

К. фіз.-мат. н. Катан В. О., Швайко В. М., Шаповалова Н. І.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)
**ПРОСТОРОВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УКРАЇНІ**

Успіхи науково-технічного прогресу та глобалізація значно підвищили роль просторової складової економічної діяльності, але одночасно суттєво ускладнили традиційні зв'язки між економічним простором та економічною територією країни, зокрема, завдяки зростаючій віртуалізації економічного життя та значному відокремленню фінансового сектора економіки. Окрім того, загострення на сучасному етапі розвитку боротьби за ресурси актуалізувало значимість адміністративної визначеності території з наявними на ній економічними ресурсами, як однієї з найважливіших ознак сталості та цілісності національно відокремленої економічної системи.

Тому основним завданням даного дослідження є спроба залучити до соціально-економічного аналізу територіального розвитку підприємництва методи досліджень, що використовуються економічною географією.

Сучасна економічна географія, що виникла на основі розвитку «нової» теорії міжнародної торгівлі – комбінує ідеї традиційної регіональної та міської економіки з підходом загальної економічної рівноваги, характерним для традиційної економічної теорії. Економічна географія шукає мікроекономічні підстави, які спонукають людей і фактори виробництва розміщуватися в просторі тим чи іншим чином, описує взаємодію сил дисперсії і агломерації, що і породжує просторову неоднорідність розвитку як підприємництва, так і економіки в цілому[2].

Аналізуючи просторову диференціацію розвитку підприємництва на території України (рис. 1), варто мати на увазі такий економіко-географічний підхід, як «Центр – Периферія». На нашу думку, цей підхід є актуальним при дослідженні динаміки просторової організації підприємництва та економіки нашої держави в цілому. Така дво полюсна організація є типовою для країн з домінуванням ролі столиці по відношенню до інших регіонів. Свого часу це було властивим для СРСР і до цього часу має місце в Україні.

Для нашої держави є характерною висока концентрація підприємств (85163) у місті Києві, та з великим відривом від столичного економічного ядра у Дніпропетровській (27892), Одеській (24023) та Харківській (22597) областях, що є економічними ядрами розвитку підприємництва в Україні. Це пов'язано

з концентрацією у даних адміністративних центрах основних фінансових ресурсів, банків та професійних учасників фондового ринку України.

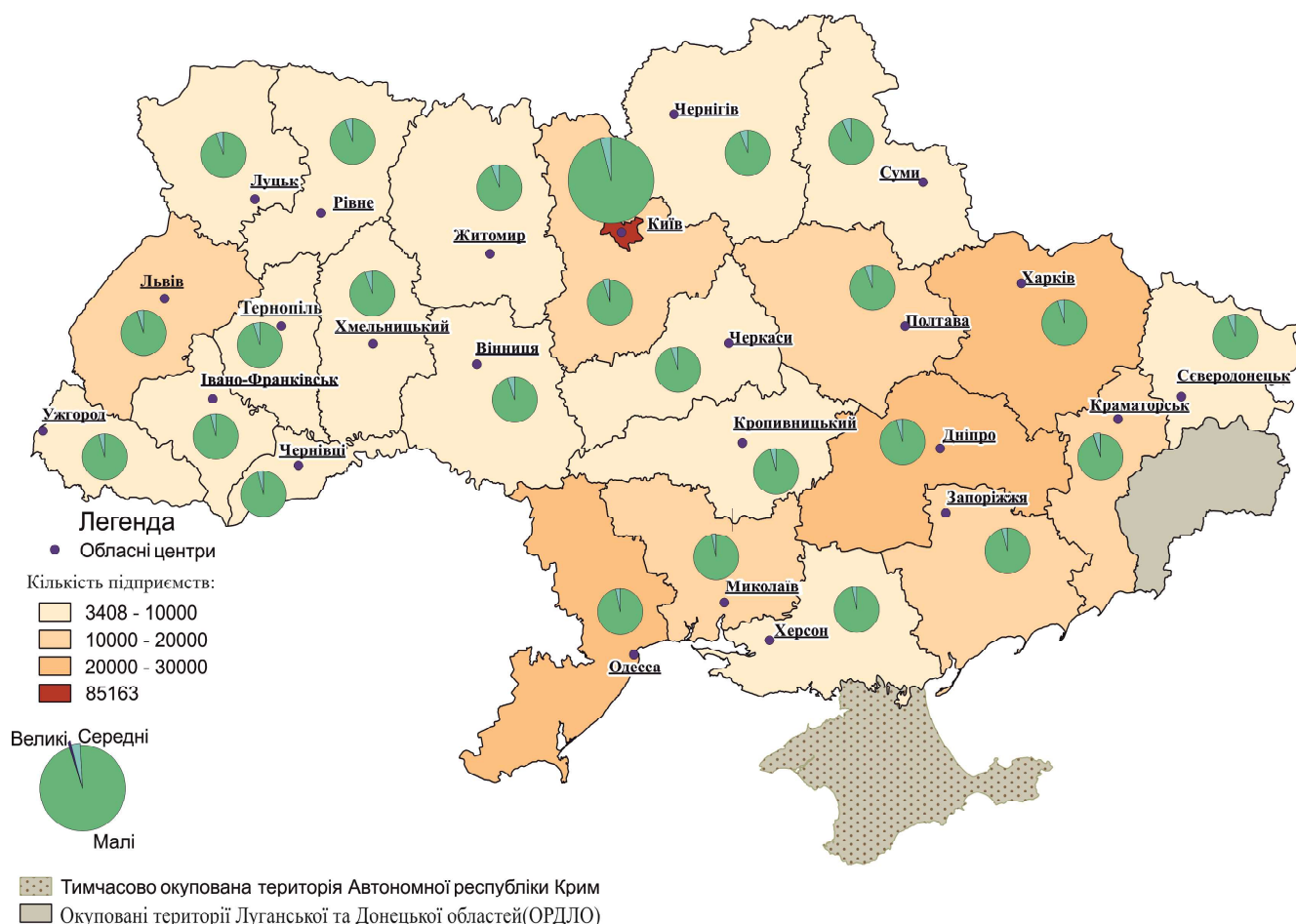


Рис.1. Просторова диференціація підприємництва в Україні
(складено автором на основі [1])

Найбільш розповсюдженою формою здійснення підприємницької діяльності на території України є мале підприємництво (рис. 2). Це пояснюється тим, що гнучкість, швидкість реакції на зміни в ринкових умовах, відсутність жорсткої регламентації праці, можливість прояву ініціативи і розумного ризику, притаманні малому бізнесу, приваблюють приватного підприємця.

Малий бізнес являє собою не тільки привабливу форму організації підприємницької діяльності, але виступає як невід'ємна складова ринкової економіки, що сприяє розвитку окремих територій (регіонів) держави.

Важливо відмітити, що Україна є сукупністю дуже неоднорідних територій, кожна з яких має неповторні, притаманні тільки їй риси та характеристики, ментальні особливості.



Рис.2. Кількісна диференціація підприємництва в Україні (у %)
(складено автором на основі [1])

Тому обґрунтування особливостей розвитку малого підприємництва та розробка відповідних державних програм його регулювання потребує регіонального (просторового) підходу до оцінки функціонування малого бізнесу, що базуватиметься на використанні певних методологічних прийомів та аналізу впливу підприємницької діяльності на економічну, соціальну, наукову сфери, для забезпечення подальшого сталого економічного зростання нашої країни на основі мобілізації й ефективного використання всього комплексу ресурсів малого підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Кожонкіна К. О. Теоретичні аспекти соціально-економічного розвитку територій / К. О. Кожонкіна. – Х.: Науково-технічний збірник, 2012. – №102. – С. 308–313.

Д. е. н. Гринько Т. В., Клименко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку ринкових відносин та посилення конкуренції перед підприємствами стала проблема вибору напрямку розвитку з метою забезпечення стабільного положення на ринку у мінливих умовах. Тобто, для підприємств стає недостатнім формування лише тактичних і оперативних планів. Виникає