

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньо-професійною програмою
«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: **«СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ
ТОРГІВЛІ НЕПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ В УКРАЇНІ»**

Виконавець:

студентка ФЕУП

Здоровець Карина Валеріївна _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Клевцевич Наталія Анатоліївна _____

Одеса – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку економіки України більше 95 % складають малі та середні підприємства, а з них найбільшою часткою є підприємства, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею. Нині торгівельне підприємництво є найрозвинутішою формою ринкових відносин. Саме тому питання розвитку торгівельного підприємництва, аналіз їх діяльності, виявлення нагальних проблем підприємств сфери торгівлі є ключовими питаннями сьогодення.

Теоретичний аспект внутрішньої торгівлі досліджували у своїх роботах такі економісти, як: П. Буагільбер, Р. Вандер-Боргт, Г. Коуз, В. Лексіс, К. Маркс, А. Маршалл, Дж. С. Міль. Д. Норт, У. Петті, В. Радаєв, П. Самуельсон, Л. Телсер, І.-Ф. Шерр, Й. Шумпетер, О. Уільямсон та інші. Дослідження теорії та практики товарного обігу, ринку і внутрішньої торгівлі проводяться також вітчизняними вченими, серед яких: О. Азарян, В. Апопій, І. Височин, А. Гальчинський, В. Геєць, Н. Голошубова, А. Мазаракі, В. Марцин, О. Пустовойт, В. Тарасевич та інші.

Торгівельне підприємництво має ряд характерних рис, а саме: відокремленість від процесу виробництва товару, низький рівень інноваційності діяльності, велика залежність від купівельної спроможності населення, від зовнішніх та внутрішніх факторів. Саме торгівельне підприємництво виступає посередником між покупцем та виробників товару. Торгівельна діяльність є найбільш чутливою до змін умов ринку, економічних криз та коливань попиту та пропозиції, тож є і найбільш уразливим видом підприємницької діяльності. За допомогою торгівельного підприємництва відбувається постійних рух різних товарів, зокрема, їх рух від процесу виробництва до сфери кінцевого споживання, тому у сутність торгівельного підприємництва покладено купівлю-продаж товарів та надання послуг.

Нині можемо спостерігати низку негативних економічних тенденцій, як світового, так і українського масштабу. Саме через уразливість торгівельного підприємництва і його вагомий внесок у національну економіку, проблема стимулювання розвитку торгівельних підприємств вимагає детального дослідження і подальшого уточнення, реалізації нових шляхів її вирішення.

Мета роботи – теоретичні та методологічні аспекти торгівельного підприємництва, надання пропозицій щодо шляхів стимулювання розвитку підприємств у сфері торгівлі непродовольчими товарами.

Для досягнення поставленої мети було поставлено наступні **завдання**:

- розглянути теоретичні основи підприємницької діяльності, виявити особливості торгівельного підприємництва, законодавчу базу його розвитку;
- проаналізувати сучасний стан торгівельного підприємництва в Україні;
- надати оцінку державній політиці у сфері підтримки підприємництва у сфері торгівлі;
- надати пропозиції щодо шляхів стимулювання розвитку підприємництва у сфері торгівлі непродовольчими товарами;
- зробити прогноз основних економічних показників діяльності підприємств оптової та роздрібною торгівлі та проаналізувати тенденції розвитку торговельного підприємництва в Україні.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методологічних аспектів торговельного підприємництва в Україні.

Об'єкт дослідження – обґрунтування шляхів стимулювання розвитку підприємств у сфері торгівлі непродовольчими товарами.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань при виконанні роботи були використані такі загальнонаукові та економіко-математичні методи, як аналіз та синтез, метод порівняння, методи індукції та дедукції, графічний метод, метод математичного моделювання тощо.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові публікації вітчизняних учених, нормативно-законодавчі акти України, місцеві та регіональні Програми розвитку підприємництва, навчальні посібники, звіти та аналітичні матеріали державних і місцевих органів влади.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (31 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок. Робота містить 9 таблиць та 11 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: Аналіз проблем впровадження інноваційної політики на торговельних підприємствах та шляхи їх вирішення в Україні.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти торговельного підприємництва як специфічного виду господарської діяльності*» розглядаються теоретичні та методологічні аспекти торговельного підприємництва, його особливості, законодавчу базу, розглянуто зарубіжний досвід підтримки торговельного підприємництва. У другому розділі «*Аналіз стану підприємництва у сфері торгівлі непродовольчими товарами в Україні*» проаналізовано стан підприємництва у сфері торгівлі непродовольчими товарами в Україні, надано оцінку державній підтримці малого та середнього підприємництва, виділено основні тенденції розвитку торговельного підприємництва в Україні. У третьому розділі «*Шляхи стимулювання розвитку підприємництва у сфері торгівлі непродовольчими товарами в Україні*» запропоновано шляхи стимулювання розвитку підприємництва у сфері торгівлі непродовольчими товарами в Україні, зроблено прогноз основних показників економічної діяльності, проаналізовано перспективи розвитку торговельного підприємництва в Україні.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджуються теоретичні, методологічні, прикладні аспекти торговельного підприємництва в Україні і зроблено наступні висновки:

1. Розглянуто теоретичні аспекти підприємницької діяльності: в умовах сьогодення, коли у світі панує ринкова економіка, категорія підприємництва стає однією з найважливіших, центральних категорій у більшості країн світу. У Статті 1

Закону України «Про підприємництво» зазначено, що: підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

2. Розглянуто теоретичні аспекти торгівельного підприємництва і виявлено його особливості, а саме: торгівельне підприємництво – це специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій. За допомогою торгівельного підприємництва відбувається постійних рух різних товарів, зокрема, їх рух від процесу виробництва до сфери кінцевого споживання, тому у сутність торгівельного підприємництва покладено купівлю-продаж товарів та надання послуг. Слід зазначити, що зміст торгівельного підприємництва полягає у товарно-грошових та торговельно-обмінних операціях.

3. Досліджено законодавчу базу торгівельної діяльності в Україні: торгівельна діяльність регулюється законами України "Про підприємництво", "Про споживчу кооперацію", "Про захист прав споживачів", "Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення", іншими актами законодавства, які визначають загальні умови заняття торговельною діяльністю, основні вимоги до торговельної мережі і торговельного обслуговування громадян, які придбають товари для власних побутових потреб у підприємств (їх об'єднань), установ, організацій незалежно від форм власності, громадян-підприємців та іноземних юридичних осіб, що здійснюють підприємницьку діяльність на території України у сфері торгівлі.

4. Проаналізувати сучасний стан торгівельної діяльності в Україні та виявлено його характерні особливості, а саме: концентрація уваги на розвиток власного бренду – на сьогодні в умовах жорсткої конкуренції саме популярність бренду знижує ризики низького попиту на продукцію, відомі бренд є менш чутливими до коливань на ринку; використання різноманітних цінових стратегій – через велику кількість негативних факторів, що впливають на попит ринку, торговельні підприємства мусять використовувати велику кількість різноманітних підходів щодо формування цінової політики, зокрема, знижки, акції тощо; зосередження уваги на зниженні операційних витрат торгових підприємств; використання сучасних нових маркетингових дослідження та PR-кампаній; активне просування бренду через мережу Інтернет; розвиток гнучкої та поліпшеної системи сервісу, який покращує взаємовідносини продавець-споживач; розвиток власного виробництва та розробка власного торговельного знаку тощо.

5. Надано оцінку державній політиці у сфері підтримки торговельного підприємництва: сьогодні проблемою підтримки малого і середнього підприємництва в Україні є недостатність прямих методів підтримки, які набули широкого використання у передових країнах світу. В Україні зосереджено увагу на створенні «підтримуючої системи», а не прямої підтримки. Зокрема, державну політику у сфері підтримки малого і середнього бізнесу регулюють такі документи як Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закон України «Про розвиток та

державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» тощо. В Україні широкого використання набув програмно-цільовий метод підтримки малого і середнього бізнесу, на місцевому та всеукраїнському рівнях. При детальному дослідженні ефективності та раціональності використання даного методу був виокремлений ряд суттєвих недоліків, а саме: нечіткість очікуваних результатів, відсутність кількісних значень досягнутих цілей; невизначеність проміжних результатів; відокремленість стратегічних і програмно-цільових підходів (програми не вписані у плани стратегічного розвитку на державних, регіональних і місцевих рівнях); різниця інтересів різних представників бізнесу, влади і органів місцевого самоврядування; націленість програм не на підтримку малого і середнього бізнесу, а на відтворення системи підтримки тощо.

6. Узагальнено головні проблеми торгівельної діяльності в Україні: нестабільність економічної та епідеміологічної ситуації у світі та у країні, спонтанність та нелогічність у запровадженні певних обмежень у діяльності підприємств; зниження купівельної спроможності, зменшення суспільного попиту на ринку; наявність суперечностей у структурі внутрішньої торгівлі, інвестиційних процесах, сфері зайнятості тощо; низький показник інноваційності торгівельного підприємництва та запровадження нових прогресивних форм торгівлі; наявність значного тіньового сектору економіки країни, що унеможлиблює детальний та об'єктивний аналіз ринку, його тенденцій, динаміки основних показників, створення прогнозу, побудову стратегій контрагентами ринку тощо; слабкість торгівельної інфраструктури; диспропорційність у забезпеченні торговими площами; наявність проблеми різниці рівня цін у різних регіонах країни, що створюють регіональну диспропорційність; зловживання панівним становищем на ринку роздрібних товарів великими торгівельними мережами, які значно завищують ціни на товари повсякденного вжитку під час політичних, соціальних криз та загостреної епідеміологічної ситуації в країні; відсутність великої кількості надійних оптових ланок та збільшення витрат через це тощо.

7. Надано пропозиції щодо шляхів стимулювання розвитку підприємництва у сфері торгівлі непродовольчих товарів, а саме:

- удосконалити Програми розвитку малого та середнього підприємництва, а саме: створити системи кількісних та якісних індикаторів ефективності запроваджуваних заходів, які б дозволили оцінити раціональність використання бюджету місцевих та регіональних органів влади; запровадити конкретні часові терміни виконання кожного завдання, яке виконується у рамках Програми, обґрунтування конкретних проміжків часу, за які необхідно зробити кроки для розвитку підприємництва; відмовитись від неефективних застарілих методів підтримки; відмовитись від створення «системи підтримки», а не прямих кроків стимулювання підприємництва; регулярно перевіряти ефективність запроваджуваних заходів через систему введених індикаторів ефективності програми, а не тільки наприкінці терміну Програми; зробити Програми гнучкими до змін, так як ситуація на ринку постійно змінюється і залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників; оцінювання результатів, неупереджений та об'єктивний аналіз результатів

запроваджуваних Програм розвитку, визначення оптимального бюджету, очікуваного результату, співвідношення вигоди та затрачуваних коштів тощо.

- створити системи із надання фінансової допомоги тим підприємствам, які тільки розпочинають свою діяльність, які займаються пріоритетними, інноваційними, малорозвиненими видами діяльності в Україні, які «пом'якшують» диспропорційність економіки, які «звужують» слабкі місця, які сприяють появі балансу в економіці, гармонізують структуру національної економічної системи. Наприклад, зниження податкового примусу, надання певних пільг, субсидій, дотацій, знижений відсоток по кредитах тощо;

- розробити системи надання цільових коштів на розвиток підприємств та запровадження технологій, що дозволяють підвищити якість продукції, оновити форми торгівлі на більш сучасні та прогресивні;

- поширити практику надання кредитів із фіксованим відсотком задля підвищення стабільності торгових підприємств, можливості розвитку та розширення діяльності тощо.

- створити системи податкових пільг для підприємства, що експортують свою продукцію за кордон. Цей крок стимулював би наші підприємства підвищувати якість своєї продукції до європейських стандартів, оновлювати устаткування та запроваджувати прогресивні новітні технології задля виходу на міжнародні ринки;

- надавати фінансові пільги для тих підприємств, що купують патенти та ліцензії закордоном та тут, в Україні, запроваджують нові інноваційні технології;

- розробити систему з покращення інвестиційного клімату в Україні, або наші підприємства мали б змогу налагоджувати зв'язки з іноземними інвесторами тощо.

8. Проаналізовано тенденції розвитку торговельної діяльності в Україні та надано прогноз основних показників економічної діяльності: характерною особливістю торговельного підприємництва є його велика залежність від несподіваних факторів, які раптово спричиняють падіння загального споживчого попиту, через що прогнозування значно ускладнюється. Можемо стверджувати, що роль торговельного підприємства в економіці нашої країни лише посилюється і якщо робити прогноз, то обсяги доданої вартості мають тенденцію до збільшення, що означає розвиток торговельного підприємництва, його прогрес, реальні перспективи використання новітніх технологій, які дозволять створювати значні обсяги доданої вартості.

Таким чином, торговельне підприємництво відіграє важливу роль у структурі вітчизняної економіки України, формує валову додану вартість, визначає позицію української економіки у світі. Вирішення наявних проблем підприємств у сфері торгівлі непродовольчими товарами та питання стимулювання розвитку торгівлі є важливими та пріоритетними напрямками досліджень, тож вимагають подальшого аналізу та уточнення.

АНОТАЦІЯ

Здоровець К.В., «Стимулювання розвитку підприємництва у сфері торгівлі непродовольчими товарами в Україні».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою

«Економіка, планування та управління бізнесом».

Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2020 рік

У роботі розглядаються теоретичні та методологічні аспекти підприємництва та торгівельної діяльності, її характерні риси. Проаналізовано сучасний стан торгівельного підприємництва в Україні, рівень його розвитку. Надано оцінку державній підтримці малого та середнього підприємництва. Запропоновано шляхи стимулювання розвитку підприємництва у сфері торгівлі непродовольчих товарів в Україні, зроблений прогноз основних показників його економічної діяльності.

Ключові слова: торгівельне підприємництво, малий та середній бізнес, державна підтримка, програми розвитку, торгівля непродовольчими товарами, прогноз, тенденції розвитку.

ANNOTATION

Zdorovets K.V., "Stimulating the development of entrepreneurship in the field of trade in non-food products in Ukraine".

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty "076" Entrepreneurship, Trade and Stock Exchanges " under the Master's program "Economics, Planning and Business Management". - Odessa National University of Economics. - Odessa, 2020

The paper considers theoretical and methodological aspects of entrepreneurship and trade, its characteristics. The current state of trade entrepreneurship in Ukraine, the level of its development is analyzed. An assessment of state support for small and medium enterprises is given. Ways to stimulate the development of entrepreneurship in the field of non-food trade in Ukraine are proposed, a forecast of the main indicators of its economic activity is made.

Key words: trade entrepreneurship, small and medium business, state support, development programs, non - food trade, forecast, development tendencies.