

служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/arhiv/modernizatsiya-dps-ukraini/arkchiv/mijnarodniy-dosvid-rozvitk/svitovui-dosvid/> (дата звернення: 07.11.2019).

4. Луб'яна М. М. Зарубіжний досвід справляння податку на прибуток підприємств та досвід України. URL: <http://ndi-fp.nusta.com.ua/thesis/651/> (дата звернення: 06.11.2019).

5. Хомутенко А., Бзова Ю. Адаптація зарубіжного досвіду оподаткування прибутку підприємств до вітчизняної практики. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2016. № 7. С. 112 – 131. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv\\_2016\\_7\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2016_7_11) (дата звернення: 07.11.2019).

## АНАЛІЗ РИЗИКІВ В ПРОЦЕСІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Трач О. В., студентка*

*Науковий керівник: Юрків Н. М., к. е. н., асистент*

*Національний лісотехнічний університет України, м. Львів*

Досягнення ефективності функціонування підприємства вимагає розробки програми дій, яка б забезпечила розвиток його потенційної багатофункціональної діяльності, з метою мінімізації фінансово-економічних ризиків та можливих втрат капіталу. Досягнення цієї мети є насамперед можливим за рахунок впровадження диверсифікації виробництва.

Під поняттям “диверсифікація” (лат. *diversus*-різний і лат. *facere*-робити) розуміється процес розвитку діяльності підприємства, який пов'язаний із збільшенням діапазону видів та проникнення в нові сфери діяльності, освоєнням нових виробництв, розширенням асортименту товару, що включає не тільки диверсифікацію товару, але й з розповсюдженням підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності підприємства [1].

Виділяють такі види диверсифікації: вертикальна (концентрична), горизонтальна та конгломеративна.

Вертикальна диверсифікація характеризується розширенням діяльності з метою виробництва або контролю над виробництвом усіх компонентів, частин та матеріалів. До її переваг належить: гарантія поставок технічних і матеріальних ресурсів, тісний контакт з кінцевими споживачами та контроль всього ланцюга виробництва.

[2]. До основного недоліку слід віднести постійне вдосконалення виробництва, яке вимагає значних капіталовкладень.

Горизонтальна диверсифікація – стратегія зростання, згідно з якою, компанія випускає або реалізує нові продукти, не пов'язані з існуючим асортиментом, але спрямовані на вже існуючу базу клієнтів компанії. [3]. Цей вид диверсифікації дає змогу підприємству більш детально дізнатися потреби споживачів, проте її застосування призводить до ускладнення процесу управління підприємством та розпорошення коштів між різними видами продукції.

Конгломеративна диверсифікація здійснюється за рахунок виробництва нових продуктів технологічно не пов'язаних з традиційними продуктами. Цей вид забезпечує раціональне використання фінансових ресурсів, знижує ризик та захищає від поглинання. Недоліком такої диверсифікації є труднощі у регулюванні різних видів бізнесу та складність аналізу стратегічних проблем [1].

Існує багато причин, які змушують керівників підприємств вдаватися до диверсифікації. Головними причинами такого вибору є часткове використання ресурсів, зниження прибутку від основного виробництва скорочення попиту на продукцію та постійний ріст конкуренції на ринку [1]. До найважливіших факторів, які зумовлюють вибір стратегії диверсифікації належать:

- перенасичення ринків або ж скорочення попиту на продукцію;
- надходження від поточного бізнесу дають можливість вкладати кошти в інші сфери та розвивати їх;
- антимонопольне регулювання не дозволяє підприємству рости в рамках даної галузі;
- полегшений вихід на світові ринки, що являється найбільш пріоритетним для лісогосподарських підприємств [1].

При визначеності доцільності та ефективності реалізації стратегії диверсифікації важливо врахувати взаємозв'язок диверсифікації діяльності та операційного ризику. Диверсифікація дозволяє зменшити величину ризику, але не уникнути його. Тому основним завданням при реалізації стратегії диверсифікації – забезпечення прийняттого співвідношення між прибутковістю та рівнем ризику. [3]. Таке співвідношення підприємство визначає для себе самостійно, аналізуючи в першу чергу, схильність підприємства до ризику.

Виділяють такі ризик в процесі диверсифікації:

- 1) Несистематичний (власний) ризик, який притаманний конкретному підприємству і підлягає зменшенню за рахунок диверсифікації.

2) Систематичний (ринковий) ризик, що не можливо зменшити за рахунок диверсифікації, він породжується причинами, які впливають на ринок в цілому (інфляція, темпи зростання ВВП тощо).

За умови розподілу обсягу грошових коштів між різними напрямками виробництва у найбільш вигідних пропорціях та визначення конкретних шляхів та цілей діяльності, підприємства можуть зменшити величину несистематичного ризику, забезпечивши стійку конкретну позицію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках [2].

В залежності від місця причинами виникнення ризику при диверсифікації діяльності можуть бути [4, с. 17]:

- невпевненість визначення планового періоду, на який розробляється стратегія диверсифікації діяльності;

- невпевненість формування цілей підприємства та при виборі пріоритетів у поставлених цілях, що може бути обумовлено наявністю ряду альтернативних цілей;

- помилки в оцінках фактичного стану справ всередині підприємства та його місця на ринку;

- недостатньо повна або помилкова інформація про перспективи розвитку даного підприємства і ринку в цілому, а також рішень, прийнятих на її основі;

- вплив непередбачуваних факторів і обставин при розробці стратегії диверсифікації, а також її реалізації;

- недостатня продуманість дій стосовно контролю та оцінки результатів диверсифікації діяльності.

Отже, ризик диверсифікації діяльності підприємства – це ймовірність настання несприятливої події. Оскільки здійсненню диверсифікації діяльності підприємства передуює розробка стратегії диверсифікації, то необхідно проводити порівняльний аналіз причин виникнення ризиків та оцінювання очікуваних наслідків на певній стадії стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Часто застосування диверсифікації допомагає підприємствам уникнути значної частини ризиків діяльності та дає змогу досягти конкурентних переваг.

### **Література.**

1. Ковінько О.М. Сутність та зміст стратегії диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок. Вісник Хмельницького національного університету 2014, № 5, Т. 2. С. 7-11.

2. Згурська О.М. Диверсифікація як метод підвищення ефективності підприємства. Інвестиції : практика та досвід № 13/2018. С.

3. Івченко Лариса. Диверсифікація діяльності як чинник їх економічного зростання. Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1. 2016. С. 99-107.

4. Донець Л.І, Пруднікова Г.І. Ризики диверсифікації господарської діяльності підприємства / Л.І. Донець // Проблеми і перспективи розвитку підприємства, 2011. – Вип. 1(1). – С. 16 – 20.

## **ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ РОЗМІРІВ СТАВОК З ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ**

*Ваколюк А. О., студентка*

*Науковий керівник: Глушач Ю. С., ст. викладач*

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

ПДВ відіграє ключову роль у податкових системах більшості країн Європи. Кожна країна самостійно обирає розміри ставок з податку. Зазвичай, існує основна ставка (від 15 %) та знижена (пільгова), розмір якої не менший, ніж 5 %. Проте існують країни, у яких застосовують спеціальні знижені розміри ставок з ПДВ.

ПДВ в Європі, як і в Україні, представляє собою податок, який відноситься майже до всіх товарів чи послуг, які купуються або продаються для використання або продажу [1].

Майже всі країни розділяють сплату податків резидентами та нерезидентами. У країнах Європи користуватися податковими пільгами й зниженими ставками ПДВ мають право тільки резиденти, які офіційно зареєстрували свій бізнес у даній країні та відкрили офіс. Резидентами вважаються не тільки громадяни даної держави, а й ті, хто отримали посвідку на проживання. Таким чином, у підприємців є можливість обрати країну з оптимальним оподаткуванням.

Платниками ПДВ у країнах ЄС є фізичні або юридичні особи, які здійснюють постачання товарів чи послуг у комерційних цілях на території ЄС. Реєстрація, як і в Україні, може бути обов'язковою та добровільною.

За загальним правилом, європейські платники податків нараховують ПДВ на свої продажі (так званий «вихідний податок», ПДВ при продажу) та мають право на відрахування ПДВ,