

Література:

1. Трусова Т. С., Твердохліб О. І., Романів О. Я. Попит на сільський зелений туристичний продукт Рівненської області. Вісник Хмельницького національного університету, Економічні науки, Т. 1, 2014. № 6. С. 202–209.
2. Фрей Л. Сімейний туризм як засіб додаткової освіти для підростаючого покоління. Гілея. 2013. № 6. С. 60–62.

Ушеренко С. В., к.е.н., доцент,
*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Інноваційний розвиток вітчизняних підприємств є основною передумовою їх динамічного зростання, виходу на ринки у глобальному і національному конкурентному середовищі, а в кінцевому результаті забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

Водночас стан інноваційного розвитку підприємницької діяльності за теперішніх умов суспільних трансформацій не відповідає імперативам виходу України на траєкторію сталого розвитку, визначеного стратегічним курсом у програмному документі Президента України «Стратегія сталого розвитку «Україна 2020» [1], що набуває особливого значення для забезпечення конкурентоспроможності національної економіки у зв'язку з її відкритим характером, поступом на шляху євроінтеграції, виміром якого є задоволення копенгагенським критерієм для вступу країни в ЄС, зокрема, критерію розбудови конкурентоспроможної ринкової економіки [2].

Так, за рейтингом конкурентоспроможності країн (індекс глобальної конкурентоспроможності), Україна посідає 81 місце серед 137 країн світу, що поза рейтингових місць країн-членів ЄС [3].

Статистика фіксує низьку інноваційну активність промислових підприємств в Україні. Так, у період 2010–2017 роки частка інноваційно-активних підприємств, тобто підприємств, які впроваджували інновації, від загальної кількості обстежених підприємств складала значення в діапазоні від 14% до 18%, що значно нижче рівня інноваційної активності підприємств в країнах, які мають національні економіки інноваційного типу (40%-80%). Це пов'язано з малою питомою вагою загального обсягу витрат на фінансування інноваційної діяльності, яка становила у ВВП становила 0,97% від ВВП. Практично єдиним джерелом фінансування інноваційної діяльності підприємств є їх власні кошти [4].

Обов'язкові універсальні риси підприємництва: економічна самостійність і господарська незалежність суб'єктів підприємницької діяльності; особиста економічна зацікавленість; господарський ризик і відповідальність

економічного та соціального характеру. Водночас, за теперішніх умов суспільних трансформацій, розбудови громадянського суспільства характерною властивістю підприємництва має стати його соціальна відповідальність перед суспільством за створення робочих місць, забезпечення пристойних доходів працюючим у цьому секторі національної економіки, а також співучасть у форматі державно-приватного партнерства щодо реалізації суспільно-значущих проектів.

Динамічний розвиток української економіки в просторовому і галузевому аспектах не може здійснюватися без пропорційного, взаємопов'язаного розвитку великого і малого підприємництва (далі – МП). Тому в стратегічних галузях економіки (зокрема, машинобудування, металургія, приладобудування та інше) домінуючими можуть залишатися реструктуровані ефективно працюючі великі підприємства корпоративного типу. Але, щоб зробити економіку країни гнучкою, сприйнятливою до нововведень, розвивати регіональну й місцеву ініціативу, сприяти природному зростанню економічного потенціалу регіонів, міст та районів, потрібно розвивати також МП як складовий елемент економічної системи.

Аналізуючи функції сучасного МП, виділяємо такі його характерні риси: МП є особливою частиною підприємницької діяльності; воно існує і розвивається як певна цілісність, формуючи порівняно автономний сектор економіки; МП виступає на ринку праці значним сегментом працевлаштування населення, який має тенденцію до розширення в Україні; МП виступає одним із визначальних факторів формування середнього класу в Україні.

В структурі підприємств співвідношення великих, середніх і МП дещо змінилось. За останні 3 роки як і раніше 0,1 відсотка усіх підприємств представлено великими підприємствами, частка середніх підприємств складає 4,7% до 4,4%. Відповідно з 95,2% до 95,5% збільшилась питома вага МП, з яких майже 83% мають статус мікропідприємств, при цьому більше ніж половина з них працюють у сфері торгівлі та послуг.

Державна політика сприяння розвитку МП вирішує широкий спектр завдань, які стоять перед українською економікою в цілому. Серед них можна виділити такі.

1. Залучення в економіку місцевих економічних ресурсів. Перед економікою України постає завдання залучення до виробництва частини матеріальних і фінансових коштів населення, які використалися раніше виключно для особистого споживання.

2. Гнучке і своєчасне реагування на зміни споживацького попиту. МП дає можливість значно збільшити без суттєвих капітальних вкладень виробництво багатьох споживацьких товарів і послуг, розширити їх асортимент, забезпечити гнучке, своєчасне реагування на зміну попиту, оскільки в цьому випадку широко використовуються невеликі місцеві джерела сировини і відходи великого виробництва.

3. Активізація структурної перебудови економіки. МП, що «розробило» новий вид товару або послуг починає заповнювати «споживацьку нішу», розширює своє виробництво, може стати середнім або навіть великим. Не

випадково більшість гігантів сучасної індустрії США, Японії виросла з невеликих підприємств. Крім того, синтез МП і великих підприємств може забезпечити ефективний розвиток економіки.

4. Сприяння у вирішенні проблеми зайнятості. МП володіє значним потенціалом у сфері працевлаштування населення, залучення у виробництво резервів робочої сили, яка не може бути використана у великому виробництві через його технологічні та інші особливості. Це пенсіонери, особи, які навчаються, домогосподарки, інваліди, а також особи, які бажають працевлаштуватися після основного робочого часу для отримання додаткових легальних доходів.

5. Подолання територіального й галузевого монополізму. При створенні малих підприємств відбувається наближення виробництва товарів і послуг до споживача. У зв'язку з цим скорочуються транспортні витрати на доставку товарів на периферію, а значить, в умовах України можливо певне вирівнювання умов життя в різних населених пунктах.

6. Створення сектора економіки МП є позитивною альтернативою нелегальному підприємництву, що усуває його приховане становище на ринку шляхом вдосконалення умов діяльності легально працюючих суб'єктів МП.

Зараз більше ніж половина малих підприємств працює у сфері торгівлі, громадського харчування і загальної комерційної діяльності, тобто в тих галузях, де не потрібні особлива кваліфікація і великі первинні інвестиції. Водночас, розвиток МП в промисловості і будівництві потребує значних одноразових інвестицій при тривалих термінах окупності, а також підтримки з боку держави у створенні сприятливого підприємницького клімату. Підприємства цих галузей, як і всі підприємства виробничого профілю, зазнають на сьогодні великих труднощів, вони або почали скорочувати своє виробництво, або були вимушені доповнювати основну діяльність комерційної, розглядаючи її як додаткове джерело прибутку.

Відчутно гальмує розвиток МП існуюча система податків і зборів, небажання банків кредитувати МП, а також широкий прояв корупції і дій з боку організованої злочинності.

МП в Україні поки що не змогло виконати властиві йому функції в розвинутих країнах світу і реалізувати свій потенціал.

У цьому контексті пропонується: забезпечити державну підтримку МП щодо впровадження інноваційних проектів, розроблених відповідно до пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, визначених законодавством; розвивати інноваційну інфраструктуру підтримки інноваційної діяльності в Україні (технологічні та промислові парки, інноваційні бізнес-інкубатори, венчурні фонди, інноваційні центри, консалтингові та інжинірингові центри, що здійснюють свою діяльність на підтримку реалізації інноваційно-інвестиційних проектів); з метою формування інноваційної культури підвищення фахового рівня керівників МП забезпечити їх підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації за напрямом спеціалізацій «Інноваційний менеджмент» і «Управління проектами».

Література:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», схвалено Указом Президента України від 12.01.2015р. № 5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.president.gov.ua.
2. Копенгагенські критерії членства в Європейському союзі (довідка). [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/774>.
3. Индекс глобальной конкурентоспособности. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2018 (последняя редакция: 02.08.2018). URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info>.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Чуйко М. М., к.т.н.,

Чуйко А. М., к.т.н., с.н.с.,

*Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
м. Харків, Україна*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В УКРАЇНІ

При сучасному рівні розвитку суспільства інтернет-торгівля є невід'ємною складовою економіки більшості країн світу. Кількість здійснених операцій в даній сфері з неймовірною швидкістю зростає, що все більше впливає на світову економіку. Намагаючись мінімізувати витрати на оренду, виробники все активніше відкривають свої представництва в мережі Інтернет. І, згідно з прогнозами експертів, ринок електронної комерції буде і далі успішно відвойовувати покупців у звичайної торгівлі.

На сьогоднішній день популярність інтернет-торгівлі в Україні швидко зростає, адже цей спосіб продажів зручний і для продавців, і для покупців. І хоча торгівля продуктами харчування поки займає незначну частку в структурі інтернет-торгівлі, проте активні інвестиції в сегмент онлайн-торгівлі харчовими продуктами тривають, а великі ритейлери все частіше запускають інтернет-магазини в своїх регіонах [1].

Сьогодні ринок онлайн-замовлень продуктів харчування є новим і перспективним. Зараз мережею Інтернет в Україні користується 60% населення, з них 20% купують різноманітні товари в інтернет-магазинах. Продовольчі ж товари шляхом електронної комерції купують лише 10% користувачів. Частка продажів харчових продуктів через мережу Інтернет у великих торговельних мережах складає не більше 1-1,3% від загального товарообігу.

Учасники ринку інтернет-замовлень харчової продукції в Україні поділяються на дві категорії. До першої належать онлайн-магазини відомих мереж супермаркетів: Metro, «Ашан», «Рост» та ін. До другої категорії –