

Таблиця 1

ТОП-8 рейтингу найбільших банків: кредити юридичним особам (тис. грн.) [6]

№	Банк	Кредити юросіб, тис. грн.	в т.ч. у валюті
1	ОЩАДБАНК	63 205 832	26 026 487
2	Укрексімбанк	56 845 050	43 334 641
3	СБЕРБАНК	38 636 560	34 469 081
4	ПРИВАТБАНК	32 076 259	2 090 622
5	Райффайзен Банк	25 551 887	4 649 202
6	АЛЬФА-БАНК	20 790 981	16 705 786
7	Промінвестбанк	19 804 134	16 536 090
8	АБ УКРГАЗБАНК	19 776 396	7 965 110

Подальший розвиток ринку, багато в чому буде визначатися державною політикою в сфері підтримки малих підприємств. В даний час використовуються програми з деякими особливостями – її реалізація передбачає механізм дворівневого кредитування: банк не працює безпосередньо з суб'єктами малого та середнього бізнесу, а фінансує прямо лише регіональні банки. Останні, в свою чергу, кредитують суб'єкти малого та середнього бізнесу.

Висновки. Підсумовуючи слід зазначити, що одним із ключових факторів розвитку економіки України є розвиток малого бізнесу. Мале підприємництво на сьогоднішній день все сильніше потребує допомоги з боку держави, а конкретніше – створення сприятливих умов для ведення бізнесу.

Список використаних джерел

1. Аналітичний звіт про ринок кредитування малого і середнього бізнесу в банках України за 2017 год [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prostobankir.com.ua>
2. Національний банк України Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

Логвін Олена Олександрівна

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Малий та середній бізнес (МСБ) відіграє важливу роль в економіці України, його розвиток активно впливає на економіку, насичення ринку товарами, зайнятість а отже, завдяки його розвитку і вмілому державному регулюванню розв'язуються багато соціальних та економічних проблем. В умовах євроінтеграції України виникає потреба принципово нових підходів до розвитку підприємництва.

Забезпечення якісного розвитку середнього та малого бізнесу в умовах євроінтеграції надзвичайно важливе. Вважаємо за доцільне визначити можливі негативні й позитивні наслідки від євроінтеграції для малого та середнього бізнесу України (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика наслідків для МСБ від євроінтеграції України

Сфера	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Політична (в т.ч. правова)	Стабільність політичної безпеки, розвиток законодавчої бази, адаптація законодавства України до вимог ЄС	Невизначеність стратегії розвитку ЄС, невідповідність бізнесу до правових принципів ЄС
Економічна	Додаткове інвестування в бізнес, макроекономічна стабільність, можливість отримання субсидій, розвиток експорту, інноваційний розвиток, упровадження стандартів ЄС у виробництві, нові ринки збуту, зменшення митних тарифів	Втрата конкурентоспроможності окремих галузей, проблеми адаптації до європейського рівня цін і європейських стандартів
Соціальна	Розвиток міжнародної консалтингової співпраці, доступ до навчання власного персоналу за кордоном, відкритий доступ до закордонного персоналу	Відтік кваліфікованого персоналу
Культурна (ідеологічна)	Можливість активного вивчення особливостей бізнесу в країнах ЄС, пропагування бізнесу	Ідеологічні суперечності бізнесу, переорієнтація культури споживання продукції

Однією з важливих проблем на сьогодні залишається питання гармонізації законодавства з легалізації суб'єктів підприємницької діяльності [1]:

По-перше, це відсутність узгодженості норм законодавства в сфері управління гармонізацією законодавства України до законодавства ЄС.

По-друге, недосконалість деяких нормативно-правових актів, таких, як Закон України «Про міжнародні договори» а також Конституція України, в якій, на відміну від Конституції країн - учасниць ЄС, відсутня стратегія євроінтеграції з Європейським Союзом.

По-третє, процес гармонізації ускладнюється невизначеністю щодо встановлення точного змісту актів Європейського Союзу, їх офіційного тлумачення, а також, односторонність процесу гармонізації, адже тільки українська сторона приводить своє законодавство у відповідність з європейським, але не може впливати на нормо формування і часто не встигає відреагувати.

По-четверте, нечіткість розмежування повноважень центральних органів виконавчої влади у сфері гармонізації суб'єктів підприємницької діяльності.

У підсумку можна зазначити, що усунення вище означених проблем прискорить євроінтеграцію України і зробить більш ефективним правове регулювання господарської діяльності у зазначеній сфері.

Список використаних джерел

1. Сагайдак Ю. В. Теоретико-правові основи гармонізації законодавства України з законодавством Європейського Союзу в сфері легалізації суб'єктів підприємницької діяльності / Ю.В. Сагайдак // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 574-578.

Гайденко Ганна Сергіївна

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

«ЧОРНА П'ЯТНИЦЯ» ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕСУ

Щорічно в першу п'ятницю після американського Дня Подяки стартує знаменита «Чорна п'ятниця». Це – день величезних знижок і розпродажів; головне свято для усіх «шопоголівів» і відмінне рішення для тих, хто хоче заощадити.

Традиція грандіозних розпродажів виникла у США в XIX ст., коли найбільші торговельні мережі почали продавати товари з великими знижками, пропозиціями бонусів та особливих подарунків, тим самим стимулюючи покупців здійснювати покупки. Сам термін «Чорна п'ятниця» виник тільки у 1966 році у Філадельфії. І наразі існує дві загальноприйняті версії про походження цієї назви. За однією – так називали день через величезні пробки на дорогах, які утворювалися наступного дня після Дня Подяки. За іншою – «Чорна п'ятниця» відбулася завдяки способу ведення бухгалтерської звітності в цей день, коли збитки записували червоним чорнилом, а прибуток – чорним, і оскільки виторг у цей день був величезним, то й чорний колір у звітності переважав [2].

На думку людини, далекої від ведення бізнесу, така «щедра» політика у день «Чорної п'ятниці» повинна приносити збиток представникам торгівлі. Однак, як правило, великий потік покупців сповна компенсує низькі ціни, оскільки попереду різдвяні та новорічні свята, і придбання товарів стає необхідністю. Таким чином, магазини за один день отримують потрійний ефект: залучають великий потік покупців; забезпечують швидкий рух товару; отримують значний прибуток [2].

Не слід також думати, що в розпродажах беруть участь тільки знижені в ціні або непопулярні товари. Оскільки продавець у кожному разі залишається у вигаді, тому знижки поширюються й на кращі товари в асортименті. До того ж уже традиційно фірми-виробники техніки й побутових товарів пристосовують випуск нової лінійки продукції до цього періоду. Так вони не тільки стимулюють попит, але й роблять рекламу новому товару.

Іще одна важлива відмітна риса «Чорної п'ятниці» – товар, придбаний у цей день, повернути до магазину (з будь-якої причини) вважається дурним тоном. Тому й відсоток повернення покупок невеликий [2].

Для магазинів і компаній «Чорна п'ятниця» – це час грандіозних можливостей, адже вона дозволяє:

1. Збільшити оборот продажів у кілька разів, підняти виторг, а також забезпечити майбутній виторг в «низькі» сезони.

2. Мотивувати покупця на покупку, яку він раніше відкладав.

3. Підвищити лояльність та інтерес клієнтів до бренду.

4. Одержати нових клієнтів, познайомити покупця із продуктами.

5. Розпродати товар, що залежався на складі, звільнити місце для нових колекцій і продуктів [3].

Підготовка «Чорна п'ятниця» – це величезна можливість для магазинів та компаній збільшити свій прибуток. Однак, запуск успішного розпродажу в «Чорну п'ятницю» потребує ретельної підготовки, яка полягає у наступному [1]: