

звернення: 07.11.2021).

2. Мазіна О. І., Олійник В. С., Рогозний С. А. Цифровізація як найважливіший інструмент розвитку системи обліку та звітності. *Інтернаука. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 5. Т. 2. С. 59–66. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15916561676404.pdf> (дата звернення: 07.11.2021).

БІРЖОВЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ ПОШИРЕННЯ ЕЛЕКТРОНИХ ФОРМ ТОРГІВ

Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Болотова Т.М., к.е.н., доцент

Харківський торговельно-економічний інститут УІПА

Біржова діяльність є важливим аспектом економічного розвитку будь-якої держави з ринковим типом господарювання, бо саме вона є втіленням вільної конкуренції та вільного ціноутворення. Ефективна організація біржової діяльності в країні є передумовою для забезпечення підприємств сировинними ресурсами та товарами за справедливою прозорою ринковою ціною, а також є гарантією безперебійного постачання сировини, у разі укладання відповідних угод саме через біржові інституції. До того ж саме біржовий ринок може бути джерелом перерозподілу вільних фінансових ресурсів та отримання додаткових доходів.

Головною тенденцією сучасного стану біржового ринку є стрімке поширення обсягів електронних торгів, які в багатьох випадках приходять на заміну традиційним формам біржових операцій. Результатом цих процесів є:

- до біржових торгів отримує вільний доступ велика кількість учасників, як відрізняються як за обсягами фінансових можливостей, так і за тими цілями, які вони переслідують приймаючи участь у біржових торгах;
- зростає важливість реалізації маркетингових заходів відповідними службами бірж, бо вони мають орієнтувати свої зусилля на дуже різноманітні групи учасників ринку, а відповідно має поширюватися перелік біржових послуг, особливо враховуючи зростання частки малих та середніх трейдерів на електронному біржовому ринку.

Отже, в сучасних умовах значно зростає важливість побудови ефективної системи маркетингових заходів на біржах. Традиційно маркетинг на біржах орієнтується на наступні напрямки:

- орієнтація на продукт або послугу та просування відповідних біржових інструментів;
- орієнтація на клієнта, який є споживачем біржової послуги;
- змішаний маркетинг, який формує комплекс дій з врахуванням обох вище зазначених аспектів.

Отже, враховуючи стрімке поширення електронних форм торгів, сьогодні маркетингові служби бірж повинні використовувати саме комплексний змішаний підхід, розробляючи біржові продукти під конкретну групу

споживачів та інвесторів, бо вони є надто неоднорідними за попитом на біржові послуг, цілями та схильністю до ризиків.

Література:

1. Вавдійчук І.М. Сучасний стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 15. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (дата звернення: 15.10.2021).
2. Дяченко Ю.А. Сучасний стан та особливості функціонування світового біржового ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №. 23. С. 51—54.
3. Гудзь М.В. Українські реалії та перспективи формування та функціонування біржової та електронної торгівлі. *Ефективна економіка*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6093> (дата звернення: 26.09.2021).

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Педченко Г. П., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

Підприємництво як основний сектор ринкової економіки демонструє чітку регіональну орієнтацію, адже підприємства, наприклад, малого бізнесу, котрі мають найбільшу частку серед підприємств-суб'єктів господарювання у всіх без виключення регіонах, планують свою діяльність, орієнтуючись на потреби локальних ринків та обсяги і структуру їх попиту, а влада та громада формують відповідний підприємницький клімат. По показниках стану регіонального підприємництва України Запорізька область у 2019 році знаходилась в кластері, що визначає цей стан як «вище середнього» [1, с. 105].

Одним з індикаторів розвитку підприємницької сфери є показник кількості суб'єктів господарювання на 10 тис. осіб. У Запорізькій області концентрація суб'єктів підприємництва становила в середньому 452 одиниці на 10 тис. осіб наявного населення, в тому числі 92 підприємства та 360 фізичних осіб-підприємців. Серед усіх регіонів область займає 7 та 11 місця за кількістю підприємств та фізичних осіб-підприємців відповідно у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, маючи показники вищі за середні по країні [2].

Максимальна кількість суб'єктів припадає на території з розвинутою ринковою інфраструктурою, і Запорізька область не є виключенням. Так, вища за середньообласну концентрація підприємництва спостерігалася майже у всіх містах області (виключенням є м. Енергодар), але нижча за середньообласну – у всіх районах області. Майже 40,3 тис. суб'єктів господарювання (52,5%) функціонували у м. Запоріжжя, в тому числі 9,6 тис. підприємств (61,1%) та 30,7 тис. фізичних осіб-підприємців (50,3%). Отже, в столиці області зафіксовано найвищу концентрацію суб'єктів підприємництва на 10 тис. осіб наявного населення - 548, в тому числі 130 підприємств та 418 фізичних осіб-підприємців.