

приватного капіталу у сферу виробництва, поліпшує фінансовий стан та підвищує конкурентоспроможність малого і середнього вітчизняного бізнесу.

Лізингові компанії, як інвестиційний інститут, повинні діяти поряд з державними структурами, інвестиційними компаніями, пенсійними фондами, іпотечними банками. Їхні дії повинні бути взаємопов'язані для досягнення кращого результату на шляху до економічного зростання.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Марценюк-Розарьонова О. В. Проблеми лізингових відносин на сучасному етапі та шляхи їх подолання / О. В. Марценюк-Розарьонова, С. В. Зарубенко // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – Випуск 2(64). – Т. 1. – С. 77-82.
2. Андріасова І.В. Роль банків у розвитку лізингу// Бізнес і банки. – 2012. – № 20. – С. 20-28.
3. Буянов В.П. Особливості лізингу в сучасних умовах розвитку малого підприємництва // Українське підприємництво. 2012. – № 6. – С. 95-101.
4. Воронін М. Лізингові операції // Економіка і життя. – 2012. – № 38. – С. 5.
5. Валькович І. І. Розвиток лізингових відносин в Україні / І. І. Валькович – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-112/mechanism-of-regulation-of-the-economy-112/12491-112-208>.

**Опанасенко Л. О.**

аспірант

кафедри економічної теорії

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»,*

молодший науковий співробітник

*Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики  
м. Київ, Україна*

### **МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

Національний підприємницький сектор є фундаментом економіки, що забезпечує роботою більше 8 млн. українців (близько 50 % зайнятого населення), з яких 1,7 млн. осіб працюють на великих підприємствах, понад 2,6 млн. – у суб'єктів середнього підприємництва та понад 3,8 млн. осіб – у суб'єктів малого підприємництва. Виходячи із світового досвіду і практики, найголовнішою ознакою економіки є наявність оптимального співвідношення малого, середнього і великого бізнесу. Функціонування в економіці різноманітних форм малого підприємництва дозволяє реалізувати самі принципи конкурентності і свободи господарської діяльності, оскільки для малого бізнесу конкурентні умови є інституційним середовищем. Досвід розвинених країн другої половини ХХ століття показав, що піднесення сектору МСП є важливим фактором розвитку національного конкурентного середовища. Малий бізнес в ринковій економіці виступає в ролі основного сектору, який визначає темпи росту ВВП. Всі розвинуті країни активно підтримують сектор малого бізнесу, так як від нього залежить структура і обсяг ВВП. У розвинених країнах із ринковою економікою на малий бізнес припадає 60 – 70 % ВВП [1]. Наприклад, малий бізнес США надає вдвоє

більше робочих місць, ніж середній і великий бізнес разом взяті, у ньому вдвоє більше нововведень освоюється [1; 2]. В Канаді, Великобританії і Німеччині на долю малого бізнесу припадає 60-70 % від загального виробництва країни [3]. При цьому за деякими критеріями (наприклад, з точки зору самозайнятості населення) переважати має саме малий бізнес з причини своїх переваг. Так, малі підприємства більш динамічні, вони швидше і ефективніше реагують на зміни в регуляторному середовищі, як в період росту, так і в кризовий час. Малий бізнес часто грає роль інструменту для усунення диспропорцій на окремих товарних ринках. Створення нових робочих місць, розвиток добросовісної конкуренції, швидке насичення ринку товарами і послугами, запровадження інновацій, – все це сприяє розвитку внутрішнього ринку в державі завдяки малому бізнесу. Малий бізнес за своєю природою постійно змагається за споживача, тобто привносить неоціненний внесок у розвиток конкурентного середовища. Таке змагання серед учасників дозволяє розглядати малий бізнес як основного втілювача досягнень НТП. Наприклад, у США на малий бізнес припадає більше 50 % науково технічних розробок і інновацій [3]. В окремих випадках сектор малого бізнесу може скласти конкуренцію великому бізнесу, який прагне максимізувати ринкову владу на внутрішньому і зовнішньому ринках. В умовах конкуренції та з метою досягнення якісно нового рівня життя населення мале підприємництво є невід’ємним сектором розвиненої ринкової економіки. Відтак, результативність, з точки зору суспільного добробуту, функціонування малих підприємств значною мірою залежить від створення для них недискримінаційних правил гри (важливим є доступ до інформації, кредитних ресурсів тощо). В ефективному розвитку малих підприємств насамперед зацікавлені територіальні громади, тому що: 1) велика частка цього сектора економіки орієнтована на місцевий ринок; 2) збільшення кількості суб’єктів малого підприємництва сприяє створенню нових робочих місць, що вирішує проблему безробіття в адміністративно-територіальних одиницях, а це, в свою чергу, сприяє появі нових ринків, розвитку національного конкурентного середовища; 3) разом із зростанням кількості малих підприємств та підприємців збільшуються обсяги виробництва, а отже, зростають податкові надходження до місцевих бюджетів.

Сьогодні домінуюча роль в економіці України належить сектору малого та середнього підприємництва (МСП), який за структурними характеристиками відповідає світовій, насамперед європейській, практиці. Так, частка МСП в обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) була на рівні 63,0 %. Загальною тенденцією є посилення економічного потенціалу середнього та великого підприємництва при зниженні ролі малих та мікропідприємств за більшістю видів економічної діяльності. Враховуючи стратегічну ціль – якнайшвидше відновлення економіки України – одним із державних пріоритетів має стати стимулювання розвитку малого підприємництва у регіонах, завдяки чому стає можливим досягнення завдань соціально-економічного розвитку як регіонів, так і країни в цілому: створення нових робочих місць, що сприятиме зменшенню соціальної напруженості та досягненню соціальної стабільності у суспільстві; підвищення рівня доходів (а отже, зростання показників добробуту населення та його платоспроможності); формування на місцевих ринках динамічного конкурентного середовища щодо пропозиції товарів та послуг, підвищення їх якості; поживлення економічної активності у регіонах; збільшення надходження

капіталу до регіональної економіки; впровадження інноваційних та енергозберігаючих технологій; зрештою формування середнього класу. Малі і мікропідприємства на сьогодні складають більшість від загальної кількості суб'єктів господарювання [4; 5]. У 2016 році кількість малих підприємств зменшилась і становила 88,8 % рівня 2015 року; 89,7 % рівня 2014 року; 77,9 % рівня 2013 року; 84,6 % рівня 2012 року. Порівняно з 2015 роком показник темпу приросту для малих підприємств склав – 0,11, з них для мікропідприємств становив – 0,13. Загалом цей показник був від'ємним майже за всіма видами економічної діяльності. Суттєвий вплив на розвиток малого підприємства в умовах розвинутої конкуренції можуть чинити інновації та інноваційний розвиток. Вважається, що інноваційно-активними здебільшого є великі підприємства. Інноваційний розвиток підприємств залежить, в першу чергу, від науково-технічної діяльності (нею займаються лише 8 % підприємств, у тому числі і малі підприємства) і освіти (всього 1 % загальної кількості підприємств). Такі низькі значення показника свідчать про необхідність створення в державі належних недискримінаційних умов для інноваційного розвитку підприємства. Саме в інноваційній сфері можливим є співробітництво малого і великого підприємства. Будучи новаторським за своєю природою, мале підприємство в значній мірі визначає здатність економіки до інновацій, її інноваційний потенціал, рівень застосування нововведень, а його кооперація з великим бізнесом в інноваційній сфері працює на користь довгострокових завдань національного сталого розвитку за рахунок здобуття ними технічних, технологічних та організаційних переваг. Крім того, за даними державної статистики, малий та середній бізнес в Україні зараз займає 99 % всього внутрішнього ринку. Цифра вражаюча, але фактично пуста: велика частина зареєстрованих підприємств не діючі, ще частина працює для реалізації потреб великих бізнес-структур. Тож відсоток реальних діючих малих та середніх підприємств залишається невідомим. Виходом з цієї кризової ситуації є створення прозорих недискримінаційних правил для сектору МСП: чим більше буде відкрито МСП – тим скоріше вирішуватиметься проблема безробіття, тим на більші податкові відрахування зможе розраховувати держава у майбутньому. Також у цьому питанні велику роль відіграє культура підприємництва в Україні, яка включає загальноприйняті етичні засади ведення бізнесу та підприємницької діяльності, принципи партнерських відносин з владою тощо. За результатами ряду досліджень встановлена позитивна кореляція між МСП і економічним зростанням. МСП зменшують рівень безробіття, збільшують рівень інновацій в економіці, підвищують конкурентоспроможність в національній економіці [6; 7].

Отже, розвиток малого підприємництва в Україні, зокрема ліквідація суттєвих перешкод для нормального його функціонування є важливою запорукою розвитку вітчизняної економіки і сприятливого конкурентного середовища. Адже, негативні тенденції зменшення суб'єктів господарювання у 2016 році свідчать про несприятливий регуляторний вплив держави і нездатність малого підприємництва позитивно впливати на покращення національного конкурентного середовища.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гришина Н.В. Підвищення ефективності використання потенціалу малого підприємництва у забезпеченні стійкого економічного зростання [Текст] : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Гришина Наталія Володимирівна; НАН України, Ін-т проблем ринку та екон. – екол. дослідж. – Одеса, 2016. – 21 с.

2. Карлін М.І. Стимулювання розвитку підприємництва в країнах Європейського Союзу: досвід для України / М.І. Карлін // Історія народного господарства та економічної думки України. – 2015. – Вип. 48. – С. 158-167.

3. Самаєва Ю. Потенціал малого бізнесу? Спасибі, не цікавить [Електронний ресурс] / Ю. Самаєва. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://dt.ua/macrolevel/potencial-malogo-biznesu-spasibi-ne-cikavit-.html>.

4. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/osp\\_u/osp\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/osp_u/osp_u.htm).

5. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами (2010–2016 рр.) [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/osp\\_u/osp\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/osp_u/osp_u.htm).

6. Индекс экономической политики в сфере МСП. Страны Восточного партнерства. [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [http://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2016/03/SME\\_Policy\\_Index\\_Eastern\\_Partners\\_2016\\_Russian-1.pdf](http://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2016/03/SME_Policy_Index_Eastern_Partners_2016_Russian-1.pdf).

7. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва (МСП) в Україні. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (Мінекономрозвитку). [Електронний ресурс] // Проект постанови Кабінету Міністрів України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=29c94bc5-77f2-44af-bbf45f13e382a3b2&title=ProektPostanoviKabinetuMinistrivUkrainiproZatverdzhenniaStrategiiRozvitkuMalogoISerednogPIDprimnitstvaVUkrainiNaPeriodDo2020-Roku>.

**Передерко В. П.**

доцент кафедри туризму,

*Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу,*

начальник відділу туризму управління  
міжнародного співробітництва,  
євроінтеграції, туризму та інвестицій

*Івано-Франківської облдержадміністрації  
м. Івано-Франківськ, Україна*

## **МОБІЛЬНИЙ ЗВ'ЯЗОК – ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ОБЛІКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОТОКІВ. ЧАСТИНА 4. СЕЛА І СЕЛИЩА (НА ПРИКЛАДІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Туризм є економічною категорією, тому статистичні дослідження проводять для з'ясування його впливу на економіку країни, її платіжний баланс, визначення стратегічних напрямків розвитку туристичної та супутньої інфраструктури, організації маркетингових заходів з метою просування туристичного продукту до потенційних споживачів. У 2010 році в UNWTO презентували документ, який розглядає доцільність використання неофіційних джерел даних для збору і обробки статистичної інформації, зокрема до них відносять ринкові дослідження різних секторів економіки, дані кредитних карток, операторів зв'язку, аеропортів, маркетингові дослідження, статистику сайтів, соціальних мереж тощо.

Проблемам територіальної і соціальної мобільності населення присвячено багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Вагомі дослідження з цієї проблематики представлені іменами таких науковців: О. Грішнєвої, М. Долішнього,