продажу, інформуючи покупців проводить аналіз ринку, підвищує ефективність взаємодії споживача і продавця, тим самим забезпечує конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел:
1. Шкляєва, Г.О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства [Електронний ресурс] // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – 513 с. http://duep.edu/uploads/vidavnitstvo14/ekonomichnij-nobelivskij-visnik-114/7653.pdf
2. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика / Л. Гэлловэй. – СПб. : Питер, 2002. – 320 с
3. Вірін, Ф.Ю. Інтернет-маркетинг: повний збірник практичних інструментів [Текст] /Ф.Ю. Вирин. – М .: Ексмо, 2010. – 160 с.
4. Кузнєцова, Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Н.Кузнєцова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Економіка. – № 137. – 2012. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles /Internet_Marketing_in_Ukraine_Problems_and_Perspectives_18908.pdf

Назлуханян Сіруш Самвелівна
Одеський національний економічний університет
Науковий керівник: Тарасевич Наталія Вадимівна, кандидат економічних наук, доцент
Одеський національний економічний університет

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У сучасних умовах трансформації економіки України важливе місце посідає проблема формування ринкових інститутів, головним із яких є розвиток підприємництва. Становлення і розвиток різних форм малого підприємництва , поряд із середнім і великим бізнесом , є стратегічною проблемою економічної політики в умовах модернізації економіки, її наближення до передових світових стандартів.

Малий бізнес в ринковій економіці виступає провідним сектором, на його основі визначаються темпи економічного і соціального розвитку країни, структура і якість валового національного продукту, рівень демократизації суспільства. Його розвиток є ефективним засобом пом'якшення соціальної напруги і ослаблення майнової нерівності в суспільстві.

Нажаль в Україні розвиток бізнесу залишається на низькому рівні. Така ситуація спровокована нерозвиненим регуляторним середовищем, слабким доступом до фінансування і низьким зростанням конкуренції. Однак, європейський курс розвитку України обумовлює необхідність реформування та вирішення внутрішніх проблем країни. Високий потенціал для розвитку малого підприємництва, природні запаси, високий рівень освіти за умови державної підтримки сприятимуть появі великої кількості фірм, що, в свою чергу, дозволить створити нові робочі місця, принесе реальні гроші до бюджету не тільки центру, але й регіонів. Крім того, саме малим підприємством легше управляти в умовах нестабільного курсу національної валюти.

Дослідженню проблем функціонування та розвитку малого підприємництва, зарубіжного досвіду організації малого бізнесу, питанням державної підтримки малого бізнесу, розвитку його інфраструктури присвячено роботи багатьох вчених серед яких Бондарук Т. Г. , Ульяницька О. В. , Бобиль В., Воронич К.М., Гобир І. Б., Мельник М. І., Дикань В.Л., Добуляк Л.П., Цегелик Г.Г., Жирко С.О., Ольвінська Ю.О., Самотоєнкова О.В., Череп О., Полякова А., Швець Г. та інші. Однак, в сучасних умовах реформування економіки України виникає необхідність поглибленого дослідження проблем та перспектив розвитку малого бізнесу, що дозволить розробити комплекс заходів щодо забезпечення його розвитку.

Незважаючи на всі перераховані вище проблеми, кредитування малого бізнесу починає набирати обертів. Жорстка конкуренція за великих позичальників все частіше змушує українські банки повертатися обличчям до малого бізнесу.

За темпами зростання портфеля кредитів цей сегмент як і раніше залишається безумовним лідером, однак темпи могли бути набагато вище. Адже з точки зору рівня маржі сегмент залишається досить привабливим для банків, так і ефект «низької бази» продовжує зберігатися.

Лідери ринку поступово переходять до інтенсивної моделі зростання. Про це свідчить не тільки зниження швидкості освоєння регіонів, але і збільшення показника видачі кредитів малому і мікро бізнесу в розрахунку на одного співробітника. У той же час інші банки женуться за максимальною територіальним покриттям іноді навіть на шкоду ефективності своєї роботи.

Якщо до минулого року програми кредитування малого та середнього бізнесу були досить стандартні і відрізнялися нюансами в параметрах кредитування (сума, термін, ставки), то зараз банки все частіше пропонують «нестандартні» продукти. Тобто орієнтовані не тільки на суму кредиту, а виходять з його цілей, потреб позичальників, вимог ринку і іншого. В майбутньому це стане однією з головних тенденцій зростаючого ринку.

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, непідготовленість 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