

Внаслідок браку державних коштів і непривабливості галузі для приватних інвестицій, моральний та фізичний знос основних фондів підприємств електроенергетики становить близько 80% для теплових електростанцій і 60% для енергорозподільчих компаній, а ефективність виробництва й передавання електроенергії залишається дуже низькою. Зокрема, споживання енергоресурсів у генерації електрики на 35% більше, а рівень витрат при передачі у 2 рази вищий, ніж у країнах, що входять до Організації економічного співробітництва та розвитку [2].

При цьому серед джерел фінансування інвестицій в основний капітал дедалі більшу роль відіграє власний капітал підприємств. Так, зі 177 млрд. грн. загального обсягу інвестицій в основний капітал, освоєних за підсумками 3 кварталу 2012 р., власні кошти підприємств склали 109 млрд. грн., тобто понад 60% всіх джерел фінансування [3].

Оскільки потенціал збільшення фінансування за рахунок внутрішніх власних джерел підприємства, а саме за рахунок нерозподіленого прибутку, амортизаційних відрахувань, частини основних та оборотних активів, що іммобілізується в інвестиції тощо, обмежений, то набуває актуальності дослідження шляхів підвищення капіталізації підприємств і покращення умов залучення акціонерного капіталу. Варто зазначити, що з посиленням ролі фондового ринку капіталізація компанії є одним із факторів, від якого залежить обсяг і вартість зовнішнього залучення не лише власних, але й позикових коштів.

Усі фактори, що впливають на капіталізацію, за напрямом впливу можна поділити на ті, які впливають через ефективність функціонування підприємства, та ті, які впливають через фондовий ринок і вартість цінних паперів.

Серед основних шляхів підвищення капіталізації підприємства варто виділити: реінвестування прибутку й амортизаційних відрахувань у модернізацію виробництва; використання інноваційних технологій і маркетингових інструментів; консолідацію активів, укладення довгострокових контрактів і вертикальну інтеграцію, активне позиціонування цінних паперів підприємства на фондовому ринку; забезпечення прозорої структури активів і доступності інформації про діяльність емітента, перехід на міжнародні стандарти звітності; ефективну фінансову політику й оптимізацію структури капіталу, вихід на міжнародні фінансові ринки, проведення IPO; планування діяльності підприємства на підставі індикаторів макроекономічної динаміки; виявлення ризиків на кожному етапі діяльності підприємства та ефективне управління ними.

У свою чергу, держава для підвищення капіталізації українських промислових підприємств повинна забезпечити такі умови: запровадження фіскальної політики, спрямованої стимулювати тезаврацію прибутку; забезпечення захисту об'єктів інтелектуальної власності та нематеріальних активів; проведення зваженої антимонопольної політики та політики протидії рейдерству; стимулювання збільшення акцій у вільному обігу (free float) на біржі, підвищення ліквідності вітчизняних бірж; запобігання корупційним схемам, посилення вимог щодо розкриття інформації учасниками фондового ринку; створення законодавчої бази для впровадження нових фінансових інструментів, проведення ефективної монетарної політики; забезпечення достовірної та своєчасної інформації щодо макроекономічних показників; розробка рекомендацій щодо впровадження ефективної системи управління ризиками для промислових підприємств.

Література

1. *Постанова Правління Всеукраїнської громадської організації «Українського союзу промисловців і підприємців» № 2-02/2010 від 11.06.2010 р. «Про посилення інноваційної політики як основи зростання конкурентоспроможності економіки України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uspp.org.ua/media/doc/Postanova_2.doc.*
2. *Програма економічних реформ на 2010-2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf.*
3. *Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ринкова система господарювання в Україні формувалася в процесі зростання підприємницької активності в усіх сферах економіки. Визначальна роль при цьому відводилася розвитку малого бізнесу, економічна природа якого ще досі є предметом дослідження багатьох вчених, особливо в тій частині, що стосується розрізнення двох понять: «малий бізнес» та «мале підприємництво».

Перші спроби теоретичного осмислення підприємництва почалися з XVII ст. та були викладені у працях відомих західних науковців: А. Маршалла, А. Сміта, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сейя, Р. Кантільйона. На початку XX ст. В. Зомбарт, Й. Шумпетер, М. Вебер, Ф. фон Хайек розвинули раніше висунуті теорії та твердження своїх попередників.

Заслуга Р. Кантільйона полягає в тому, що він вперше ввів в обіг термін «підприємець» та здійснив систематичний аналіз підприємництва. А. Сміт метою підприємницької діяльності назвав отримання прибутку [1, с. 9]. Позиція Д. Рікардо побудована на тому, що комерція та виробничі процеси існують в різних площинах. А. Маршалл наголошував на інноваційному компоненті підприємницької діяльності та часто ототожнював її із менеджментом. Вагомий внесок у розвиток теорії підприємництва було зроблено Й. Шумпетером, котрий зауважив, що підприємництво несе у собі дух реформ та революціонізму у всьому, що стосується виробничих процесів. Ринковий процес та механізм конкуренції вважав неподільними Ф. фон Хайек [1, с. 11]. Загалом, зазначені підходи до визначення підприємництва відображають різні періоди історії «наукові пошуки розуміння економічної природи «підприємництва» та «бізнесу».

За часів існування СРСР питання малого бізнесу в цілому не піднімалися, однак з початком ринкових трансформацій в країнах СНД вони стали доволі актуальними. Підтвердженням цього є праці російських економістів А. Блінова, В. Афанасьєва, В. Мінеєва, В. Радаєва, П. М'ягкова та вітчизняних вчених А. Кисельова, З. Варналія, В. Гейця, В. Савченка, В. Савчука, Ю. Палкіна [1, с. 20].

Професор В. Карсекін та інші автори зазначають, що не має принципового значення, який термін із двох застосовувати, адже зміст їх ідентичний [2, с. 78]. Підтвердженням цього є позиція А. Шулуса, який трактує малий бізнес та мале підприємництво як єдине ціле та дає наступну характеристику: соціально-економічне явище певного сектора економіки [3, с. 12].

Іншої думки з цього приводу дотримується З. Варналій, який під малим підприємництвом розуміє самостійну, систематичну, інноваційну діяльність малих підприємств та громадян-підприємців на власний ризик задля отримання прибутку. Щодо малого бізнесу, то це також діяльність з метою отримання прибутку, однак вона не повинна обов'язково носити ризиковий чи інноваційний характер. Схожими є думки В. Савченка, який під малим бізнесом розуміє лише малі підприємства, а під малим підприємництвом – їхню діяльність, що базується на ризиковій та інноваційній основі, повній економічній відповідальності та гнучкості управління [1, с. 24].

Економічний словник за редакцією А. Азріліяна, поняття «малий бізнес» подає як «прийняте позначення сукупності дрібних і приватних підприємств, що прямо не входять ні в одне монополістичне об'єднання і виконують підлеглу по відношенню до монополій роль в економіці». При цьому підприємництво визначається як «...ініціативна самостійна діяльність громадян, спрямована на отримання прибутку або особистого доходу, яка здійснюється від свого імені, під свою майнову відповідальність або від імені та під юридичну відповідальність юридичної особи» [3, с. 15].

В Господарському кодексі України наведене визначення лише терміну «мале підприємництво». Дане тлумачення покладено в основу законодавчих актів, які стосуються регулювання підприємницького сектору країни (Закони України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про основні засади державного нагляду (контролю) у

сфері господарської діяльності»). З цього випливає, що малий бізнес та мале підприємництво в даному випадку співвідносяться між собою як рівнозначні.

Отож, хоча на сьогодні не існує єдиного підходу до трактування понять «малий бізнес» та «мале підприємництво», оскільки в сучасній економічній теорії існує близько 50 визначень малого бізнесу, все таки необхідно їх розрізняти. Тому, вивчивши погляди провідних вчених з цього питання, ми прийшли до висновку, що малий бізнес є більш ширшою категорією. Головна відмінність полягає в тому, що підприємництво враховує інтереси лише підприємця, адже той здійснює інноваційну та ризиковану діяльність під свою відповідальність, коли бізнес охоплює потреби та вимоги усіх учасників даного ринку.

Література

1. Варналій З. С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики.* – 4-те вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2008 – 302 с.
2. Яворська Т. І. *Теоретичні аспекти визначення сутності малого бізнесу* / Т. І. Яворська // *Економіка АПК.* – 2010. – №3. – С. 77-80.
3. Стасюк О. М. *Теоретичне обґрунтування економічної сутності малого бізнесу та його критеріїв* / О. М. Стасюк // *Науковий вісник Волинського Національного університету імені Лесі Українки.* – 2010. – № 5. – С. 11-15.

Юна ТИСЯЧНА, Анастасія ГАСАНОВА

Харківського національний економічний університет

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКУ

При умові приєднання банківської системи України до світового економічного простору конкурентоспроможність банків залежить від їх бажання та можливості переходити від застосування традиційних механізмів і процедур обслуговування клієнтів до впровадження інноваційних банківських продуктів та операцій, розширення асортименту пропонованих послуг. Прибуткова діяльність банку пов'язана не лише із здатністю професійно будувати свою внутрішню політику, але і пристосовуватися до зовнішніх умов ринкового середовища, передбачати тенденції розвитку ринку й отримувати конкурентні переваги. Саме тому, одним із ефективних методів забезпечення утримання банку лідируючих позиціях є проведення політики постійного впровадження інноваційних банківських послуг.

Проблематика впровадження інновацій у банках розглядається в наукових працях багатьох авторів, зокрема: І. Балабанова [1], О. Васюренка [2], С. Козьменко [3], П. Сьомікова [4] та ін. В той же час, незважаючи на значну кількість наукових розробок в зазначеній сфері, ця проблематика розглядається фрагментарно, подальшого дослідження вимагає ряд питань, пов'язаних, зокрема, з забезпеченням термінологічної узгодженості, формалізацією механізму оцінки конкурентоспроможності банку на ринку банківських послуг, визначення перспективних напрямків впровадження ІТ-технологій вітчизняними банками.

При сучасних умовах в Україні, під інноваційними банківськими послугами розуміють не лише розробку нових, ще не існуючих послуг для банківської сфери, а й нові технології обслуговування клієнтів та ті послуги, які раніше не були представлені на українському ринку.

Сутєвими факторами науково-технічного прогресу в банківській сфері є технології банківського обслуговування (сукупність технологічних елементів, наприклад, пристроїв, засобів або методів, які використовуються банками для обслуговування клієнтів), які впливають на розвиток банківської системи.

Перелік послуг, які пропонуються клієнтам через дистанційне банківське обслуговування, практично не відрізняється від того, яке доступне клієнтам в офісі банку: управління рахунками, інвестування коштів, перекази та оплата рахунків за товари та послуги, отримання довідкової інформації, кредитні операції. Таким чином, під дистанційним банківським обслуговуванням слід розуміти дії банку, що спрямовані на вдосконалення та реалізацію звичних банківських операцій