



ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АПК В УКРАЇНІ

УДК 631:115. (1.6.7)

ЗБАРСЬКИЙ В.К., д-р екон. наук

Національний університет агроресурсів і природокористування України

ВАРЧЕНКО О.М., д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

КАНІНСЬКИЙ М.П., канд. екон. наук

ННЦ "Інститут аграрної економіки"

ЯНИШИН Я.С., канд. екон. наук

Львівський національний аграрний університет

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА: ПОГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ

Викладена теорія і практика розвитку малого підприємництва в Україні з виокремленням малого підприємства та дослідженням місця і ролі його в підвищенні рівня зайнятості населення країни в ринковій економіці.

Ключові слова: мале підприємство, ринкові економіка, рівень зайнятості, гігантоманія, адміністративно-командна система.

Чільне місце в програмі переходу економіки України до ринку відводиться розвитку підприємства, в тому числі невеликих самостійних підприємств. Ті функції, які малі підприємства виконують в ринковій економіці, достатньо добре відомі спеціалістам. Водночас серед більшості економістів і керівників підприємств і галузей економіки вкоренилася думка про малі підприємства як технічно відсталі, які, просто кажучи, заважають успішному розвитку економіки.

Гігантоманія – найхарактерніша риса адміністративно-командної системи. Ця система породила правило: чим менше об'єктів управління в основній ланці, тим простіше управляти; чим менше підприємств, які випускають однорідну продукцію, тим легше планувати і розподіляти її з центру. У відповідності з принципами централізованого планово-розподільчого управління сформувалася і організаційна структура суспільного виробництва, яке спиралося головним чином на крупні вузькоспеціалізовані підприємствами.

Під цю "психологію" підганялися і наші оцінки малого бізнесу у розвинутих країнах світу. Словом, українська наука відводила дрібному бізнесу другорядну роль в економічному житті суспільства.

Проте це далеко не так. Сектор дрібного підприємництва виконує досить важливі функції в економіці розвинутих країн. По-перше, він забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, створює глибоку спеціалізацію і розгалужену кооперацію виробництва, без яких неможлива його висока ефективність. По-друге, він здатний не тільки швидко заповнювати утворені ніші у споживчій сфері, але й порівняно швидко окупатися, застосовуючи іноді найсучасніше обладнання і технології. По-третє, дрібний бізнес створює необхідну для ринку атмосферу конкуренції, різноманітність форм, які швидко виникають і зникають, проявляє готовність миттєво відреагувати на будь-які зміни ринкової кон'юнктури. По-четверте, (а це, принаймні, найголовніше), він створює те середовище і дух підприємництва, без яких жодна ринкова економіка, побудована, перш за все, на особистій заінтересованості й ініціативі виробників, неможлива. І насамкінець, мале підприємство – це робочі місця для багатьох верств населення країни (табл. 1 та рис.1).

Дані рис.1 свідчать про те, що за останні роки у малому бізнесі нашої країни зайнятий майже кожний п'ятий працівник.

Аналіз визначень сутності поняття "мале підприємство" дозволив характеризувати його як особливий тип господарської діяльності, суб'єкти якого поєднують дві головних узагальнюючих якісних характеристики – суміщення в одній особі власника і безпосереднього керівника фірми, а також інноваційний характер та підвищений рівень господарського ризику, що має місце на всіх стадіях підприємницької діяльності.

Таблиця 1 – Основні показники розвитку суб'єктів малого підприємництва за регіонами у 2008 р.[1]

Регіон	Суб'єкти малого підприємництва – всього*			У тому числі				
	загальна кількість суб'єктів, тис. од.	зайнято працівників, тис. осіб	обсяг реалізованої продукції, млн грн	Малі підприємства			Фізичні особи-підприємці	
				всього, тис.	зайнято працівників, тис. осіб	обсяг реалізованої продукції, млн грн	частка у загальній кількості зайнятих, %	частка у обсязі реалізації продукції, %
Україна – всього	2507,7	5544,7	520730,9	261,2	1864,0	336978,0	66,4	35,3
Лісостеп – всього	838,7	1827,1	163388,6	80,2	582,0	97592,6	68,1	40,0
у т.ч.: Черкащина	70,0	157,0	14992,8	6,5	52,0	7895,1	66,9	47,1
Степ - всього	1183,4	2563,7	273434,9	125,8	882,8	191004,8	65,6	30,0
у т.ч.: Миколаївщина	89,9	168,3	15322,8	8,8	57,4	10203,7	65,9	33,4
Полісся - всього	485,5	1153,9	83907,4	55,2	399,2	48380,6	65,4	42,4
у т.ч.: Житомирщина	72,1	155,2	11582,2	6,3	53,5	6360,7	65,5	45,1
Крім того області:								
– Ів.-Франківська	70,8	150,3	10872,9	7,7	44,7	5440,2	60,0	50,0
– Закарпатська	70,7	139,8	10483,6	7,6	41,9	4618,3	70,0	56,0
Чернівецька	64,3	124,0	7237,6	4,4	29,5	3420,2	76,2	52,8

Розрахунки автора; *без суб'єктів підприємництва міст Києва та Севастополя

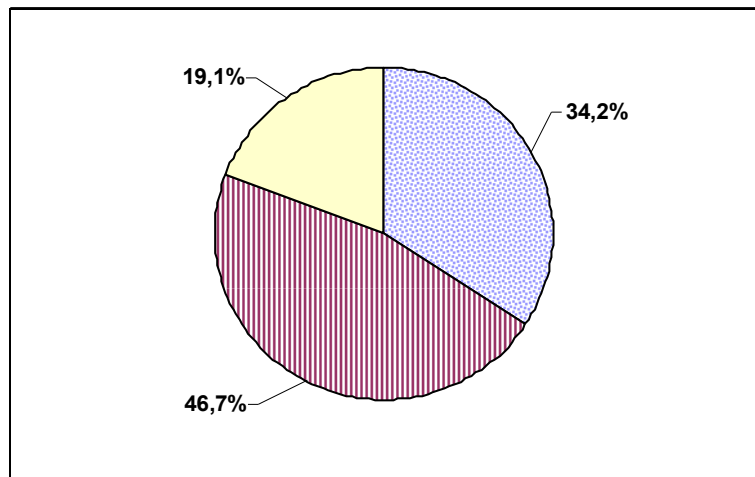





Рис. 1. Структура підприємств за середньорічною зайнятістю працівників у 2007-2008 рр., %

Умовні позначення:  – великі підприємства;  – середні підприємства;  – малі підприємства

Розрахунок автора.

Співвідношення ролей великого і малого бізнесу у світовій практиці інноваційних процесів характеризується, по-перше, концентрацією наукових досліджень у великих компаніях; по-друге, генеруванням у малому бізнесі значної кількості радикальних інновацій, які вплинули на розвиток розвинених країн світу; по-третє, доведення створених малим бізнесом інновацій до масового виробництва великими компаніями шляхом утворення на основі невеликої фірми потужної корпорації або його продукт захоплює вже існуюча велика компанія.

З 2000 до 2009 рр. збільшилася сума витрат на інновації, проте це явище не є показовим, оскільки суттєво зросли ціни на придбання нових технологій, підготовку виробництва для впровадження інновацій, придбання відповідних машин та обладнання тощо. На підтвердження можна навести той факт, що у 2008 р. обсяг виконаних наукових і науково-технічних робіт у фактичних цінах збільшився майже у 8 разів, проте частка їх у ВВП країни зменшилася з 1,36% у 2000 р. до 0,9% у 2008 р. (табл. 2).

Таблиця 2 – Обсяг виконаних наукових і науково-технічних робіт в Україні

Рік	Всього, у фактичних цінах, млн грн	У тому числі				Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП, %
		фундаментальні дослідження, млн грн	прикладні дослідження, млн грн	розробки, млн грн	науково-технічні послуги, млн грн	
1996	1263,4	140,6	321,6	606,9	42,6	1,36
1997	1269,0	188,5	309,2	693,7	72,0	1,35
1998	1578,2	205,5	297,5	682,8	83,2	1,24
1999	1978,4	220,5	330,4	918,6	108,7	1,21
2000	2275,0	266,6	436,7	1106,3	168,8	1,16
2001	2496,8	353,3	304,9	1317,2	299,6	1,11
2002	3319,8	424,9	343,6	1386,6	341,7	1,11
2003	4112,4	491,2	429,8	1900,2	498,6	1,24
2004	4818,6	629,7	573,7	2214,0	695,0	1,19
2005	5354,6	902,1	708,9	2406,9	800,7	1,09
2006	6700,7	1141,0	841,5	2741,6	630,5	0,98
2007	8538,9	1504,0	1132,6	3303,1	761,0	0,93
2008		1927,4	1545,7	4088,2	977,7	0,90

Джерело: Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Дрібні підприємства, на наш погляд, найдуть своє місце в умовах прискорення науково-технічного прогресу, переходу до нових технологій у передових галузях реальної економіки. Вони представлятимуть собою органічний елемент всієї системи, забезпечать роботу з новими інформаційними технологіями, новими ідеями і модернізацією виробництва. Дрібні підприємства є також оптимальною формою виробництва в умовах підвищеного ризику.

Таким чином, малі підприємства і все, що пов'язане з їх діяльністю, складають важливий і органічний елемент організаційної структури сучасного суспільного виробництва. Це давно зрозуміли у розвинутих країнах світу. Тому дрібному бізнесу відводиться важливе місце в економіці і надається вагома державна підтримка¹.

Дійсно, ризик виведення на ринок абсолютно нового продукту належить малому підприємству, яке є головним джерелом інноваційного зростання економіки, оскільки малий бізнес готовий до жорсткої боротьби за споживача. Важливу роль у підтримці приватного інноватора, крім держави, яка має забезпечити однакові умови у разі виходу на ринок, починає відігравати венчурний капітал, який підтримує підприємця не тільки фінансово, а й за допомогою консалтингу. Саме венчурний капітал виконує роль кредитора, надаючи позику на розробку та комерціалізацію інновацій, що створює новий ринок, нові робочі місця та забезпечує піднесення економіки².

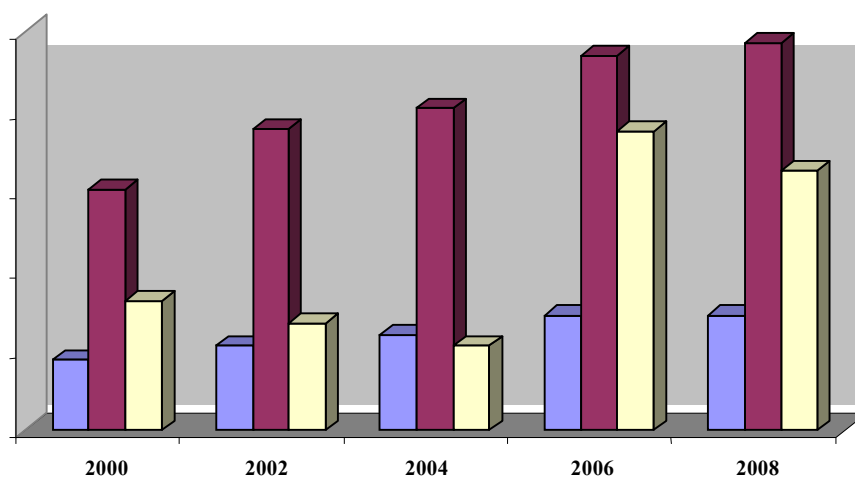
Що ж називати малим підприємством? Однозначних визначень світова практика не знає. Здебільшого для визначення розміру підприємств використовують такі показники, як чисельність зайнятих в них працівників, вартість основного капіталу, обсяг продаж. Проте межі такого водорозділу між дрібним і великим виробництвом досить умовні². Згідно з Господарським кодексом України, малі підприємства – юридичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми господарювання, в яких середньооблікова кількість працюючих за звітний період не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізованої продукції (робіт, послуг) за цей же період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні. Тому в різних країнах приймаються неоднакові критерії визначення розмірів малих підприємств, і перш за все, за їх чисельністю. У США ця межа обмежена 500-ма особами зайнятих, в Японії – 300. Крім того, граничні розміри підприємств, які можуть бути віднесеними до малих і розраховувати на особливі пільги, диференціюються по окремих галузях. Цілком очевидно, що розміри малого підприємства за чисельністю працюючих в торгівлі повинні бути значно меншими, ніж, наприклад, у будівництві. Очевидно, такий же підхід доцільно використовувати і в нашій країні під час підготовки законодавства про малі підприємства. За нинішніх умов до суб'єктів малого підприємництва мають бути додатково віднесені "неофіційні" носії підприємницького статусу, суб'єкти певних видів діяльності домогосподарств, власники фермерських та особистих селянських господарств. Відповідно, регулювання їх діяльності має здійснюватися в межах реалізації державної політики підтримки малого бізнесу, але водночас принципова відмінність основної мети комерційних і некомер-

ційних організацій сфери малого підприємництва вимагає впровадження різних за базовими принципами варіантів їх регулювання.

По-перше, регулювання являє собою поєднання форм і методів, які здійснюють органи державного управління для досягнення поставленої мети, тобто активізації розвитку малого підприємництва. По-друге, для ефективного розвитку малого підприємництва необхідна добре розгалужена інфраструктура, оскільки вона забезпечує взаємозв'язки між елементами ринкового середовища.

Про важливість розвитку малого підприємництва і малих підприємств в нашій країні серйозно заговорили тільки останнім часом у зв'язку із проблемою насичення споживчого ринку товарами і послугами. І все-таки до кінця важливість цієї проблеми для переходу до ринку не усвідомлена не тільки спеціалістами і керівниками підприємств та галузей реальної економіки, але й багатьма економістами (рис. 2).

Разом з тим, у США, наприклад, із 19 млн різних самостійних фірм понад 90% становлять дрібні. В Японії із 10 млн самостійних компаній, що належать до малих і середніх підприємств, 99% також належать до сектору малого бізнесу. На частку цього сектору в США припадає близько 50% ВВП країни, а в Японії – понад 50%. У США дрібні фірми дають близько половини приросту всього валового внутрішнього продукту і 2/3 заново створених робочих місць.



Умовні позначення:

- – кількість малих підприємств на 100 тис. осіб наявного населення, одиниць;
- – частка найманих працівників на МП у загальній кількості найманих працівників на підприємствах – суб'єктах підприємництва, %;
- – частка МП у загальному обсязі реалізованої продукції, послуг, робіт, %.

Рис. 2. Динаміка основних показників розвитку малих підприємств (МП) України, 2000-2008 р.

Розрахунки автора. Джерело: Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

В українському аграрному секторі із 58387 діючих сільськогосподарських підприємств за організаційно-правовими формами господарювання 78,9% приходить на малі підприємства за показником зайнятих працівників (до 50 осіб), і 59,7% підприємств мають розміри земельних угідь до 100 га на підприємство, а їх частка в загальному обсязі виробництва не перевищує 10%. Крім того, в аграрному секторі функціонує близько 16 тис. малих підприємств, які виконують сервісне обслуговування основного виробництва та надають послуги сільському населенню. Як бачимо, це в багато разів менше того, що створила ринкова економіка у розвинених країнах. Обмежена кількість об'єктів управління в основній ланці – це прямий наслідок адміністративної системи. Якщо ж врахувати, що значна частина малих підприємств включена до складу різних об'єднань або інших крупних структур, то кількість самостійно діючих суб'єктів виробництва в 3-4 рази менше названої цифри. Все це породило і невидиму монополізацію виробництва. Її масштаби в нашій економіці величезні³.

Малі підприємства здатні швидко вирішити багато проблем стабілізації споживчого ринку, чого не зможуть зробити великі підприємства; забезпечити конкурентний характер виробництва і його демократизацію. Ці підприємства повинні стати певним амортизатором під час переходу на ринкові методи великих підприємств. Насамкінець, вони будуть основою для формування самостійного ринкового середовища і підприємництва. Невеликі підприємства здатні досить швидко виникати і розвиватися, і поступово витісняючи залишки адміністративної системи, сприяти формуванню єдиної ринкової економіки країни.

У найближчі роки необхідно створити велику кількість малих підприємств у всіх сферах економіки. Це має стати головним на сучасному етапі переходу до ринку. І у нас в аграрному секторі вже є певні ринкові структури, представлені малими товаровиробниками.

Крім того, в аграрному секторі країни (сільському господарстві, будівництві, торгівлі тощо) налічується досить велика кількість підприємств, які за своїми розмірами можуть бути віднесеними до малих підприємств. Необхідно зазначити місце і роль приватних підприємств, які повинні отримати саме широке розповсюдження в торгівлі, виробництві товарів народного споживання, переробці сільськогосподарської продукції, будівництві і в ряді інших галузей сільських поселень. Це дозволить вирішувати багато проблем, які тепер заганняються всередину і призводять до порушення законів і переведення нормальних по суті в умовах ринку економічних відносин у тіньові. Можливості швидкого виникнення і нарощування обсягів виробництва продемонстрували кооперативи. Їх позитивний і негативний досвід, безумовно, слід врахувати для створення і розвитку малих підприємств. Для того щоб малі підприємства розвивалися швидко і ефективно, змогли у найближчі 1,5-2 роки створити стійкий сектор ринкової економіки, вирішити багато складних проблем перехідного періоду, вони повинні мати незалежно від форм власності однакові принципи оподаткування, ціноутворення, матеріально-технічного забезпечення, фінансового обліку і контролю і не бути підлеглими вищим органам. Однією з головних умов успішного розвитку цієї сфери – простота організації малих підприємств. Організація малих підприємств не повинна вимагати численних ходінь по інстанціях, дозволів і віз. Але вся наступна діяльність нового підприємства має жорстко контролюватися умовами ринку, конкуренцією, громадськими і державними організаціями. Одночасно з переходом до розвитку підприємництва в країні повинна діяти чітка і комплексна система фінансового контролю і обліку їх діяльності. Виникає питання: чи потрібні які-небудь пільги для невеликих підприємств і сфери дрібного підприємництва? На це питання можна відповісти тільки стверджувально. Це пов'язане з тим, що малим підприємствам властиві такі особливості, як мінімальні розміри власного капіталу, чутливість до коливання кон'юнктури ринку, необхідність діяти в умовах жорсткої конкуренції, підвищений ризик, особливо в нових сферах діяльності. До того ж малі підприємства мають масу перешкод в період свого становлення. Враховуючи ці особливості, в багатьох розвинутих країнах класили спеціальні системи підтримки малого бізнесу.

Уряди цих країн вважають, що малий бізнес має бути доступним широкому колу людей, тому в цих країнах діють розгалужені системи матеріальної та інформаційної підтримки починаючих дрібних підприємців. При цьому дух підприємництва насаджується буквально зі шкільної парті.

Враховуючи ту важливу роль, яку малі підприємства повинні відіграти під час переходу до ринку, необхідна система пільг для підтримки малого бізнесу і в нашій країні.

Пільги бувають подвійного характеру. Це або пільгове оподаткування доходів або прибутку, або механізм надання цільових субсидій, дотацій, фінансових гарантій, системи страхування ризиків і звичайного страхування тощо. У США, наприклад, дрібне підприємництво не користується будь-якими спеціальними податковими пільгами на державному рівні, проте підтримується фінансовими гарантіями і спеціальними субсидіями. А у Великобританії і Японії передбачені знижені ставки прибуткового податку для малих і середніх компаній.

Безумовно, і за умов нашої економіки на ринку всі повинні бути рівними. Перевагу може бути надано лише тим підприємствам, які підпадають до розряду малих. Фінансові пільги слід надавати, перш за все, фондомістким виробництвам, які вимагають достатньо тривалого часу для свого будівництва і освоєння потужностей. А ось для кооперативів чи інших малих підприємств, які працюють у сфері інформатики, консультативних послуг, де не вимагається використання великих виробничих фондів, а також тих, які входять до галузей зі швидкою окупністю інвестицій, такі пільги передбачати не потрібно. Що стосується ціноутворення, то, вочевидь, ці питання повинні вирішуватися в межах загального підходу під час впровадження ринкових відносин. Проте основна маса продукції, що виробляється на малих підприємствах, повинна все-таки про-

даватися за вільними ринковими цінами. Тут можливе лише встановлення або верхніх меж цін (зівставних, наприклад, зі світовими), або великих податків на надприбутки. Тільки в таких випадках будуть створені реальні стимули для швидкого становлення і розвитку невеликих підприємств. Досить непростою є проблема матеріально-технічного забезпечення. Формально за умов ринку підприємства повинні самі вирішувати питання матеріального забезпечення і збуту, використовуючи механізм оптової торгівлі і маркетингу. Проте печальний досвід кооперативів показує, що позбавлені, особливо на перших етапах свого становлення, основних ресурсів для створення нормальної матеріально-технічної бази виробництва продукції і послуг, вони вимушені були або використовувати незаконні методи добування сировини, матеріалів і обладнання, або ж згортати виробництво. Тому досить важливо на першому етапі розвитку малих підприємств організувати їх матеріальне забезпечення основними матеріалами і обладнанням через спеціальні державні або комерційні оптові і дрібнооптові організації.

Необхідно відмітити, що за кордоном систему дрібного підприємництва обслуговує величезна кількість комерційних банків, а також різних посередницьких і дрібнооптових організацій. Всі елементи цієї системи органічно пов'язані між собою. Розвиток прискореними темпами малих підприємств в нашій країні вимагає досить чіткої організації цього процесу. В принципі, участь в малому бізнесі повинна бути доступною і зрозумілою кожній "середній" людині.

Для стійкого розвитку малих підприємств повинні також бути створені фінансові фонди, які виконували б роль гарантів для банків, слугували б джерелами субсидій, в тому числі і безповоротних, для розвитку підприємств в особливо пріоритетних сферах економіки⁴.

Значний інтерес має організація фінансування організації і діяльності малих підприємств. Ця система передбачає пряме використання засобів державного бюджету, а також засобів із місцевих бюджетів. У практиці західних країн виділені із бюджету кошти надаються малим підприємствам через мережу урядових або приватних фінансових організацій, які функціонують на комерційних засадах. Надання засобів носить переважно поворотний характер. Такий порядок забезпечує ефективне використання бюджетних ресурсів, дає змогу здійснювати цілеспрямоване кредитування тих сфер діяльності, які одержують пріоритет з врахуванням загальнодержавних або регіональних позицій. Наприклад, в США засоби державного бюджету, які виділяються на субсидування діяльності малих підприємств, порівняно невеликі. Вони використовуються, головним чином, для забезпечення гарантій і компенсацій комерційним банкам, які надають кредити малим підприємствам здебільшого під більш низькі відсотки, коли дрібні підприємці збираються розгорнути нову справу, або ж здійснюють технічне переозброєння виробництва.

В Японії засоби малим підприємствам надаються спеціальними фінансовими компаніями. Ці засоби розподіляються, перш за все, по пріоритетних напрямках діяльності і видаються на строк до одного року. Комерційний кредит в Японії малим підприємствам надають приватні банки на досить жорстких умовах, і відсоткові ставки тут не нижчі, а часом і вищі ніж для великих підприємств. Проте ця система кредитів забезпечується системою гарантій і страхувань, що організується на регіональному рівні.

Слід відзначити, що система фінансової підтримки достатньо відпрацьована. Вона поєднує широкі можливості одержання гарантованих кредитів, займів або позик переважно на зворотній основі за чіткого контролю, який здійснюється з боку як кредитних організацій, так і системи державних органів, які безпосередньо забезпечують підтримку малих підприємств.

Для стійкого розвитку малих підприємств в нашій країні необхідно створити централізовані і регіональні фінансові фонди, які виконували б роль гарантів для банків, а також слугували джерелами субсидій, в тому числі і безповоротних, для розвитку підприємств в особливо пріоритетних сферах економіки.

Доцільно в систему державної підтримки включати також створення спеціальних «інкубаторів» з вирощування дрібних підприємств (така система розвинена в європейських країнах і у США). Цей «інкубатор» виглядає таким чином: на виробничих площах, що належать державі або орендованих державою, малі підприємства можуть одержати за невисоку орендну плату необхідні площі, обладнання і навіть централізовані бухгалтерські і управлінські послуги. Все це досить важливо в початковий період їх діяльності. І цим малі підприємства користуються до тих пір, поки вони не піднімуться на ноги і не зможуть самостійно придбати або орендувати необхідні виробничі площі і виконувати всі функції своєї господарської діяльності. Такі «інкубатори» особливо

популярні у разі налагоджування випуску нової продукції, в тому числі товарів народного споживання, і особливо під час здійснення нових перспективних технічних проектів.

Велику роль у становленні малих підприємств має відіграти підтримка їх діяльності на регіональному рівні. Заохочення їх діяльності і розвитку може бути здійснено перш за все за рахунок зниження податкових ставок на ту частину прибутку, яка надходить до місцевого бюджету. Крім того, із фінансових джерел, які формуються на регіональному рівні, малим підприємствам можуть надаватися пільгові кредити комерційних банків з компенсацією із регіональних фондів, а також субсидії на вдосконалення технології або інші цілі, різні диференційовані податкові знижки. Малі підприємства особливо чутливі до різних непередбачуваних ситуацій, які можуть виникнути в результаті різкої зміни кон'юнктури, неплатоспроможності контрагентів або стихійного лиха. Тому у розвинених країнах використовується добре розгалужена і налагоджена система їх страхування. Таку систему страхування необхідно створити і у нас в країні. Вона повинна гарантувати нормальні умови розвитку малих підприємств, особливо в тих сферах, де є великий комерційний ризик, створити необхідну стабільність і упевненість у підприємців, які ризикують власним або залученим капіталом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Збарський В.К., Канінський П.К. Теоретичні аспекти підприємництва // Вісник Сумського НАУ. Вип. 1, 2009. – С. 171-178
2. Збарський В.К. Інноваційна направленість малого підприємництва // Науковий вісник НАУ. – 2008. – Вип. 131. – С. 207-212; Збарський В.К., Грабовський Д.О. Розвиток малого підприємництва України: погляд на проблему // Агроінком. - № 5-6. – 2007. – С. 51-60
3. Збарський В.К., Канінський П.К. Особливості функціонування малого підприємництва в сільських поселеннях // Вісник Білоцерківського ДАУ. Вип. 45. – Б. Церква. – 2007. – С. 5-13
4. Збарський В.К. Розвиток малого підприємництва в агропродовольчому комплексі України // Агроінком. – № 5-6. – 2008. – С. 56-63; Збарський В.К., Збарська А.В. Сім'я і домогосподарство – соціально-економічні ланки суспільства. – К.: РВПС, 2009. – С.209-215

Малые предприятия: взгляд на проблему

В.К. Збарский, О.М. Варченко, Н.П. Канинский, Я.С. Янишин

Изложена теория и практика развития малого предпринимательства в Украине с выделением малого предприятия, исследованием его места и роли в повышении уровня занятости населения страны в рыночной экономике.

Ключевые слова: малое предприятие, рыночная экономика, уровень занятости, гигантомания, административно командная система.

Small enterprises: views on the problem

V.Zbarskiy, O.Varchenko, N.Kaninskiy, Y.Yanyshyn

The theory and practice of small business development in Ukraine is given. The research of its position and role in the increase of population employment in the market economy is given.

Key words: small enterprise, market economy, employment level, giantomania, command system

УДК 631.147

ДУДАР Т.Г., д-р екон. наук, професор, член-кореспондент УААН

ДУДАР О.Т., аспірантка

Тернопільський національний економічний університет

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ТОВАРОПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО СПОЖИВАЧІВ

Проаналізовано теоретичні аспекти маркетингу продукції органічного походження на агропродовольчому ринку України. Обґрунтовано шляхи розвитку каналів просування органічної продукції внаслідок стимулювання попиту споживачів на внутрішньому ринку, організації виробництва та переробки органічної продукції, створення переробних та збутових кооперативів для активізації споживання органічних продуктів.

Ключові слова: органічне агровиробництво, органічна продукція, маркетинг, маркетингова діяльність, канали збуту продукції, стимулювання попиту споживачів, збутові кооперативи.