

інвестування;

- ресурсозабезпеченості підприємства;
- ефективному моніторингу ринку, дослідженню конкурентного середовища;
- визначенні ефективної довготривалої стратегії економічного зростання;
- наданні державних гарантій захисту прав інтелектуальної власності.

На сьогодні українські підприємства не є конкурентоспроможними на світовому ринку, тому актуалізується питання залучення нових інвестицій та впровадження інноваційних процесів у всі сфери виробництва. І через це інвестиційно-інноваційний потенціал має важливе місце в діяльності вітчизняних підприємств.

#### Література

1. Крисько Ж. Л. *Економічна сутність інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства* / Ж. Л. Крисько // *Економічний простір: зб. наук. праць.* – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2014. – № 89. – С. 168-176.
2. Федоренко В. Г. *Шляхи підвищення ефективності інвестицій в Україні* / В. Г. Федоренко – К. : Науковий світ, 2003. – 724 с.
3. Гринько Т. *Щодо інноваційного потенціалу як складової частини інноваційної активності підприємств* / Т. Гринько // *Економіст.* – 2010. – № 2. – С. 56-58.

**Ілечко Аліна**

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Овсянюк-Бердадіна О.Ф.)

### **ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Для того, щоб підприємство було прибутковим потрібно правильно і раціонально організувати його фінанси. Це завдання виконується через визначення напрямів ефективного вкладання капіталу, оцінювання раціональності його використання, що дозволяє:

- визначити суму фінансових ресурсів, яку підприємство має додатково залучити, вибудовуючи фінансові відносини з державою,

комерційними банками та іншими контрагентами;

- визначити умови, за яких ці фінансові ресурси можуть бути отримані;
- визначити основні напрями використання підприємством позикових фінансових ресурсів;
- встановити терміни повернення отриманих кредитів.

Завдяки цьому, підприємство може сформувати дієвий механізм фінансового забезпечення господарської діяльності, який дасть можливість мобілізувати наявні та залучені фінансові ресурси.

І. Ю. Єпіфанова виділяє три взаємопов'язані етапи фінансового забезпечення [2]:

1. Формування необхідного обсягу фінансового забезпечення діяльності, що передбачає: визначення загальної потреби у фінансових ресурсах; визначення обсягу внутрішніх та зовнішніх фінансових ресурсів; визначення форм і методів фінансування;
2. Використання сформованих фінансових ресурсів у процесі діяльності.
3. Отримання ефекту від використаного фінансового забезпечення.

Розвиток малого бізнесу є потужним фактором структурної перебудови економіки, прискорення науково-технічного прогресу, формування нового соціального прошарку. Малий бізнес створює 50-60% валового внутрішнього продукту та забезпечує 50- 70% зайнятості населення в країнах, дає можливість розвиватись великому бізнесу, сприяє розвитку конкуренції, наповнює ринок товарами і послугами повсякденного користування, тощо [1].

На сьогодні в Україні ринок в більшості монополізований великими підприємствами. Стимулювання розвитку підприємництва є одним з визначальних пріоритетів державної політики для того, щоб протидіяти ризикам загострення економічної депресії, завдяки цьому стає можливим досягнення стратегічних цілей соціально- економічного розвитку: створення нових робочих місць; підвищення рівня доходів; формування на місцевих ринках конкурентного середовища щодо пропозиції товарів та послуг, підвищення їх якості; збільшення надходження капіталу до регіональної (та національної) економіки; збільшення надходжень до Державного та місцевих бюджетів; уповільнення обсягів трудової міграції активної частини працездатного населення за кордон; збільшення у суспільстві прошарку середнього класу.

- Основними проблемами, які стримують розвиток малого бізнесу, є:
- зниження мотивації до підприємницької діяльності через невисокі фінансові результати господарювання та значну частку суб'єктів господарювання, які збиткові або припинили діяльність;
  - низький рівень захищеності майна та права власності суб'єктів підприємництва;
  - складність та обмеженість доступу без змін залишити і новостворюваних суб'єктів підприємництва до ресурсів і ринків, прав діяльності.

На сьогодні в Україні підприємництво потребує вирішення проблем фінансування та кредитування. У вирішенні цієї проблеми важко обійтися без допомоги держави. Першочерговими заходами мають бути:

- здешевлення банківських кредитів і надання їх на довгостроковий період;
- розвиток альтернативних способів забезпечення кредиту. Зокрема, розвиток страхування фінансових ризиків, заснування гарантійних фондів або надання державних гарантій за кредитами малих підприємств;
- розвиток альтернатив кредитування, зокрема лізингу, при якому малі підприємства не мають надавати заставу;
- підвищення інформованості суб'єктів малого бізнесу з приводу умов економічної діяльності малих підприємств, підвищення їх кредитної культури.

Поєднання та оптимізація різних джерел фінансових ресурсів у комплексі зі застосуванням дієвого фінансово-кредитного механізму стимулювання розвитку сприятиме зростанню ефективності регулювання малих та середніх підприємств.

#### *Література*

1. Жук В. І. *Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва: аналітична записка* / В. Жук [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/903>
2. Зянько В. В. *Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України* : моногр. / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова, В. В. Зянько — Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2015. — 172 с.

**Костецька Юлія**  
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Овсянюк-Бердадіна О.Ф.)

### **НЕФОРМАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Неформальні комунікації – це обмін інформацією поза каналами, передбачений організаційною структурою. Вони можуть здійснюватися спонтанно, при зустрічі добре знайомих людей, що мають доступ до різних джерел інформації, а можуть провокуватися навмисне для того, щоб пересвідчитися у достовірності офіційної інформації чи визначити реакцію підлеглих на деякі зміни, що здійснюються чи плануються в організації. Основним каналом неформальної комунікації є чутки, один з найшвидших способів поширення інформації. Керівники досить часто використовують цей канал передачі інформації для вивчення думок співробітників, їх готовності до змін і прийняття нового.

Найчастіше повідомлення, що передаються в межах неформальних комунікацій містять інформацію щодо змін в структурі організації; майбутніх кадрових питань (підвищень, звільнень, переведень); передбачуваних заходів, спрямованих на посилення контролю; особистих пристрастей керівників тощо.

Для вироблення оптимальних управлінських рішень менеджери повинні використовувати не лише формальні, а й неформальні канали комунікацій, хоча останні не завжди піддаються впливові та контролю. Слід пам'ятати, що неформальні канали комунікацій - невід'ємна частина організації і їх необхідно використовувати для досягнення формальних цілей.

Позитивними характеристиками системи неформальних комунікацій є потенційна можливість доповнювати формальні канали комунікацій; швидкість передачі інформації; передбачливий характер неформальних комунікацій та оперування останніми новинами.

Неформальні маркетингові комунікації можна умовно поділити на два основні типи:

- 1) міжособові неформальні маркетингові комунікації,
- 2) неособисті неформальні маркетингові комунікації.

Неформальні маркетингові комунікації міжособового характеру – це