

- залежно від ступеня соціальної організації суб'єктів міжнародного поштового обміну – індивідуальні та групові;
- за періодичністю вчинення – разові, епізодичні, постійні;
- в залежності від обсягів заподіяної шкоди – у значних обсягах (до 1000 розміру податкової соціальної пільги); у великих обсягах (від 1000 до 3000 розміру податкової соціальної пільги); в особливо великих розмірах (більше 5000 розміру податкової соціальної пільги).

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/print> (дата звернення: 30.09.2018)
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 25.09.2018).
3. Очеретный, И.С. Деликтная ответственность. / Отечественная юриспруденция. 2017. №1. С. 14-19.

*Харченко І.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кіровоградський*

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Україна є членом СОТ, її економіка ринкова і дуже мало захищена протекційними бар'єрами від товарів і послуг з інших країн. Закордонні виробники з будь-якої галузі без особливих проблем входять на вітчизняний ринок, сплачують мінімальне мито та вільно реалізують продукцію власного виробництва. Це спричиняє величезний конкурентний тиск на вітчизняного виробника, адже закордонна продукція має значні конкурентні переваги над вітчизняною.

В стратегічному менеджменті комплекс переваг, завдяки яким завойовується прихильність споживачів, називається конкурентною стратегією [1, 2]. Всього відомо 5 конкурентних стратегій за класифікацією. [1, 2]

Український споживач не розуміється на конкурентних стратегіях. Тим не менше в переважній більшості випадків він вибирає закордонну продукцію. Чому так відбувається? На що треба орієнтуватись українським виробникам, щоб не програвати в конкурентній боротьбі хоч би за власного споживача.

Дуже просто. Незалежно від того, за якою стратегією спроектована та виготовлена продукція, вона в найбільшій мірі відповідає уподобанням українських споживачів. Ми зосередимо свою увагу на продукції промислового призначення – будівельній, дорожній та сільськогосподарській техніці. Вона також виробляється, орієнтуючись на конкретного споживача та відповідно має свої конкурентні переваги.

І ця закордонна продукція, на жаль, також виграє в конкурентній боротьбі у українського виробника, навіть незважаючи на те, що часто-густо українська продукція значно дешевша та простіша в обслуговуванні. Вибір споживача не на користь продукції українських виробників приводить до занепаду українських промислових підприємств, втрачаються робочі місця, промисловий потенціал, врешті, економіка країни. Чому так відбувається? Як необхідно скоригувати стратегію українських підприємств? Що треба зробити, щоб не втратити, навпаки, збільшити свою частку ринку? Пошуку відповіді на це питання присвячена дана стаття.

Даній проблемі присвячено багато публікацій. Так, О. Карпець констатує, що «йде активне витіснення з ринку вітчизняного виробника» [3]. Автор наводить цікавий висновок «Внаслідок наростаючих фінансових труднощів, аграрії прагнуть купувати як можна дешевшу техніку. Тому в сегменті ЗЗК попит змістився у бік вживаної техніки, а серед постачальників причіпного устаткування виросла доля вітчизняних виробників».

А. Сотніков також аналізує стан українського машинобудування. Він наводить дані про частку загального обсягу випуску промислової продукції машинобудівних підприємств у розвинених країнах – Німеччина – 53,6%, Японія – 51,5%, Англія – 39,6%, Італія – 36,4%, Китай – 35,2%. При цьому частка продукції машинобудування у ВВП країн Євросоюзу складає 36-45%, у США – 40%, у Росії машинобудування забезпечує 18% ВВП [4, с. 138-150]. Робиться висновок, що частка машинобудівної галузі України у загальній структурі реалізованої продукції є досить невеликою і потребує збільшення.

Амоша О.І., Вишневський В.П., Збаразська Л.О. досліджували стан промисловості та промполітики України та співставляли головні тенденції зі світовими. [5, р. 138-150].

Вони звертають увагу на те, що розвиток виробничої промисловості стає важливим фактором світового лідерства, і втрата США і Європою промислових підприємств внаслідок їх перенесення на Схід може привести до його втрати. В [6] порівнюється економічна ефективність використання тракторів – JohnDeere, Case, Fendt, Case – при виконанні с-г робіт. Показово, що серед них немає жодної машини, виробленої на теренах СНД.

Виділення не розв'язаних раніше частин загальної проблеми Можна побачити, що попитом на внутрішньому ринку користується закордонна, і все менше вітчизняна або вироблена на теренах СНД техніка. Яку конкурентну стратегію реалізують українські машинобудівні підприємства? В чому її помилки? Як треба її змінити?

Якщо проаналізувати постачання закордонної техніки в Україну і Росію, яка за рівнем технології дуже близька до України, а головне, до цих пір пов'язана виробничими коопераційними зв'язками, то ми побачимо, що ринки цих країн у переважній більшості галузей заповнені закордонною продукцією, і обсяги її реалізації дуже швидко зростають. Ми проаналізуємо виробництво і споживання перш за все сільськогосподарської та будівельно-дорожньої техніки. [8]

Таблиця 1

Комбайни зернозбиральні виробництво Росія

Вид/рік	2016 рік	2017 рік	Зміна, %
Комбайни зернозбиральні	711	611	85,9 %

Таблиця 2

**Імпорт зернозбиральних комбайнів в Україну по торгових марках
4 квартал 2016 рік**

Торгова марка	Б/в, шт.	Митна вартість \$	Нові, шт.	Митна вартість \$	Разом, шт.	Митна вартість \$
Підсумок	101	4 429 677	106	18 987 344	207	23 417 021

Таблиця 3

Виробництво деяких видів техніки в Україні

Види техніки	2013	2014	2015	2016	2017
Зернозбиральні комбайни	68	0	100	0	0
Сівалки точного висіву	3589	3023	3511	4352	3365
Експаватори	0	0	0	0	0

Імпорт тракторів в Україну 4 квартал 2016

К-ть	80-100 к.с.	100-200 к.с.	200-300 к.с..	> 300 к.с..	Митна Вартість, \$
1 785	1 324	172	118	171	62 080 899

Як можна побачити з наведених таблиць, Україну заповняє закордонна техніка.

Цього факту не змінює навіть та обставина, що Кабмін України компенсує 25% вартості с-г техніки на закупівлю, якщо вона українського виробництва[7]. Зазначимо, що коштує закордонна техніка значно дорожче. Трактор ХТА-300-03 з двигун Д 262 250 к.с. коштує 93 000 дол. США (новий, виробництва ХТЗ), аналогічний John Deere 7930 (2010 р. в.) – 194 000 євро. Вітчизняні аграрії керуються економічними мотивами. Економічно вигідно використовувати якісну дорогу закордонну техніку, а не дешеву вітчизняну.

Проте на виставці «Агро-2018» проявилися нові тенденції. В деяких країнах – Білорусії, Росії Казахстані виготовляють с-г техніку, яка комплектується виробниками з країн СНД, зокрема ПАТ «Гідросила». Виходячи з мінімальної ціни і якості даної продукції, можна зробити висновок, що дані підприємства реалізують стратегію лідерства за витратами, тому що ціна навіть техніки китайського виробництва с-г і будівельно-дорожньої в останні роки стала більшою і має вищу якість. Очевидно, що збут с-г техніки країн СНД катастрофічно падає і справа йде до закриття підприємств.. Про це говорять наступні факти – абсолютно згорнуто випуск українських комбайнів і екскаваторів, закрито чотири тракторобудівельні підприємства в Росії, для експлуатації в Росії аналізуються лише закордонні трактори [6]. Ілюстрацією до якості с-г техніки, виробленої в країнах СНД, може бути ресурс вузлів, яким комплектується ця техніка. Так, ПАТ «Гідросила» рекламує свої найкращі шестеренні насоси серії «Master», які мають ресурс 2000000 циклів.[9]. При середній швидкості шестеренного насосу 2500 об/хв. це складає всього 13,33 мото-годин, або приблизно 50 машино-годин, що є неймовірно низьким показником для нормальної роботи і всієї машини, і комплектуючих. Моторесурс закордонної гідравліки в декілька разів (а можливо і десятків) перевищує ці показники. Ще гірша ситуація з двигунами с-г машин, якщо вони не закордонні. На ринку вживаної с-г техніки в Україні, Казахстані, Росії успішно продаються трактори і комбайни з напрацюванням 5-7 тисяч мото-годин. Така ситуація відбивається на іміджі та обсягах реалізації техніки з СНД. При цьому треба пам'ятати, що, наприклад, ПАТ «Гідросила» є лідером у виробництві гідравлічних машин на теренах СНД. ПАТ «Гідросила» і інші виробники з країн СНД реалізують стратегію лідерства за витратами і цінами. Умовою успішності у споживачів цієї стратегії є мінімальна ціна і стандартна якість продукції. Підкреслюємо – якість стандартна. А зниження якості є грубою помилкою в реалізації цієї стратегії, за думкою класиків стратегічного менеджменту [1, 2]. В даному випадку ми бачимо саме таку ситуацію. Підтвердженням є те, що ПАТ «Гідросила» зараз постачає свою продукцію лише на вторинний ринок – для ремонту в основні країни-споживачі – Росію і Казахстан. Ті ж заводи, для яких ПАТ «Гідросила» постачає продукцію на конвеєр (наприклад «Гомсільмаш» Білорусія), дуже швидко втрачають свій ринок.

Висновок. Вітчизняним виробникам треба серйозно змінювати свою конкурентну стратегію, особливо в сфері якості, тому що рух в тому ж самому напрямку приведе до банкрутства підприємств. Також безумовно важливо аналізувати кроки по виходу з даної ситуації.

Список використаних джерел

1. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. – М. «ЮНИТИ», 2003. – 576 с.
2. Портер Майкл ЕП Стратегія конкуренції / Пер з англ.-К. Основи. 1998. – 390 с.
3. А Карпец «Коррупция в лизинг. Как добивают сельхозмашиностроение Украины» (https://faza.ua/analytics/211396-korrupsija_v_lizing_kak_dobivajut_selhozmaschinostroenie_ukrainy)
4. Сотніков, А.С. Сучасний стан машинобудівної галузі України та перспективи впровадження професійних систем управління. / А.С. Сотніков / Економічний аналіз, 2013 випуск 12 частина 4 - irbis-nbuv.gov.ua. [2013. - Т. 12 (4). – р. 60-64. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan>
5. Амоша О.І., Вишневецький В.П., Збаразська Л.О. Промисловість і промислова політика України 2013: актуальні тренди, виклики, можливості: наук.-аналіт. доповідь: В.П. Вишневецький (ред.) ; Донецьк: НАН України, Інститут економіки промисловості. 2014. – 200 с. Режим доступу : <https://books.google.com.ua/books?id=l6xEBQAAQBAJ&pg=PA199&lpg>
6. Результаты исследований импортных тракторов мощностью до 330 л. с. на основных почвообрабатывающих операциях – Агропромышленная газета юга России. Режим доступу <https://http://www.agropromyug.com/nauka-apk/rasteniievodstvo/28-mekhanizatsiya/5-rezultaty-issledovanij-importnykh-traktorov-na-osnovnykh-pochvoobrabatyvayushchikh-operatsiyakh-moshchnostyu-do-330-l-s.html>
7. Постанова КМУ від 1 березня 2017 р. № 130 Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/130-2017-%D0%BF>
8. Маркетинговые коммуникации 2012-2017 годы. Режим доступа: <http://marcom.kiev.ua/>
9. <http://www.hydrosila.com/products/gear-pumps/>

*Цімошинська О.В., доцент
кафедри обліку і оподаткування
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»
м. Київ*

ВЕКТОРИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ КОНЦЕСІЙНИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА BROW NFIELD- ТА GREEN FIELD- ПРОЕКТАМИ КОНЦЕСІЇ АВТОДОРИГ

Забезпечення якості автомобільних доріг відповідно до міжнародних стандартів сьогодні є можливим лише за умови поєднання потенціалу державного та приватного секторів. За даними Мінекономрозвитку серед форм приватного інвестування останнім часом домінує концесійна форма, що певною мірою пояснюється розгалуженістю та прозорістю концесійного законодавства.

Концесія згідно ст. 1 Закону України «Про концесію» від 16 липня 1999 р. за №997-XIV (далі – Закон №997-XIV) це надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику [1].

Порядок розрахунку концесійного платежу регламентується постановою КМУ від 04.02.2016 р. №130 «Про зміни, що вносяться до постанови КМУ від 12.04.2000 р за №639 «Методика розрахунку концесійних платежів» [2] (далі – Методика №130).