

Отже, гравці рекламного ринку демонструють високу варіативність підходів до формування маркетингових стратегій. Кожне рекламне агентство прагне враховувати властиві лише йому конкурентні переваги. В умовах конкуренції рекламні агентства починають застосовувати все більш різноманітні маркетингові стратегії, що сприяє формуванню конкурентного іміджу агентства та фірмового стилю управління.

Лінькова О.Ю.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та оподаткування,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків

**СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ
БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Постановка проблеми: Аналіз умов бізнесу в Україні. **Аналіз останніх досліджень і публікацій:** аналізом умов бізнесу займається багато вітчизняних та закордонних вчених: Подлесна В. Г., Дейнеко Л.В., Шовкун І.А., Шелудько Е.І. [3, 4]. Але **невирішеною частиною проблеми** розвитку бізнесу є опрацювання проектного керування розвитком умов господарювання. **Ціль роботи** – визначення умов господарювання бізнесу в Україні та напрямків їх покращення. **Завдання публікації:** аналіз основних сучасних можливостей та проблем для бізнесу, а також напрямків їх мінімізації.

Основний матеріал дослідження. За результатами досліджень «[Doing Business 2017](#)» Україна посіла 80 місце в світі. Умови розвитку бізнесу в Україні можна розділити на: позитивні: відкритість економіки; високий інтелектуальний рівень населення країни; розвиток інформаційних технологій; збалансовані рівні державного регулювання (митне, валютне); помірний рівень податків; негативні: військовий конфлікт; фінансова нестабільність; корупція в країні; низький рівень доходів населення країни. Основні напрямки покращення умов розвитку бізнесу: припинення військового конфлікту; підвищення ефективності роботи державного апарату; розробка та запровадження комплексної програми розвитку бізнесу в Україні. **Висновки.** Запровадження комплексної програми розвитку бізнесу дозволить: обрати стратегічні напрямки розвитку; опрацювати програму фінансування та нормативної підтримки; контролювати та регулювати стратегічно важливі проекти.

Михайлюк Маргарита Олегівна *магістрант каф. менеджменту та оподаткування, НТУ «ХПІ», Харків, УКРАЇНА*

ОСНОВНІ ГРУПИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Управління бізнес-процесами неможливе без їх оцінки, тобто вимірювання певних показників. Засновниками теорії управління бізнес-процесами на основі реінжинірингу є М.Хаммер і Дж.Чампи, також підходам до управління на основі оцінки бізнес-процесів присвячені роботи багатьох закордонних та вітчизняних авторів авторів. Для характеристики бізнес-процесів у вітчизняній практиці основними методами залишаються традиційні фінансові методи, в той час як зарубіжні автори і вітчизняні науковці все більше уваги приділяють нефінансовим показникам. Це, наприклад, концепція BSC – збалансованої системи показників, KPI – ключових показників ефективності, індикатори показників ENAPS (European