

– якщо говорити про торгівлю по каталогам, то тут існує проблема відсутності сучасної інфраструктури і слабкої конкуренції на ринку поштових послуг, а також відмова покупців від схем передоплати.

– у торгівлі через автомати (вендінг) мають місце бюрократичні труднощі, пов'язані з оформленням дозволів на установку торгових автоматів, високе податкове навантаження на компанії, які здійснюють торгівлю через автомати, складності фінансування торгової діяльності, недовіра покупців до автоматизованих систем продажу товарів.

Таким чином, аналіз ринку дистанційної торгівлі дозволив виділити ряд проблем і сформулювати шляхи їх вирішення в такий спосіб:

По-перше, на всіх рівнях влади і бізнесу необхідно розробити підходи до вирішення

виділених проблем в контексті розвитку ринку дистанційної торгівлі в умовах СОТ.

По-друге, необхідно ініціювати реалізацію системного статистичного обліку дистанційної торгівлі, сформулювавши завдання за методологією збору статистичних даних.

По-третє, учасникам ринку необхідно розробити спільне розуміння термінології ринку, що повинно знайти відображення в нормативних документах.

По-четверте, продовжити здійснювати подальше реформування логістичної системи, оскільки оператори не готові до великих обсягів відправлень, а по-друге, пропонує по доставці товарів високі тарифи, які складають до 20-40% від роздрібною ціни.

По-п'яте, просувати принципи відповідального бізнесу і стандартів роботи з клієнтами і партнерами у дистанційній торгівлі.

Література

1. Аналіз Ринка E-Commerce України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://plan.biz.ua/files/s_bp.pdf.
2. Кому принадлежит рынок украинской интернет-торговли Виктория Власенко, Стас Юрасов, ЭП – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2015/07/15/550838/>.
3. Оборот 20 крупнейших интернет-компаний Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://expert.com.ua/79421-oborot-20-krupnejshix-internet-kompanij-ukrainy-prevysil-v-2012-godu-866-mln-doll.html>.
4. Список самых успешных интернет-магазинов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua>.

УДК 658:177

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА – ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Табенська О.І. – к.е.н., доцент

Вінницький національний аграрний університет

Відповідно до умов інноваційно-структурної розбудови економіки України визначальними складовими інноваційного розвитку є інтеграція освіти, науки та виробництва, об'єднання промислового, банківського і торговельного капіталу в потужні структури, здатні продукувати високотехнологічні, конкурентоспроможні товари та послуги. Відповідною організаційною основою реалізації інноваційної політики має стати створення інтегрованих фахових громадських структур які, можна стверджувати, виступають формою взаємодії між підприємствами, установами, науково-дослідницькими організаціями та фінансовими структурами [1, с. 2-7].

Сучасна практика ведення бізнесу доводить, що економічний розвиток господарюючих суб'єктів можливий лише на

основі пошуку шляхів пристосування та адаптації до зовнішнього середовища, яке якісно та швидко змінюється. Світовий досвід свідчить, що здатність генерувати і впроваджувати стратегічні зміни є найважливішим фактором ефективного функціонування та стабільного розвитку підприємств [2, с. 85 - 88].

Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі своїми засобами. Залежно від результативності цих дій підприємство може здобути собі конкурентну перевагу, яка виступає основою забезпечення конкурентоспроможності, а також складовою частиною стратегічного потенціалу. Саме конкурентна перевага є заставою міцної конкурентної позиції підприємства й визначає характер його конкурентної стратегії.

Культура організації має відповідати викликам зовнішнього середовища та корпоративній стратегії, щоб співробітники змогли створити організацію, яку складно перемогти в конкурентній боротьбі. Конкурентні переваги організації зв'язані не стільки з вже накопиченим багажем знань, скільки з її здібностями їх створювати та оновлювати [3, с. 124-127].

більш конкурентоспроможними, розподіляючи постійні витрати на більший обсяг продукції та послуг, залучати та використовувати кваліфікованіший і досвідченіший найманий персонал, швидше отримати необхідні фінансові кошти [5, с. 79-84].

Одним із мотивів створення інтегрованих структур є скорочення трансакційних витрат, що

Таблиця 1

Стратегія та принципи діяльності ТОВ СП «Нібулон»

1.	Девіз компанії	Високі світові стандарти, виражена система, висока продуктивність, комплексна, докорінна зміна життя українців
2.	Принципи діяльності компанії	Соціальна справедливість та екологічна доцільність
3.	Стиль роботи компанії	Поетапне та цілеспрямоване впровадження власних ініціатив щодо працівників, збереження довкілля, добродійна діяльність та співпраця з громадами
4.	Стратегія компанії	Питання оптимального використання ресурсів, застосування природо та енергозберігаючих технологій, створення якісної та екологічно прийнятної продукції, мінімізація відходів
5.	Взаємодія з працівниками компанії	Інформаційно-іміджевий проект «Я працюю в «Нібулон». Ефект від реалізації проекту: внутрішній: формування єдиної корпоративної культури, мотивування працівників на результат, налагодження взаємодії всередині компанії, усвідомлення кожним мети і завдань компанії, рівність можливостей кожного з працівників зовнішній: високий професійний і культурний рівень працівників позитивно впливатимуть на імідж всієї компанії, формування відкритого для громадян позитивного іміджу компанії
6.	Колективне навчання працівників компанії	Організовується та проводиться кваліфікованими спеціалістами центрального апарату управління для працівників філій. Застосовується для поглибленого вивчення особливостей роботи в окремих виробничих ситуаціях

Розподіл стратегій змін на стратегії зовнішнього та внутрішнього зростання відповідає не тільки напрямкам змін, а й за рахунок яких (зовнішніх чи внутрішніх) засобів вони реалізуються. При цьому потрібно зазначити, що стратегії зовнішнього зростання (горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, концентрична та конгломератна диверсифікація) реалізуються через організаційні зміни, що відтворюються у різноманітних формах об'єднань, приєднань та угод [4, с. 445-451].

Необхідність зростання в першу чергу пов'язана з можливістю отримати переваги здійснювати господарську діяльність у більших масштабах. Великі підприємства здатні отримати вагомішу ринкову владу, тобто бути

насамперед пов'язані з вивченням ринку, веденням переговорів із партнерами, з витратами на укладання контрактів, а за необхідності – і їхнього юридичного захисту [6, с. 41-54].

Горизонтальна інтеграція передбачає інтеграцію підприємств, що перебувають на однакових етапах виробництва, працюють і конкурують в одному сегменті ринку, в одній галузі й спеціалізуються на виробництві однотипної або подібної продукції або наданні однотипних або подібних послуг.

Найважливіший ефект вертикальної інтеграції полягає у створенні більш сприятливих умов для відтворення капіталу порівняно з умовами «вільного ринку». Тому необхідність у ній виникає в тих випадках, коли в ринковому механізмі виявляються збої, і він не

забезпечує належною мірою стабільності та надійності міжгалузевого обміну, а отже, відтворення капіталу й самозростання вартості.

Диверсифікованість передбачає поширення господарської діяльності на нові сфери, у результаті чого підприємства перетворюються на складні багатогалузеві комплекси або конгломерати. Диверсифікованість дає змогу уникнути частини ризику шляхом розподілу капіталу між різноманітними видами діяльності [7, с. 129-134]. Заслугує на увагу ефективна виробнича діяльність потужного вертикально-інтегрованого

формування «ТОВ СП «Нібулон» – провідного українського експортера аграрної продукції. Стратегія та принципи діяльності ТОВ СП «Нібулон» відображені (в табл. 1.).

Висновки. Отже, впровадження механізмів кооперації та агропромислової інтеграції активізує та якісно оновлює діяльність компаній, підвищує їх конкурентоспроможність, удосконалює співпрацю учасників інтегрованих формувань, сприяє виникненню синергійного ефекту та знижує трансакційні витрати, а саме корпоративна культура є важливим фактором розвитку організації.

Література

1. Міненко, М. А. Інтегровані формування як основа сучасних фахових об'єднань аграрно-промислової сфери і торгового сектора економіки України / М. А. Міненко. – С.2-7.
2. Гусева О.Ю. Розвиток підприємництва і стратегічні зміни: сутність, принципи, взаємозв'язок / О.Ю. Гусева // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 6. – С. 85–88. (Серія: Економіка та управління підприємствами).
3. Кравченко В.О. Корпоративна культура як стратегічна конкурентна перевага підприємства / Кравченко В.О., В.Г. Никифоренко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – Т. 1. – С. 124-127. (Серія: Економічні науки).
4. Отенко В.І. Методичне забезпечення стратегічних змін машинобудівних підприємств: науковий та прикладний аспекти / В. І. Отенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 769. – С. 445-451. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013769_65
5. Зіновчук В.В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу. Вид. друге: доп. і перероб. / Зіновчук В.В. – К.: Логос, 2001. – 380 с.
6. Капіталізація сільського господарства: вимір масштабів та оцінка переваг і загроз здійснення / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2006. – № 2. – С. 8–16.
7. Ортіна Г. В. Вплив інтеграційних відносин на формування стратегії розвитку реального сектора економіки / Г. В. Ортіна // Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 129–134. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ever_2014_1_16
7. Щорічний соціальний Звіт 2013-2014 про господарську діяльність «ТОВ СП «Нібулон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nibulon.com/news/novini-kompanii/nibulon-znovu-pershii-sered-ukrainskix-agarnix-pidpriemstv-u-sferi-korporativnoi-socialnoi-vidpovidalnosti.html>

УДК 338.45

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Дончак Л.Г. – к.е.н., доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Розвиток підприємств малого та середнього бізнесу повинен бути одним з основних напрямів політики як регіону, так і країни загалом. Проте, сьогодні Україна переживає важкі часи становлення економіки, що негативно впливає на функціонування малих та середніх підприємств. Відсутність дієвої державної та регіональної підтримки, податковий тиск, низька ефективність функціонування суб'єктів малого та середнього бізнесу призвели до масового їх знищення. Хоча, здавалося б саме мале та середнє підприємництво є тим соціально-економічним фундаментом, без якого не може стало розвиватися будь-яка європейська держава.

Проблемам розвитку малого та середнього підприємництва окремих регіонів та України загалом присвячені найновіші праці таких вчених, як Сімків Л. Є, Побігун С. А., Газуда Л. М., Волощук Н. Ю., Безус А. М., Шафранова К. В. та інші. Проте, на сьогоднішній день недостатньо уваги приділено науковцями дослідженню тенденцій розвитку та пошуку шляхів ефективного функціонування суб'єктів малого та середнього бізнесу Вінницької області.

Варто погодитись, що малі підприємства є досить поширеною й ефективною формою господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме це дозволяє малим