Б. І. Косович,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
ORCID ID: 0000-0003-4760-3098

В. О. Дмитрук,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
ORCID: 0000-0002-2974-8114

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.5.88

РИЗИКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

B. Kosovych,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Economy
of Enterprise Department Ivan Franko National University of Lviv, Lviv
V. Dmytruk,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Economy
of Enterprise Department Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

RISKS OF DEVELOPMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE MODERN CONDITIONS OF GLOBALIZATION

У статті досліджено проблемні питання розвитку малого підприємництва в умовах глобалізації. Ви-значено основні сучасні глобалізаційні виклики та їх вплив на розвиток конкурентоспроможного українського малого підприємництва. Проаналізовано стан розвитку малого підприємництва в Україні, з'ясовано природу ризиків у малому бізнесі, проведено взаємозв'язок підприємництва і ризиків, розглянуто іноземний досвід розвитку малого підприємництва, а також встановлено важливість розвитку малого інноваційного підприємництва.

З'ясовано, що потрібно стимулювати розвиток малого інноваційного підприємництва спрямованого на нові нетрадиційні бачення розвитку виробництва та покращення якості життя. Запропоновано заходи забезпечення конкурентоспроможності малих українських підприємств через модернізацію виробництва, генерування проривних інновацій, покращення якості продукції та розвиток людського потенціалу. Обґрунтовано важливість державної підтримки розвитку інновацій, нових технологій та інвестування малого і середнього підприємництва.

The article explores the problematic issues of small entrepreneurship development in the conditions of globalization. The basic modern globalization challenges and their influence on the development of competitive Ukrainian small entrepreneurship are identified. The state of development of small entrepreneurship in Ukraine is analyzed, the nature of risks in small business is found out, the relationship between entrepreneurship and risks is conducted, the foreign experience of development of small entrepreneurship is considered, and the importance of development of small innovative entrepreneurship is established.

It is clarified that it is necessary to stimulate the development of small innovative entrepreneurship aimed at new unconventional visions of production development and improvement of quality of life. Measures of the increase of competitiveness of small Ukrainian enterprises are offered through modernization of production, generation of breakthrough innovations, improvement of product quality and development of human potential. The importance of state support for the development of innovations, new technologies and investment of small and medium-sized enterprises is substantiated.

Modern entrepreneurship in Ukraine should be based on the knowledge and competence of each employee, his or her education, skills base to make innovative breakthrough decisions and use the opportunities of growth. This concerns, first and foremost, the development of innovative production, which requires greater governmental incentives and funding for scientific production.

Today it is necessary to develop small innovative entrepreneurship, its marketing component should include: the use of existing knowledge bases in practice; their application in a specific environment; analysis of the macro-environment of the enterprise and comparison of the capabilities of the enterprise with actual existing demand for products; generation of creative decisions and formation of breakthrough technologies. Communication of knowledge of the enterprise involves the interaction of its knowledge with the needs of consumers and creation of a competitive advantage to meet the new requirements of consumers of products.

Comprehensive promotion of small entrepreneurship development is necessary for the country's economic recovery and its sustainable growth, and should be based on building a high-tech business sector and enhancing its competitiveness in the European and global markets.

Ключові слова: глобалізація, ризики малого підприємництва, розвиток малого підприємництва, інноваційне підприємництво, модернізація підприємств.

Key words: globalization, risks of small entrepreneurship, development of small entrepreneurship, innovative entrepreneurship, modernization of enterprises.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток малого підприємництва в сучасних умовах поєднаний із новими глобалізаційними викликами. Серед підприємців, зокрема, посилюється занепокоєння щодо екзистенційних загроз — від геополітичної нестабільності до кібербезпеки. Ці занепокоєння переростають у серйозну стурбованість щодо невизначеності та нестабільності у сьогодишньому бізнес-середовищі. Звичайні бізнес-моделі, що лишалися дієвими упродовж десятиліть, нині через поширення проривних цифрових технологій чимдалі втрачають актуальність, і підприємцям доводиться руйнувати традиційні підходи, для того щоб отримувати доходи від нових напрямків, пов'язаних з цифровою сферою, а це і нові незнані ризики для малого та середнього підприємництва. Подолання сучасних викликів, що постають перед малим підприємством, потребує регуляторних заходів та креативних інноваційних рішень.

За таких обставин важливість дослідження питань ризиків у розвитку та діяльності малого підприємництва в умовах глобалізації як одного із рушійних чинників інтенсифікації економічного зростання, є актуальним, має важливе теоретичне та практичне значення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Різні питання розвитку малого підприємництва як ризикового напрямку досліджують зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема, Р. Кантільон, І. Ансофф, Дж. Сакс, Л. Антонюк, В. Базилевич, З. Варналій, В. Вітлінський, Л. Донець, О. Кузьмін, А. Мельник, І. Михасюк, Т. Пуліна та інші. Однак науковий доробок потребує постійного доопрацювання через "бурхливі" ризикові глобальні соціально-економічні зміни.

МЕТА СТАТТІ

Метою запропонованого дослідження є виявлення ризиків малого підприємництва у сучасний період розвитку національної та світової економіки, пізнання природи ризику, з'ясування його особливостей у глобальному середовищі та пошук інноваційних рішень розвитку малого підприємництва в умовах глобальних соціально-економічних змін.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Будь-яке підприємницьке діяльність пов'язана з ризиком. Ризик виступає дуельним (dueling) двофактор-

ним елементом у підприємницькій діяльності. Ризик має власну філософію, з одного боку, він виступає як шанс з можливостями розвитку та водночас невизначеністю і водночас ризиковістю, а з іншого — ризик розглядають як загрозу з необхідністю пошуку рішень для уникнення загроз і тут водночас ризик ми бачимо як шанс. Однак бажання успіху, реалізації ідей, азарт, а інколи і "страх" перемагають ризик-невизначеність, тому ризик-шанс завжди попереду. Ризик існує завжди, але, вочевидь, прийняття окремих рішень потребує структурованого підходу, він є основним важливим елементом підприємницької діяльності в умовах ринку. Тому й основною рисою характеру підприємця — це здатність до ризику. Досягає успіху той підприємець, який вміє вчасно ризикувати.

Сьогодні інвестор думає, в що вкладати свій капітал, щоб одержати максимальний прибуток і часто ризикує. А завдання наших підприємств, виходячи із результатів своєї реальності, формувати й створювати нові проекти, переймати світовий досвід й вдосконалювати та оновлювати свій продукт, вміти його продати на міжнародних ринках та вміло реагувати на глобальні виклики соціально-економічних змін.

Глобалізація вже давно впливає на українське підприємство і торгівлю та з кожним роком розширює свою мережу впливу, формуючи нові виклики та вимоги.

У глобалізації нема визначених меж і чітких правил, навпаки, правила гри постійно змінюються. Тому успішна адаптація до глобалізаційних реалій потребує перш за все регулювання підприємництва як процесу. Водночас глобалізація може слугувати знаряддям поділу світу і посилення конфронтації. Це стосується, зокрема, економіки, де розвиток глобалізаційних процесів тісно пов'язаний з посиленням на світовому ринку конкурентної боротьби за контроль над природними ресурсами та інформаційним простором через використання найновіших технологій. У цих умовах малі і середні підприємства з високою сприйнятливістю до інновацій і адаптацією до змінюваної ситуації на ринку одержали нові можливості відігравати важливішу роль у світовій економіці. І чим вищий рівень глобалізації економіки, тим сильнішими стають її дрібні учасники.

Більша частина українських компаній у секторі підприємництва — це малі та середні підприємства, подібно до більшості країн по всьому світі. Від загальної кількості облікованих станом на 01.01.2019 р. суб'єктів

господарювання — 355877 одиниць, 95,4% чи 339374 одиниці складають суб'єкти малого підприємництва (у яких середня кількість працівників за календарний рік не перевищує 50 осіб, а річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро), з них 82,3% (292772 од.) — це суб'єкти мікропідприємництва, тобто суб'єкти господарювання у яких середня кількість працівників за календарний рік не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, 4,5% (16057 од.) — середні підприємства із кількістю найманих працівників не перевищує 250 осіб та 0,1% (446 од.) — великого підприємства у яких середня кількість працівників за звітний період перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро. Водночас кількість зайнятих працівників у секторі підприємництва із кількістю найманих працівників не перевищує 250 осіб становила 84,7% від загальної чисельності, а із кількістю найманих працівників понад 250 осіб — 15,3% [1].

В Україні структура малого і середнього підприємства схожа на аналогічну структуру в Німеччині, українському сектору малого і середнього підприємства не вистачає потужностей й продуктивності, які могли б забезпечити успіх на національному та міжнародному рівні. Зокрема, Україна істотно відстає за кількістю малих та середніх компаній, які успішно працюють на міжнародних ринках [2].

Глобальне дослідження Doing Business, що публікується Світовим банком кожної весни, висвітлює рейтинг 190 країн і умови ведення бізнесу в них. Звіт Doing business складається за підсумками комплексного дослідження стану реформ в кожній країні по 10 ключових індикаторах, які використовуються для аналізу економічних результатів, виявлення успішних реформ і оцінки їх ефективності. Так, за рівнем конкурентоспроможності у рейтингу Doing business-2020 Україна піднялася на сім позицій в рейтингу і тепер займає 64-ту позицію із 190 країн [3]. За даними звіту Всесвітнього банку у цьому році Україна значно покращила свої показники по 6 із 10 індикаторів, що враховуються спеціалістами Всесвітнього банку під час складання цього звіту. Згідно із дослідженнями негативними факторами для ведення бізнесу у нашій країні визначено: політичну нестабільність, корупцію, неефективну державну політику, часту зміну урядів, інфляцію, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, зарегульованість валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, недостатню здатність до інновацій, низьку якість охорони здоров'я та ін. [3].

Глобалізація світової економіки супроводжується формуванням загальноновизнаних стандартів. Необхідність їх дотримання ставить для вітчизняного підприємництва чималі завдання. Їх виконання ілюструє наявні проблеми, що власне і є ідеологічною основою ризику.

На діяльність малого підприємництва в Україні впливають ще такі ризики, як недотримання принципу "верховенства права", політична нестабільність, часті зміни в податковому законодавстві, нестабільність національної валюти, збільшення відсоткових ставок за кредитами, невиконання договірних угод з боку партнерів, перебої в електропостачанні, стихійні лиха. Також розвитку малого підприємства в Україні перешкоджає низький рівень довіри, а з низьким рівнем довіри складніше сформувати щільні мережі співпраці.

Державні установи загалом мають низький рівень довіри суспільства (наприклад, лише 9,1% населення довіряють державним службовцям), що є наслідком слабого верховенства права [4].

Це призводить до: неможливості захистити права власності на активи, прибуток та інтелектуальну власність; низького рівня довіри до системи правосуддя та правоохоронних органів; високого ризику "захоплен-

ня" держави кумівським капіталізмом та монополіями, що спотворюють рівні умови; високого рівня корупції. Таким чином, будь-яка ініціатива уряду щодо надання фінансових засобів підтримки малого і середнього підприємства може бути сприйнята з недовірою з боку потенційних отримувачів, оскільки вони можуть не вірити у справедливий розподіл цих коштів з огляду на вплив корупції. Це також може призвести до низького рівня попиту на державне фінансування та підтримку малого і середнього підприємства. Політична та економічна нестабільність — ще один фактор, який стримує бізнес від довгострокового планування через високий ризик неочікуваних змін в оподаткуванні, регулюванні та зовнішньоторговельній політиці з огляду на зміни на політичній арені та лобі великого бізнесу. Доведено, що політична невизначеність впливає на технологічні інновації більше, ніж сама політика в цій сфері [5]. Таким чином, високий рівень політичного впливу на економічні рішення призводить до уповільнення технологічних інновацій.

Несприятливим фактором в економіці є неузгодженість дій державних структур, яка використовується тіньовими структурами, що одержують простір до зростання, до розкрадання державного і колективного майна, ухилення від сплати податків, шахрайства з фінансовими ресурсами і зростанням фіктивного підприємства. За таких умов підприємництво у сфері матеріального виробництва зменшується, а частка підприємств, які займаються гуртовою та роздрібною торгівлею, посередництвом зростає.

Аналізуючи іноземний досвід, слід зазначити, що мале і середнє підприємство вважається основою німецької економіки та драйвером її успіху. В Німеччині розвиток сектору малого та середнього бізнесу сприяв появі "прихованих чемпіонів", які вже є частиною бренду країни. Як і майже в кожній країні, у Німеччині сектор малого і середнього підприємства є найбільшим роботодавцем з часткою 60,7% усіх працівників [6].

Проводячи порівняння у міжнародному масштабі, слід мати на увазі, що успішні малі та середні підприємства досягли рівня "прихованих чемпіонів" у сприятливих умовах. Більшість сучасних німецьких "прихованих чемпіонів" мають довгу історію зростання в гетерогенному секторі малого та середнього бізнесу країни. Ефективність "прихованих чемпіонів" у сфері інновацій, досліджень і розробок перевершує ефективність великих корпорацій у 5 разів [7]. Деякі "приховані чемпіони" відносно невеликого розміру володіють 70—100% частки свого ринку завдяки глибокому досвіду в своїх галузях, а також постійному випередженню своїх конкурентів, який вони забезпечують безперервними інноваціями. За умови правильної ринкової стратегії, така політика фірми збільшує ризик ринку при скороченні ризику конкуренції [8].

На сьогодні серед важливих глобальних загроз розвитку підприємства є зміна клімату, зміна потреб клієнта, що породжує невизначеність і нестабільність у бізнес-середовищі.

Зміна клімату породжує головний фінансовий ризик на підприємстві, через стихійні лиха чи інші непередбачувані обставини породжені змінами клімату завжди є фінансові наслідки. На початку 21 ст. світовою спільнотою визнано, що зміна клімату є однією з основних проблем світового розвитку з потенційно серйозними загрозами для глобальної економіки та міжнародної безпеки внаслідок підвищення прямих і непрямих ризиків, пов'язаних з енергетичною безпекою, забезпеченням продовольством і питною водою, стабільним існуванням екосистем, ризиками для здоров'я і життя людей.

Зміна потреб клієнта формується згідно з змінами соціально-економічних процесів, які відбуваються на ринку. Звичайно у сучасних умовах економічного роз-

виту, коли є великий вибір, так званий "надлишок задоволення" клієнта потрібно дивувати. Проте, якщо взяти приклад останніх неочікуваних подій пов'язаних з пандемією коронавірусу, то бачимо чітку ціленаправленість потреб населення. Сьогодні епідемія коронавірусу є хорошим струсом для глобального вирію і подальшого суспільного розвитку, тому потрібно багато переосмислити та доведеться шукати інноваційні рішення, щоб одним триматися на плаву, а іншим знизити темп задоволення і рівень споживання. Недавні знімки неба над Китаєм показали, як два місяці без виробництва очистили повітря і дозволили людям знову дихати киснем, а у Венеції стала прозорою вода в каналах. Отже вірус демонструє нам, що потрібно терміново задуматись і переорієнтуватися на еколого-економічне ведення господарювання, яке буде створювати сприятливіше середовище для суспільного розвитку підвищуючи якість життя. Тому, виходячи із пріоритетів розвитку, економіка має переорієнтуватись із надлишку до раціональності, а інноваційна політика має бути спрямована на гуманізаційні засади її розвитку, дотримуючись ціннісних орієнтацій.

Мале підприємництво повинно йти в ногу з новими технологіями та змінюватись згідно з сучасними викликами. Для того щоб забезпечити конкурентоспроможність українського підприємництва в умовах глобалізації потрібно експериментувати, вдаватись, до нестандартних рішень та підходів, змінювати усталені форми ведення бізнесу, генерувати інновації, вкладати у розвиток освіти й науки, щоб молодь зміла виробляти свіжі бачення, інклюзивність та креативні рішення.

Сучасне підприємництво в Україні повинно спиратися на знання та компетентність кожного працівника, його освіту, базу навичок для ухвалення проривних інноваційних рішень та використання можливостей для росту. Це стосується, насамперед, розвитку інноваційного виробництва, яке потребує посилення державного стимулювання та фінансування в наукове виробництво. Мотивація до сучасних знань залежить від наявної стійкої організаційної культури на підприємстві, сприятливого морального клімату в колективі.

На особливу увагу заслуговує розвиток малого інноваційного підприємництва, його маркетингової складової, яка включає: використання наявних баз знань на практиці; застосування їх у конкретному середовищі; аналіз макросередовища підприємства та зіставлення можливостей підприємства з реально існуючим попиту на продукцію; генерування креативних рішень та формування проривних технологій. Комунікація знань підприємства передбачає взаємодію його знань з потребами споживачів і створення конкурентної переваги задля задоволення нових вимог споживачів продукції.

Мале інноваційне підприємництво сприяє швидкій комерціалізації результатів дослідження і розробок, адаптації до зміни умов в усіх сферах діяльності. Сучасні інформаційні технології дозволяють істотно змінити саму модель функціонування різних структур, забезпечити доступ малого підприємництва до нових видів діяльності [9, с. 52].

Мале інноваційне підприємництво не мають ототожнювати з малим підприємством, які здійснюють інші види економічної діяльності. Адже діяльність малого інноваційного підприємництва спрямована на отримання приросту від проведення науково-дослідних робіт. Результатом проведення науково-дослідної роботи є створення нової конкурентоспроможної продукції покликаної істотно поліпшити умови виробництва, життя людини. Інновація передбачає більше інвестицій та кращу якість для клієнтів або споживачів, тому це позитивно впливає як на економіку, так і на добробут населення [9, с. 55].

Інноваційність — найважливіший фактор конкурентоспроможності на сьогодні. Це спричинено тим, що інновації забезпечують набагато вищий рівень віддачі,

ніж просте залучення додаткових ресурсів. Підсилити відповідний ефект здатні найновіші технології. За таких умов підвищується цінність і людського потенціалу. Рівень освіти та професійної кваліфікації населення визначає здатність країни до створення малого інноваційного підприємництва й продукції та підвищення продуктивності праці. Проте важливо зазначити, що слід не лише вміти створювати умови для розвитку потенціалу талановитих громадян, але й зуміти їх зацікавити й втримати в межах держави. Зіставлення всіх цих факторів дозволяє виявити ще один вагомий чинник забезпечення конкурентоспроможності — інституційний.

Сьогодні потрібні нетрадиційні заходи, нові спільні законодавчі документи, спеціальні нові організаційні структури, що сконцентрують свою увагу на поки що часто не вирішених проблемах багатояурисдикційного застосування конкурентного законодавства щодо розвитку малого підприємництва.

Вже сьогодні сильні ринкові позиції є для підприємств вирішальною умовою успіху. Для малих підприємств це означає, що кожний продукт має власну характеристику і повинен відповідно продаватися. Вибирати сферу діяльності має підприємство. На ринкових нішах діють інші правила: тільки диференціація продуктів і тим самим сегментування ринку дозволяє зберегти конкурентні переваги. В умовах ризику стратегічними питаннями для підприємств є такі: з якими продуктами й на яких ринках можна добитися успіху, як можна організувати для цього по-новому ланцюг створення вартості, як розширити пропозицію технологій і закріпити позиції на ринку.

Без взаємної відповідності процесів розвитку виробництва і підойм його регулювання негативні наслідки можуть бути такими самими глобальними, як і саме виробництво. Тому малим українським підприємствам необхідно проводити модернізацію, вдосконалювати виробництво, покращувати якість продукції. Держава повинна вкладати кошти в розвиток інновацій, технологій і таланту (знань). Без цього країна і далі буде відставати від країн з розвинутою економікою, а згодом може перетворитися на державу-банкрута [10, с. 314].

Зокрема, у політиці Міністерства економіки Німеччини серед важливих напрямків розвитку малого і середнього підприємництва виділяють: активне фінансування стартапів і їх розвитку; підготовка кваліфікованої робочої сили, залучення біженців до професійного навчання та праці; неухильне вдосконалення регуляторних вимог та постійні зусилля в напрямку зменшення бюрократії; перехід на цифровий формат (діджиталізація); сприяння інноваціям; використання можливостей, які створює глобалізація; розвиток малого і середнього підприємництва у менш розвинутих регіонах; розвиток нових сфер бізнесу, що виникають у період енергетичного переходу [6].

ВИСНОВКИ

На сьогодні потрібно всебічно сприяти розвитку малого підприємництва для відновлення економіки держави та її поступального зростання, яке має ґрунтуватись на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на європейському й глобальному ринках. Пріоритетними напрямками для Уряду країни мають стати стимулювання інноваційної активності підприємницького сектору, формування сприятливого нормативно-правового середовища та інноваційно-інвестиційного клімату, впровадження європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.

Впевненість у ризиковій грі може бути забезпечена тільки завдяки власному компетентному управлінню, розробці ефективних стратегій, опануванню комплексними структурами, оптимізації процесів і підготовці кваліфікованого персоналу. Успіх малого бізнесу, залежить від вдалого управління з боку керівників підприємств

і держави як регулятора. Урядові структури повинні бути спрямовані передусім на підтримку розвитку малого інноваційного підприємництва, просування вітчизняних товарів на ринки інших країн, а також на захист внутрішнього ринку через жорсткі вимоги до якості, екологічності, безумовної відповідності імпортованих товарів національним і міжнародним системам стандартів.

Література:

1. Державний комітет статистики України: Статистична інформація. Діяльність підприємств. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Вишлінський Г., Яблоновський Д., Прохоров Б. Як малим та середнім підприємствам України стати національними та глобальними чемпіонами? Проект "Побудова мостів в державній політиці: Україна" реалізується за фінансової підтримки Foundation Open Society Institute в співпраці з OSIFE при Open Society Foundation. Центр економічної стратегії. Аналітичні записки. 2019. 48 с.
3. Doing business-2020. URL: <https://taxlink.ua/ua/news/ukraina-pidnjalas-u-rejtingu-doing-business-2020-na-7-pozicij.htm#hcq=AmGDANr>
4. Hromadskiy prostir. Level of trust in public institutions and electoral orientation of Ukrainian citizens — research. URL: <https://www.prostir.ua/news=riven-doviry-do-suspilnyh-institutiv-ta-elektoralni-orijentatsiji-hromadyan-ukrajiny-doslidzhennya>
5. Bhattacharya U., Hsu P., Tian X. and Xu Y. "What Affects Innovation More: Policy or Policy Uncertainty?" Journal of Financial and Quantitative Analysis, vol. 52, no. 5, 2017, pp. 1869—1901. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-financial-and-quantitative-analysis/article/what-affects-innovation-more-policy-or-policy-uncertainty>
6. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. "The German Mittelstand as a model for success", SME Policy, URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Dossier/sme-policy.html>
7. Simon, H. (2012), "Hidden Champions (1): what German companies can teach you about innovationhttp", available at: <https://www.whiteboardmag.com/hidden-champions-1-what-german-companies-can-teach-you-about-innovation>
8. Simon H. (2010), "Hidden Champions of the 21st Century". The Success Strategies of Unknown World Market Leadershttps. URL: <https://www.deginvest.de/DEG-Englische-Dokumente/PDFs-Download-Center/Presentation-Herrmann-Simon.pdf>
9. Михасюк І., Косович Б. Державне регулювання сучасних тенденцій розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка, 2019, Вип. 57, С. 49—59.
10. Михасюк І., Гукалюк А., Косович Б. Проблеми конкурентоспроможності українського підприємництва і торгівлі в умовах глобалізації. Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка, 2019. Випуск 56. С. 308—316.

References:

1. State Statistics Committee of Ukraine (2020), "Statistical information. Activities of enterprises", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 22 February 2020).
2. Vyshlinskyi, H. Yablunovskiy, D. and Prokhorov, B. (2019), Yak malym ta serednim pidpriemstvam Ukrainy staty natsionalnymy ta hlobalnymy chempionam? Proekt "Pobudova mostiv v derzhavni politytsi: Ukraina" realizuietsia za finansovoї pidtrymky Foundation Open Society Institute v spivpratsi z OSIFE pry Open Society Foundation [How can small and medium-sized enterprises in Ukraine become national and global champions? Project Building Bridges in Public Policy: Ukraine is supported by the Open Society Institute Foundation in collaboration with

OSIFE at the Open Society Foundation], Tsentr ekonomichnoi stratehii, Kyiv, Ukraine.

3. TaxLink (2020), "Ukraine has risen in the Doing business-2020 rating to 7 positions", available at: <https://taxlink.ua/ua/news/ukraina-pidnjalas-u-rejtingu-doing-business-2020-na-7-pozicij.htm#hcq=AmGDANr> (Accessed 9 January 2020).

4. Hromadskiy prostir (2020), "Level of trust in public institutions and electoral orientation of Ukrainian citizens — research", available at: <https://www.prostir.ua/news=riven-doviry-do-suspilnyh-institutiv-ta-elektoralni-orijentatsiji-hromadyan-ukrajiny-doslidzhennya> (Accessed 25 February 2020).

5. Bhattacharya, U. Hsu, P. Tian, X. and Xu, Y. (2017), "What Affects Innovation More: Policy or Policy Uncertainty?", Journal of Financial and Quantitative Analysis, vol. 52, no. 5, pp. 1869—1901. available at: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-financial-and-quantitative-analysis/article/what-affects-innovation-more-policy-or-policy-uncertainty>. (Accessed 25 February 2020).

6. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (2019), "The German Mittelstand as a model for success", SME Policy, available at: <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Dossier/sme-policy.html> (Accessed 2 March 2020).

7. Simon, H. (2012), "Hidden Champions (1): what German companies can teach you about innovationhttp", available at: <https://www.whiteboardmag.com/hidden-champions-1-what-german-companies-can-teach-you-about-innovation> (Accessed 2 March 2020).

8. Simon, H. (2010), "Hidden Champions of the 21st Century. The Success Strategies of Unknown World Market Leadershttps", available at: <https://www.deginvest.de/DEG-Englische-Dokumente/PDFs-Download-Center/Presentation-Herrmann-Simon.pdf> (Accessed 2 March 2020).

9. Mykhasiuk, I. and Kosovych, B. (2019), "State regulation of modern trends of entrepreneurship, trade and exchange activities development", Visnyk Lvivskoho universytetu (seriia ekonomichna), LNU im. Ivana Franka, vol. 57, pp. 49—59.

10. Mykhasiuk, I. Hukaliuk, A. and Kosovych, B. (2019), "Problems of competitiveness of Ukrainian business and trade in the conditions of globalization", Visnyk Lvivskoho universytetu (seriia ekonomichna), LNU im. Ivana Franka, vol. 56, pp. 308—316.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2020 р.

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73