чи портфельних інвестицій, особливо скрупульозно аналізують українські підприємства. Варто зауважити, що іноземні інвестори чітко та виважено аналізують не лише фінансовий стан підприємства і напрям розвитку вітчизняної економіки, а й досліджують можливості реалізації продукції чи послуг як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, а також прораховують політичні аспекти країни. Практично всі інвестори для прийняття рішень щодо оптимізації вкладання коштів застосовують методи фінансового аналізу, головною метою якого є отримання відносно невеликої кількості вагомих показників, що дають, об'єктивну і точну характеристику фінансового стану підприємства, його прибутків і збитків, зміни у структурі активів і пасивів, розрахунках із дебіторами і кредиторами. При цьому необхідно, крім оцінки поточного фінансового стану підприємства розраховувати прогнози на перспективу, тобто одержання інформації про очікування параметрів фінансового стану через певний час [3, с. 18]. Перш за все, інвестиційну привабливість слід розглядати з двох точок зору – зовнішніх та внутрішніх аспектів формування інвестиційного потенціалу підприємства [4]. Щодо зовнішніх чинників формування інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства, які потрібно прораховувати.

Зовнішні аспекти формування інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства:

- Правові гарантії та державна підтримка;
- Інвестиційна привабливість країни;
- Інвестиційна привабливість регіону;
- Інвестиційна привабливість галузі.