

*Н. В. Резнікова,*

*д. е. н., професор, професор кафедри світового господарства  
і міжнародних економічних відносин, Інститут міжнародних відносин  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

*ORCID ID: 0000-0003-2570-869X*

*О. А. Іващенко,*

*к. е. н., доцент, завідувач кафедри економіки та менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльності, Національна академія статистики, обліку і аудиту*

*ORCID ID: 0000-0002-8490-778X*

*Н. В. Курбала,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту,  
Дніпровський університет імені О. Гончара*

*ORCID ID: 0000-0003-4717-4510*

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.10.4

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ КОН'ЮНКТУРУ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РОЗВИНЕНИХ КРАЇН

*N. Reznikova,*

*Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of World Economy and International  
Economic Relations, Institute of International Relations Taras Shevchenko National University of Kyiv*

*O. Ivashchenko,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management  
of Foreign Economic Activities, National Academy of Statistics, Accounting and Audit*

*N. Kurbala,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing  
and International Management, Oles Honchar Dnipro National University*

### TENDENCIES IN THE DEVELOPMENT PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMIC CONJUNCTURE AND COMPETITIVENESS OF DEVELOPED COUNTRIES

*У статті визнається, що з розвитком функцій малого та середнього бізнесу пов'язане зростання його ролі в економіці провідних країн. Мета статті полягає в дослідженні взаємозв'язку між ступенем економічного розвитку країни, конкурентоспроможності її підприємств на світовому ринку та ступенем розвитку малого та середнього підприємництва. Запропоновано чіткі критерії класифікації підприємництва на мале та середнє, залежно від регіональної специфіки господарювання. Зазначено, що поняття "підприємництво" та "бізнес" з позицій економічної кон'юнктури вживаються як синонімічні, хоча в бізнес-практиці різних країн надається перевага одному із них. Політика держав щодо розвитку інфраструктури, стимулювання експорту, підвищення рівня освіти та проведення досліджень у галузі експорту може мати суттєвий вплив на розвиток порівняльних переваг. Субсидування промисловості, податкові пільги, обмеження на участь у тендерах, антимонопольна політика та інші заходи запроваджуються урядами з метою створення переваг для національних економік. З метою створення більш сприятливих умов для національних компаній, вразливих до імпорتنних поставок, уряди підтримують політику, спрямовану на регулювання обсягів імпорту через механізми тарифів, квот, ліцензій та обмеження імпорту. Такий комплексний підхід уможливорює створення умов для розвитку національного малого та середнього бізнесу, який на пряму залежить від кількості "національних чемпіонів" у високотехнологічних галузях. Відтак економічна кон'юнктура з позицій малого та середнього бізнесу відтворюється не лише екзогенними або суто ринковими факторами впливу, але й ендегенними, що передбачають сукупність інструментів стимулювання розвитку підприємництва на мікро-, мезо- та макрорівнях.*

*Рівень доходів населення, рівень його зайнятості та темпи приросту, що закладають підвалини так званим структуроутворюючим факторам внутрішньої кон'юнктури, з одного боку, та сукупність соціально-економічних умов та рівень політичної стабільності, з іншого боку, визначають структуру підприємництва в країні, яке може як сприяти економічному росту в країні, так і бути реакцією на покращені умови господарювання, або навіть виникати як реакція на неспроможність держави забезпечити населення робочими місцями (випадок малого бізнесу).*

*Малий та середній бізнес здійснює безпосередній вплив на економічну кон'юнктуру країни через множинні трансмісійні канали — як на рівні індивідуумів, що приймають відповідні рішення, пов'язані з бізнес-діяльністю, так і на рівні фірми, й на макrorівні. Чим інноваційнішим є бізнес, тим вищим є його мультиплікаційний ефект. Добробут економічних агентів (підприємців) як результат їхньої самореалізації, так само як і зростаюча конкурентоспроможність фірм, результуються в показниках економічного росту країни. Виробництво, розподіл, обмін і споживання як центральні складові відтворювальної системи основних і похідних факторів кон'юнктури, незалежно від структури економіки країни, відчують на собі вплив малого та середнього бізнесу. Так само, як і малий та середній бізнес стає своєрідним заручником макроекономічної ситуації в країні, яка позначається на сукупному попиті (норма заощаджень та споживання, що визначає розмір попиту на товари, в тому числі, інноваційні, на місцевому ринку), продуктивності праці (відтік робочої сили та декваліфікація персоналу внаслідок падіння оплати праці) та продуктивності капіталу. Водночас ступінь цього впливу, а також канали трансмісії, виразно відрізняються поміж країн, що залежить від: ступеня інтегрованості компаній в глобальні ланцюги вартості та глобальні ланцюги поставок; частки торгуємих та неторгуємих товарів у структурі продажів; реакції як на екзогенні (шоки попиту, шоки пропозиції, стадії бізнес-циклу, кон'юнктура товарних ринків, (гео)економічні та (гео)політичні ризики), так і ендогенні (ефективність застосування інструментів бюджетно-податкової та грошово-кредитної і валютної політик) фактори впливу; політичної стабільності; стану соціально-економічного розвитку; структури економіки; вікової структури населення; рівня інституційного сприяння підприємницьким ініціативам (система стимулів та заохочень); рівня корупції; ступеня інвестиційної привабливості та ін.).*

*The article acknowledges that the increasing role of small and medium-sized businesses (SMBs) is conditional on the development of their functions. The article's objective is to investigate the correlation between the economic performance of a country, the competitiveness of its enterprises on the global market, and the performance of SMBs.*

*A set of clear criteria for classification of the entrepreneurship into small and medium-sized one depending on the regional operation specifics is proposed. It is argued that the notions "entrepreneurship" and "business" are used as synonyms from economic conjuncture perspective, although in business practices at country level preference is given to one of them. Government policies on infrastructure development, stimulation of exports, enhancement of the level of education and research in the field of exports may have an essential impact on the evolution of comparative advantages. Subsidies to the industry, tax incentives, limitations on participation in tenders, antimonopoly policies and other measures are implemented by governments in order to create advantages for national economies. By supporting the policy aimed at regulation of imports through mechanisms of tariffs, quotas, licenses or import limitations, governments intend to create more favorable conditions for national companies that are vulnerable to import supplies. Such comprehensive approach lays grounds for the development of national SMBs that are directly dependent on the number of "national champions" in high tech industries. It follows that from SMBs perspective the economic conjuncture is reproduced by not only exogenous or market-specific factors but also by endogenous ones represented by a set of instruments for stimulating the development of entrepreneurship at micro-, meso-, and macro-level.*

*The level of population incomes, employment and the rates of increase laying the grounds for the so called formative factors of the internal conjuncture, on the one hand, and a set of socio-economic conditions and the economic stability, on the other hand, determine the structure of entrepreneurship at country level, which can either promote the domestic economic growth or be a response on the improved business conditions, or even occur as a reaction on the government's failure to provide jobs for the population (the case of small business).*

*SMBs have direct impact on the economic conjuncture of a country through numerous transmission channels, whether at the level of individuals taking respective decisions, at firm level or at macro-level. The stronger innovation capacity is available with the business, the higher is its multiplicative effect. The welfare of economic agents (entrepreneurs) resulting from their self-realization as well as the increasing competitiveness of firms are embodied in the indicators of the country's economic growth. Production, distribution, exchange and consumption as the core components of the system reproducing main basic and derivative factors of the conjuncture are exposed to the impact of SMBs irrespective of the country's economic structure. Conversely, SMBs can become a hostage of macroeconomic situation in their resident country, which affects the total demand (the savings and consumption rate determining the demand for goods, including innovative ones, on the domestic market), the labor productivity (outflow of workforce and degrading skills of personnel due to the falling salaries), and the capital productivity. Yet, the scopes of this impact, as well as the transmission channels are remarkably different*

*across countries, depending on: the degree of companies' integration in global value chains or global supply chains; the shares of tradable and non-tradable goods in the structure of sales; the reactions on exogenous (shocks of demand, shocks of supply, phases of business cycle, commodity market conjuncture, (geo)economic and (geo)political risks) and exogenous (the effectiveness of instruments for tax, monetary and currency policies) factors of influence; the political stability; the socio-economic development; the economic structure; the age structure of population; the level of institutional support to entrepreneurial initiatives (the system of stimuli); the scopes of corruption; the investment attractiveness, etc.).*

*Ключові слова: мале та середнє підприємництво, малий та середній бізнес, розвинені країни, конкурентоспроможність, економічна кон'юнктура, економічний розвиток.*

*Key words: small and medium-sized enterprises, small and medium-sized businesses, developed country, competitiveness, economic conjuncture, economic development.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Роль малого і середнього підприємництва істотно зростає в умовах постіндустріального суспільства, що проявилось у зміні соціально-економічних функцій цієї форми бізнесу. Малі та середні підприємства (МСП) стають невід'ємною ланкою в структурі суспільного відтворювального процесу, без якого неможливо забезпечити успішний соціально-економічний розвиток суспільства і зростання ефективності виробництва. В останні десятиліття малий бізнес став активно впроваджуватися в інноваційний процес. Крім того, малий бізнес сприяє формуванню середнього класу, що становить у світовій господарській системі значну частину економічно активного населення. Саме з розвитком функцій малого та середнього бізнесу пов'язане зростання його ролі в економіці провідних країн. Водночас уряди розвинених країн створюють інституційний каркас для діяльності МСП з метою стимулювання економічної активності на внутрішньому ринку, який може ставати передумовою зовнішньої експансії.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Ті країни, що сьогодні відносяться до розвинених країн [1; 2], раніше в порівнянні з іншими розпочали промислове виробництво, що дозволило їм завоювати більшість національних та міжнародних ринків. У теорії життєвого циклу продукту Р. Вернона [3], яка підпала під критику М. Тейлора [4], робиться наголос на природі та розмірі попиту на нові продукти на місцевому ринку в високорозвинених індустріальних країнах. Нові продукти з'являються на ринках з достатнім внутрішнім попитом на них. Спочатку специфічний попит з часом становиться універсальним, стандартизованим, а доступ до унікальної технології отримують й інші країни, в результаті чого країна-піонер у запровадженні нового продукту втрачає порівняльну перевагу у його виробництві. Але за цей час компанії зазвичай вже встигають розробити інший новий продукт і забезпечити державу новими порівняльними перевагами.

Значення попиту та розміру внутрішнього ринку проявляється у: встановленні умов рівноваги у торгівлі, а відтак і розподілі переваг від торгівлі; ефекті масштабу; теорії життєвого циклу товару. Крім того, М. Ліндер вважає, що попит на внутрішньому ринку є основним фактором, що забезпечує успіх на міжнародному ринку. На його думку, виробники налагоджують виробництво нового продукту з метою задоволення внутрішнього попиту. Намагаючись досягнути цього, вони освоюють нові навички для виробництва товару за допомогою більш ефективних технологій, що дає країні порівняльні переваги, які відрізняють її від інших країн. Відповідно до теорії М. Ліндера, експорт здійснюється в країни зі схожими смаками/попитом.

Політика держав щодо розвитку інфраструктури, стимулювання експорту, підвищення рівня освіти та проведення досліджень в галузі експорту може мати суттєвий вплив на розвиток порівняльних переваг. Субсидування промисловості, податкові пільги, обмеження на участь у тендерах, антимонопольна політика та інші заходи запроваджуються урядами з метою створення переваг для національних економік. З метою створення більш сприятливих умов для національних компаній, вразливих до імпорتنних поставок, уряди підтримують політику, спрямовану на регулювання обсягів імпорту через механізми тарифів, квот, ліцензій та обмеження імпорту. Такий комплексний підхід уможливорює створення умов для розвитку національного малого та середнього бізнесу, який напряму залежить від кількості "національних чемпіонів" у високотехнологічних галузях. Відтак економічна кон'юнктура з позицій МСП відтворюється не лише екзогенними або суто ринковими факторами впливу, але й ендегенними, що передбачають сукупність інструментів стимулювання розвитку підприємництва на мікро-, мезо- та макrorівнях.

Рівень доходів населення, рівень його зайнятості та темпи приросту, що закладають підвалини так званим структуроутворюючим факторам внутрішньої кон'юнктури, з одного боку, та сукупність соціально-економічних умов та рівень політичної стабільності, з іншого боку, визначають структуру підприємництва в країні, яке, за підходом Ф. Расул [5], може як сприяти економічному росту в країні, так і бути реакцією на покращені умови господарювання, або навіть виникати як реакція на неспроможність держави забезпечити населення робочими місцями (випадок малого бізнесу). І хоча термін "підприємництво" вперше був запроваджений ще Р. Кантільйоном [6] на початку XVIII ст., Г. Стевенсон і Дж. Джарілло [7], а також Дж. Стопфорд і К. Баден-Фюллер [8] надали йому конотації творчої деструкції, забезпечивши його інноваційними й технологічними характеристиками. Такої ж думки дотримувався і Перетто, і Бомоль [9; 10], і Р. Лукас [11], який протиставляв підприємця і робітника. Проте для Е. Ебера та А. Лінка [12] підприємництво як феномен є реакцією на політику, яку сповідує уряд, зокрема, фіскальну, монетарну, а відтак є реакцією на макроекономічні умови [13–16], систему стимулів та заохочень [17; 18], що підтверджується також й іншими дослідниками. Втім, одностайною є констатація взаємозалежності ступеня розвиненості підприємництва та рівня економічного розвитку країни [19–22].

## МЕТА СТАТТІ

Базуючись на чітких критеріях класифікації підприємництва на мале та середнє, статистичних даних та аналітичних матеріалів, ми маємо за мету дослідити

Таблиця 1. Визначальні характеристики для мікро-, малих і середніх підприємств в ЄС

Категорія підприємства	Чисельність співробітників, осіб	Річний оборот, млн євро	Річний баланс, млн євро	Кількість МСП у ЄС, 2018 р. (у тисячах)
Мікропідприємство	1–9	2	2	23 323, 9
Мале підприємство	10–49	10	10	1 472, 4
Середнє підприємство	50–249	50	43	235, 67

Джерело: [23; 24].

на засадах сучасної компаративістики взаємозв'язок між ступенем економічного розвитку країни, конкурентоспроможності її підприємств на світовому ринку та ступенем розвитку малого та середнього підприємництва.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Слід зазначити, що критерії малого підприємництва розрізняються поміж країнами, що сильно ускладнює міжнародні порівняння. Деякі дослідники вкладають різний зміст у поняття "підприємництво" та "бізнес". У трактуванні Й. Шумпетера під підприємництвом розуміється інноваційна господарська діяльність, а під бізнесом — будь-яка господарська діяльність. Однак у сучасних іноземних дослідженнях з економічної кон'юнктури терміни "бізнес" і "підприємництво" найчастіше вживаються як синонімічні. Так, у США, наприклад, терміном "малий бізнес" фактично позначаються як малі, так і середні підприємства. Водночас як в європейських країнах і Японії в офіційних визначеннях малого бізнесу використовується термін "мале і середнє підприємництво". У статуті Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) наводяться такі визначення: підприємства з кількістю працівників до 19 осіб позначаються як вельми малі, від 20 до 90 осіб — як малі, від 100 до 499 осіб — як середні і понад 500 осіб — як великі. Що ж стосується підходу в Євросоюзі, то в категорію "мале і середнє підприємництво" входять три види підприємств — мікро-, малі і середні. Визначальними характеристиками в даному випадку є чисельність співробітників, обсяг продажів і підсумок річного балансу (табл. 1). У багатьох розвинених країнах світу малий і середній бізнес (МСБ) представлений сукупністю численних підприємств, які забезпечують приріст нових робочих місць, сприяючи скороченню безробіття. Аналізуючи темпи розвитку малого і середнього бізнесу та економіки загалом в таких країнах, як США, Японія, Німеччина, стає очевидним прямий взаємозв'язок. Малий і середній бізнес зазвичай розвивається поетапно, а стан цього сектора істотно відрізняється не тільки по країнах, але і по регіонах.

Наприклад, в Італії велика кількість малих підприємств зосереджена на півночі, а досить незначна — на консервативному півдні. Стандартне пояснення ситуації — історичні відмінності в способах і обсягах накопиченого в суспільстві капіталу.

В Італії активний розвиток МСБ припав на 50-ті роки ХХ-го ст., у зв'язку з реалізацією євроінтеграційних ініціатив, з метою подальшого економічного розвитку і забезпечення високої конкурентоспроможності національної продукції на світовому ринку. Одна з особливостей Італії — домінуюче становище в економічній структурі малих і середніх підприємств. За даними Національного інституту статистики Італії (ISTAT), на території країни діє понад 3,8 млн підприємств малого і середнього бізнесу, які забезпечують близько 80% зайнятості населення і третину обсягу національного виробництва. Показники, що описують сферу малого і середнього бізнесу в Італії є найвищими серед країн Європи. Згідно з традиційними уявленнями, дрібні підприємства заповнюють ті ніші ринку, які, з певних причин, залишають незайнятими великі фірми, або обслуговують інтереси великих компаній. Промислові ок-

руги в Італії суттєво змінили ситуацію: ресурси дрібних виробничих фірм з'єднуються, що дозволяє малим підприємствам відігравати самостійну роль в економіці країни і виходити на зовнішній ринок. У результаті, 60 промислових регіонів виробляють експортні товари і послуги в цілому на 70 млрд євро, що становить майже четверту частину всього італійського експорту. За деякими групами товарів, наприклад, ювелірними виробами, цей показник сягає 70 %. У списку найвдаліших лідирують не тільки торгові компанії, але і фірми, що випускають промислову продукцію, річний товарообіг яких досягає кількох десятків мільйонів євро.

До малого бізнесу в Японії відносять підприємства з кількістю працівників не більше 300 осіб у добувній і оброблювальній промисловості, а також в будівництві, не більше 100 осіб — в оптовій торгівлі, не більше 50 осіб — в роздрібній торгівлі та індустрії послуг. При визначенні приналежності підприємства до сфери МСБ враховується також величина капіталу даного підприємства, який не повинен перевищувати 100 млн ієн. Таким чином, у сферу малого і середнього бізнесу потрапляє значна кількість (близько 6,5 млн) японських підприємств — від домогосподарств сімейного типу, до оснащених сучасною технікою фірм, складаючи 99 % від загального числа підприємств. На них зайнято близько 54 млн осіб, тобто 80 % всієї робочої сили Японії. Частка японського МСБ у ВВП — близько 55 %, в експорті — 15 %. Японський малий бізнес в основному зосереджений у роздрібній торгівлі, громадському харчуванні, сфері послуг, будівництві та машинобудуванні.

У багатьох сферах малий і середній бізнес співіснує з великим. Наприклад, будівництвом масового житла займається малий і середній бізнес, а будівництвом доріг, заводів, багатоповерхових і офісних будівель і торгових комплексів — великий. У транспортній сфері картина та сама: є малі та середні підприємства, які займаються перевезеннями, і великі таксомоторні парки, автобусні корпорації. Тобто великий бізнес надає роботу малому. Малий і середній бізнес є основою економіки розвинених країн, займаючи істотну частку в структурі ВВП і забезпечуючи при цьому зайнятість населення, надаючи можливість вирішити економічні, політичні та соціальні проблеми держав. У всіх економічно розвинених країнах малому і середньому бізнесу виявляється різна організаційна і фінансова підтримка, результатом якої є значні поповнення до бюджету, що призводить до ефективного функціонування економіки і високого рівня життя населення (табл. 2).

Малий і середній бізнес вважається основою європейської економіки і відрізняється здатністю швидко адаптуватися до зовнішніх змін, перетворюючись у джерело інноваційного зростання. Станом на 01.01.2020 р. у 28 країнах ЄС було зареєстровано близько 25,1 млн суб'єктів (25 млн 79 тис. за даними на 2018 р.) 42 % МСБ здійснювали експортні операції — найбільшу частку в експорті посіли технології, обладнання та промислове виробництво. Експорт здійснювався як в інші країни ЄС, так і за його межі. Найбільшу експортну активність демонструють середні європейські компанії. За 2018 рік малий і середній бізнес у країнах ЄС забезпечив 62% валової доданої вартості (див. табл. 3, табл. 4).

Прикметно, що за останні кілька років кількість суб'єктів МСБ у країнах ЄС майже не змінилася, а створена ними додана вартість зростає помірними тем-

**Таблиця 2. Тенденції розвитку малого і середнього бізнесу та його вплив на економічну кон'юнктуру окремих країн**

Країна	Частка в загальній кількості підприємств, %		Частка в загальній зайнятості, %		Частка в структурі ВВП, %		Частка в експорті, %	
	Кінець 1990-х – початок 2000-х рр.	2010–2018 рр.	Кінець 1990-х – початок 2000-х рр.	2010–2018 рр.	Кінець 1990-х – початок 2000-х рр.	2010–2018 рр.	Кінець 1990-х – початок 2000-х рр.	2010–2018 рр.
США	84–87	97,5–98,3	42–45	58–60	42–45	50–52	28–30	37–40
ЄС	86–88	97–98	55–58	70–72	50–55	65–68	45–51	68–70
Німеччина	87–88	98,5–99,7	50–52	66–69	42–46	55–57	38–40	50–52
Італія	89–90	98–99,8	55–58	70–73	46–50	58–60	42–48	58–60
Франція	82–85	98–99,6	40–45	58–60	46–50	55–57	36–42	48–50
Швейцарія	84–87	96–99	45–50	57–62	45–49	54–58	40–43	49–52

Джерело: [23; 24].

пами. Загальна чисельність зайнятих в сфері європейського малого і середнього бізнесу становила 92,8 млн осіб (72 % зайнятого населення). За останні 5 років європейським МСБ було забезпечено 85 % новостворених робочих місць у ЄС.

Рівень активності МСП у різних галузях може залежати від більш ніж одного сукупного фактора попиту. Простий аналіз кореляції показує, що, серед 12 галузей промисловості в ЄС-28 НФБС (нефінансовий бізнес-сектор), розвиток у більшості галузей корелюється із загальним зростанням ВВП ЄС-28 з 2008 р. по 2018 р. Однак вплив коливань на приріст різних компонентів сукупного попиту сильно змінювався (табл. 5):

- додана вартість виробничих галузей залежала від експорту товарів та послуг і, дещо меншою мірою, від валового нагромадження основного капіталу;

- зростання доданої вартості у будівництві співвідносилось із зростанням валового основного капіталу та меншою мірою з експортом товарів та послуг;

- зростання доданої вартості у "оптовій та роздрібній торгівлі та ремонті автомобілів та мотоциклів" було зумовлено змінами як у валовому формуванні основного капіталу, так і змінами у кінцевому споживанні домогосподарств;

- зростання доданої вартості в "транспортіванні та зберіганні" зумовлювалося головним чином зростанням

експорту товарів та послуг та валовим формуванням основного капіталу;

- зростання доданої вартості в "розміщенні та продовольчих послугах" відображало переважно зростання валового формування основного капіталу та кінцевого споживання домогосподарств;

- зростання доданої вартості в галузі "інформації та комунікацій", "професійної, наукової та технічної діяльності" та "адміністративної та допоміжної діяльності" залежало від зростання експорту товарів та послуг та формування валового основного капіталу;

- зміни доданої вартості в галузі "видобуток", "електропостачання, газ, пар та кондиціонування" та "водопостачання, каналізація, поводження з відходами та реконструкція" не зазнали сильного впливу зовнішнього з компонент сукупного попиту, а також навіть не сильно пов'язані зі змінами ВВП.

При цьому слід акцентувати, що, за підходом DNL, межа у 250 млн євро річних доходів є репрезентативною для віднесення підприємства до категорії малого чи середнього. Більше того, хоча кон'юнктуруформуючі фактори для них і єдині, але з різним ступенем чутливості, екзогенні фактори впливу, до яких ми зараховуємо ризики бізнес-середовища, відрізняються (табл. 6, табл. 7).

У США зафіксовано 30,7 мільйона малих підприємств, на які припадає 99,9 % всього бізнесу США.

**Таблиця 3. Внесок МСБ у розвиток нефінансових бізнес-секторів (НФБС) країн ЄС-28 та важливість обраних індустрій для МСБ у 2018 р.**

	Частка доданої вартості МСП в окремих індустріях					
	0% – < 20%	20% – < 40%	40% – < 60%	60% – < 80%	80% – 100%	
Частка доданої вартості для малого та середнього бізнесу в загальній доданій вартості МСП у НФБС	0% – < 2%	B07, C12, C19, C21, C29, C30, H53, J61	B05, B06, C11, C20, C24, C26, C27, D35, E36, H51, J60, M72, N78, N80	B09, C17, C22, C23, C32, E37, E38, F42, H50, J58, J63, N81	B08, C13, C14, C15, C16, C31, C33, I55, J59, M73, N77, N79,	C18, E39, M74, M75
	2% – < 4%	–	–	C10, C28, H49, H52, J62	C25, F41, G45, I56, M69, M70, M71	–
	4% – < 6%	–	–	–	–	L68
	6% – < 8%	–	–	G47	–	F43
	8% – < 10%	–	–	–	–	–
	10% – < 12%	–	–	–	–	–
	12% – < 14%	–	–	–	G46	–
	≥ 14%	–	–	–	–	–

Джерело: [25].

Адміністрація малого бізнесу (SBA) визначає малий бізнес як фірму, яка має менше 500 працівників. При цьому всі невеликі підприємства поділяються на підприємства з кількістю робітників до 20 осіб, від 20—100 осіб і від 100—499 осіб, а також на підприємства, в яких працюють наймані працівники, і на підприємства, власники яких функціонують без залучення найманого персоналу. Для порівняння, в Австралії компанії, які мають менше 15 працівників, вважаються малим бізнесом. Статистика малого бізнесу показує, що більшість підприємств США мають менше 500 працівників. На підприємства, які мають менше 100 працівників, припадає 98,2 %, а на працівників, які мають менше 20 працівників, припадає 89 % усіх підприємств країни.

Малий і середній бізнес США в 2019 році забезпечував 48 % від загального обсягу експорту. У сфері МСБ США працює більше 50 % працівників приватного сектора. Одна з трьох американських родин зайнята у різних сферах економіки США: у торговому, консалтинговому, фінансовому секторі, у виробничій сфері, у сфері інновацій та соціальних служб. Малі компанії забезпечують створення щорічно 1,5 млн робочих місць (що становить 64% від загальної кількості створених робочих місць в США). При цьому 42 % малих підприємств банкрутують через недостатній ринковий попит та нестачу фінансової ліквідності, визнаючи, що у 52 % з них є проблема недостатньої кваліфікації робочої сили.

Бізнес середовище, чи національне чи міжнародне, є важливим визначальним фактором так званого "оптимального розміру" фірми. Суворе оподаткування та регулювання можуть стримувати реєстрацію мікро- та малих підприємств, обмежувати вхід на ринок середніх фірм та гальмувати тим самим процес створення робочих місць (та зростання фірми), а погана мережева інфраструктура може збільшити факторні та транзакційні витрати. Ділове середовище також може змінити попит на ринку: регулювання шляхом відкриття чи закриття ринків (наприклад, сертифікація), транспортна інфраструктура шляхом закриття розриву з віддаленими ринками або містами через вплив на землеустрій та агломерацію. Фірми адаптуються до ринкових умов за допомогою різноманітних стратегій. Однак ті, що доступні для малого та середнього бізнесу, як правило, більш обмежені, ніж ті, які доступні більшим фірмам (наприклад, за допомогою економії масштабу).

Наприклад, фірми, орієнтовані на прибуток, прагнуть збільшити оборот за рахунок збільшення обсягу та / або ціноутворення, а також зменшити витрати різними способами (економія масштабу чи мережеві ефекти тощо). Малі та середні підприємства, через обмеження розміру, здебільшого покладаються на диференціацію продукції, мережеві ефекти (наприклад, стандартизацію, міжфірмову співпрацю) та ефекти агломерації (просторова концентрація) для збільшення прибутку. Водночас взаємозв'язок між ринковими умовами та фірмами не є однозначним. Бізнес-стратегії також можуть змінювати кон'юнктуру ринку, зокрема ринкові структури, що відображають розподіл ринкової сили та фірмових витрат, а отже, можливості для інновацій, отримання прибутку та збільшення масштабу (див. рис. 1).

Внутрішні ринки залишаються основним простором, де МСП ведуть бізнес, оскільки вони є переважно місцевими суб'єктами, вбудованими в сусідні ринки та екосистеми. Державні закупівлі пропонують значні можливості для впровадження інновацій в МСП, підвищення конкурентоспроможності та створення робочих місць. Державні закупівлі становлять 30% державних витрат у країнах ОЕСР, понад 40% в Японії та Нідерландах. У країнах ОЕСР близько половини МСП адмініструється на субнаціональному

Таблиця 4. Класифікатор економічної активності в ЄС (NACE 2)

B05	Видобуток вугілля та лігніту
B06	Видобуток сирої нафти і природного газу
B07	Добування металевих руд
B08	Інші галузі гірничодобувної промисловості
B09	Технічні послуги в галузі гірничодобувної промисловості
C10	Виробництво продуктів харчування
C11	Виробництво напоїв
C12	Виробництво тютюнових виробів
C13	Виробництво текстильних виробів
C14	Виробництво одягу
C15	Виробництво шкіряної продукції і такої, що відноситься до неї
C16	Виробництво дерев'яних та пробкових виробів, крім меблів; виробництво виробів з соломки та матеріалів для плетіння
C17	Виробництво паперу та паперової продукції
C18	Друк і відтворення записаних матеріалів
C19	Виробництво коксу і продуктів нафтопереробки
C20	Виробництво продуктів хімічної промисловості
C21	Виробництво основних фармацевтичних продуктів і препаратів
C22	Виробництво гумових та пластмасових виробів
C23	Виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції
C24	Металургійна промисловість
C25	Виробництво готових металевих виробів, крім машин і обладнання
C26	Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції
C27	Виробництво електричного устаткування
C28	Виробництво машин та устаткування, які не включені в інші категорії
C29	Виробництво автотранспортних засобів, трейлерів і напівпричепів
C30	Виробництво інших транспортних засобів
C31	Виробництво меблів
C32	Виробництво інших готових виробів
C33	Ремонт і установка машин і устаткування
D35	Електропостачання, подача газу, пари та кондиціонування
E36	Збір, обробка та розподілення води
E37	Каналізаційна система
E38	Збір, обробка та видалення відходів; утилізація відходів
E39	Рекультивация та інші послуги в області видалення відходів
F41	Будівництво будівель і споруд
F42	Цивільне будівництво
F43	Спеціалізовані будівельні роботи
G45	Оптова та роздрібна торгівля автомобілями та мотоциклами та їх ремонт
G46	Оптова торгівля, за винятком автомобілів і мотоциклів
G47	Роздрібна торгівля, за винятком автомобілів і мотоциклів
H49	Сухопутний транспорт і транспортування по трубопроводах
H50	Водний транспорт
H51	Повітряний транспорт
H52	Складське господарство та допоміжна транспортна діяльність
H53	Поштова та кур'єрська діяльність
I55	Умови проживання
I56	Послуги з надання продуктів харчування та напоїв
J58	Видавнича діяльність
J59	Виробництво кіно-, відеофільмів, і телевізійних програм, фонограм і музичних записів
J60	Діяльність зі створення програм і телерадіомовлення
J61	Телекомунікації
J62	Комп'ютерне програмування, консультації та інші супутні послуги
J63	Діяльність інформаційних служб
L68	Операції з нерухомим майном
M69	Діяльність в області права і бухгалтерського обліку
M70	Діяльність головних компаній; консультації з питань управління
M71	Діяльність в галузі архітектури, інженерних вишукувань, технічних випробувань та аналізу
M72	Наукові дослідження та розробки
M73	Рекламна діяльність і вивчення ринкової кон'юнктури
M74	Інша професійна, наукова та технічна діяльність
M75	Ветеринарна діяльність
N77	Оренда, прокат, лізинг
N78	Працевлаштування
N79	Діяльність туроператорів, турагентів та інших організацій, що надають послуги в сфері туризму
N80	Діяльність із забезпечення безпеки та розслідувань
N81	Діяльність в галузі обслуговування будівель і територій
N82	Діяльність в галузі адміністративно-управлінського, господарського та іншого допоміжного обслуговування

Джерело: [25].

**Таблиця 5. Значення коефіцієнта кореляції між річним приростом різних сукупних компонентів та річним зростанням вартості МСП у різних галузях (2008–2018 рр.)**

	ВВП	Кінцеве споживання домогосподарств	Кінцеве споживання уряду	Валове накопичення основного капіталу	Експорт товарів та послуг
1	2	3	4	5	6
Проживання та харчування	0.82	0.76	-0.07	0.88	0.72
Адміністративна та допоміжна сервісна діяльність	0.83	0.48	-0.56	0.77	0.91
Будівництво	0.91	0.78	-0.31	0.93	0.75
Постачання електрики, газу, пари та кондиціонування	0.42	0.09	-0.76	0.45	0.51
Інформація та комунікація	0.72	0.40	-0.54	0.75	0.79
Виробництво	0.93	0.64	-0.44	0.84	0.98
Видобуток та видобуток кар'єрів	0.48	0.12	-0.63	0.38	0.65
Професійна, науково-технічна діяльність	0.91	0.62	-0.51	0.87	0.96
Нерухомість	0.50	0.12	-0.61	0.43	0.54
Перевезення та зберігання	0.92	0.67	-0.45	0.88	0.94
Водопостачання, каналізація, по-водження з відходами та рекультивація	0.55	0.28	-0.25	0.41	0.70
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автомобілів та мотоциклів	0.82	0.78	0.04	0.83	0.64

Джерело: [23; 24].

рівні (по регіонах та містах, які задіяні у підтримці розвитку малого та середнього бізнесу та місцевої зайнятості).

Завдяки значній закупівлі товарів та послуг для проміжного споживання (обладнання та запаси, технічне обслуговування та ремонт, енергетика, ІКТ, консалтинг тощо) та формування попиту на послуги, що надаються безпосередньо споживачам, регіональні та місцеві органи влади є ключовими покупцями для місцевих постачальників. Зокрема, у малих муніципалітетах та сільській місцевості МСП мають високу залежність від місцевих

замовників, які можуть бути їх основним або справді єдиним клієнтом, що, у свою чергу, робить їх вразливими у періоди суворої економії та скорочення бюджету. Державні закупівлі пропонують переваги відносної стабільності попиту і безпеки платежів (наприклад, для розширення клієнтської бази або для переговорів щодо інших контрактів та фінансування).

Попри ці потенційні вигоди, частка МСП на ринках державних закупівель часто нижча, ніж їхня загальна частка на ринку. Наприклад, в ЄС МСП отримують 45% вартості державних контрактів вище порогових показ-

**Таблиця 6. ТОП 5 ризиків для малого бізнесу (< 250 млн євро річних доходів) у 2018 році за підходом DHL**

Місце в рейтингу		Відсоток	Місце в рейтингу 2017 р.	Тенденція
1	Зупинка виробництва (у т. ч. перебої в ланцюгах поставок)	33%	2 (27%)	↑
2	Інциденти кібербезпеки (кіберзлочинність, ІТ-збої, витік даних)	30%	6 (22%)	↑
3	Природні катастрофи (наприклад шторм, повінь, землетрус)	28%	4 (25%)	↑
4	Зміни ринку (мінливість, посилена конкуренція/нові учасники, злиття і поглинання, коливання ринку)	27%	1 (32%)	↓
5	Зміни в законодавстві та регулюванні (зміна уряду, економічні санкції, протекціонізм, Брекзит, дезінтеграція Єврозони)	22%	3 (26%)	↓

Джерело: [26].

**Таблиця 7. ТОП 5 ризиків для середнього бізнесу  
(250 млн євро — 500 млн євро річних доходів) в 2018 році за підходом DHL**

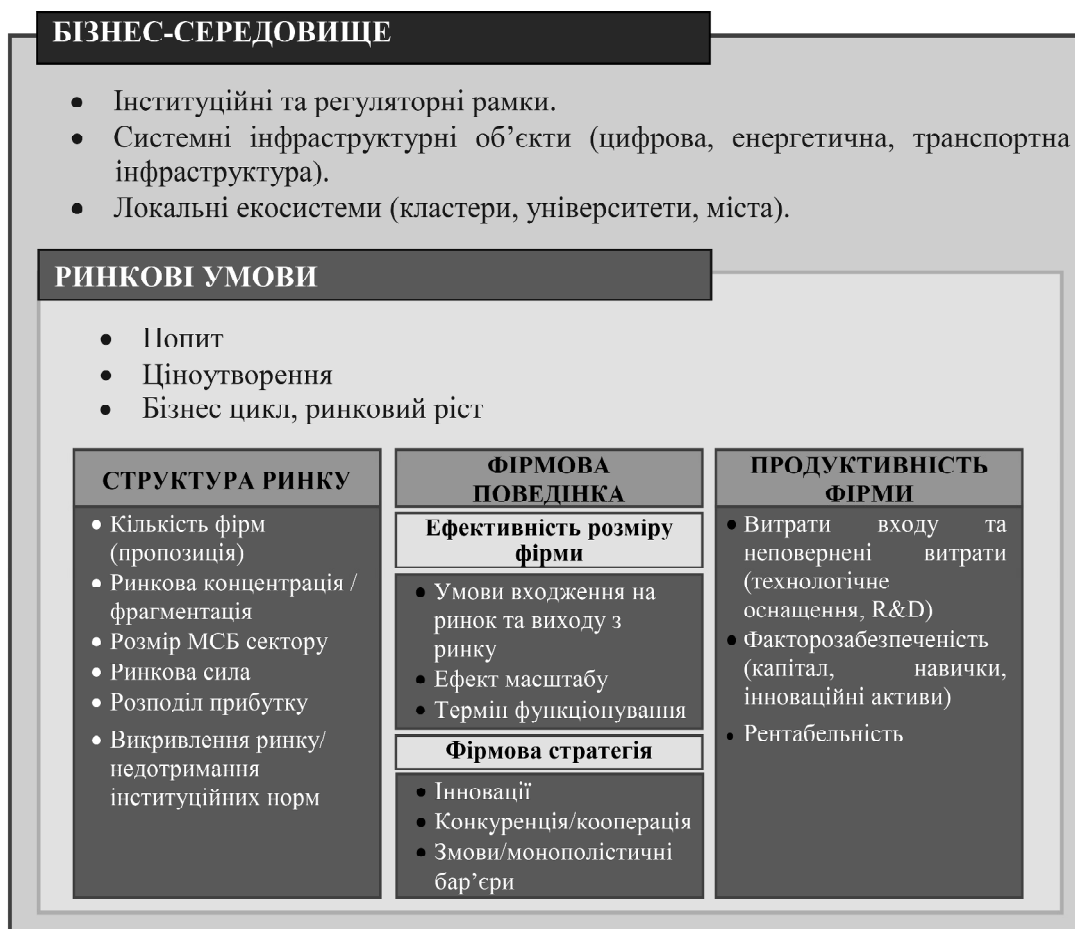
Місце в рейтингу		Відсоток	Місце в рейтингу 2017 р.	Тенденція
1	Інциденти кібербезпеки (кіберзлочинність, ІТ-збої, витік даних)	39%	3 (29%)	↑
2	Зупинка виробництва (у т. ч. перебої в ланцюгах поставок)	37%	1 (35%)	↓
3	Природні катастрофи (наприклад шторм, повінь, землетрус)	32%	5 (23%)	↑
4	Пожежа, вибухи	23%	7 (17%)	↑
5	Зміни ринку (мінливість, посилена конкуренція/нові учасники, злиття і поглинання, коливання ринку)	21%	2 (33%)	↓

Джерело: [26].

ників ЄС. З боку уряду, адміністративні тягарі, затримки платежів, нерегульовані депозити під заставу цінних паперів або гарантії виконання, неефективні механізми подання скарг і, в деяких випадках, хабарництво, підвищують трансакційні витрати для менших фірм, що працюють на публічних ринках, і підривають рівні умови. Ризики розголошення комерційної таємниці існують також тоді, коли компанії взаємодіють з органами державної влади та надають конфіденційну інформацію про бізнес у контексті тендерних процедур.

Існує велике різноманіття між країнами у можливостях та викликах, з якими стикаються малі та середні підприємства при доступі до ринків. Умови виходу на міжнародний та внутрішній ринки загалом покращилися для малих та середніх підприємств протягом останніх років, оскільки явні бар'єри для торгівлі та інвестицій були зменшені; посилена увага громадськості приділяється вирівнюванню ринкових умов та покращенню інфраструктури.

Глобальна економічна кон'юнктура, окрім умов внутрішнього та місцевого ринку, формує умови для



**Рис. 1. Структура ринку, фірмова поведінка та продуктивність фірми**

Джерело: [27].



МСП. Надійні макроекономічні та бюджетні умови піднімають бізнес, довіру інвесторів та споживачів, впливають на корпоративні інвестиційні рішення, заохочують ризикувати як підприємцям, так і інвесторам, а також стимулюють попит споживачів. Тенденції на міжнародних ринках фінансів та праці є визначальними для доступу вітчизняних малих та середніх підприємств до фінансування та (високо)кваліфікованої робочої сили. Глобалізація ринків фінансів, освіти та праці посилює резонанс локальних шоків у глобальному масштабі та глобальних шоків на місцевому рівні. Торгівельні та глобальні ланцюги вартості (GVC) створюють можливості для МСП поглинати переживи технологій та управлінських ноу-хау, розширювати та поглиблювати набір навичок, інновацій, масштабування та підвищення продуктивності праці.

**Зростання ефективного розміру фірми**

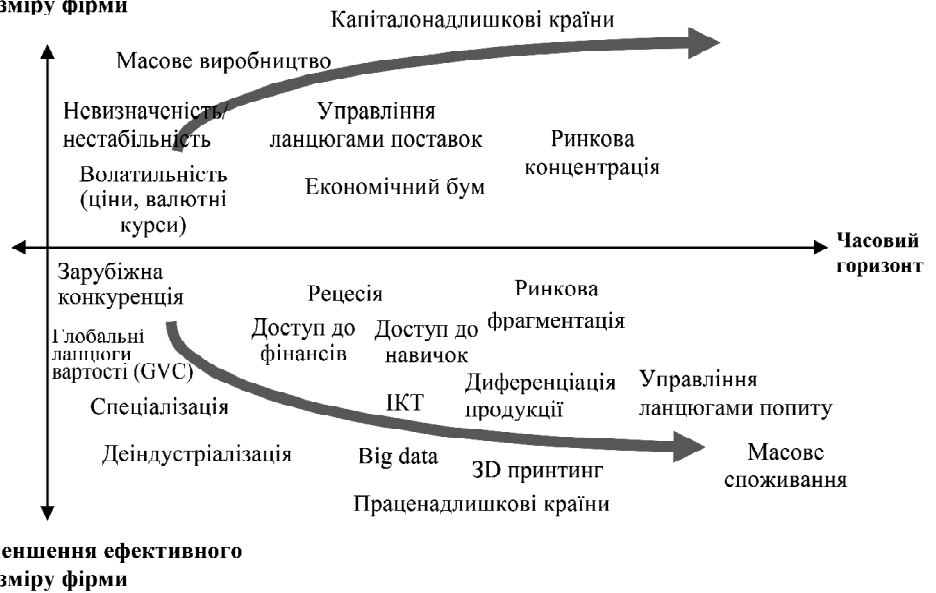


Рис. 2. Циклічні тренди, мегатренди і ефективний розмір фірми

Джерело: [27].

## ВИСНОВКИ

Малий та середній бізнес здійснює безпосередній вплив на економічну кон'юнктуру країни через множинні трансмісійні канали — як на рівні індивідумів, що приймають відповідні рішення, пов'язані з бізнес-діяльністю, так і на рівні фірми, й на макrorівні. Чим інноваційнішим є бізнес — тим вищим є його мультиплікаційний ефект. Добробут економічних агентів (підприємств) як результат їхньої самореалізації, так само як і зростаюча конкурентоспроможність фірм, результуються в показниках економічного росту країни. Виробництво, розподіл, обмін і споживання як центральні складові відтворювальної системи основних і похідних факторів кон'юнктури,

незалежно від структури економіки країни, відчувають на собі вплив малого та середнього бізнесу. Так само, як і малий та середній бізнес стає своєрідним заручником макроекономічної ситуації в країні, яка позначається на сукупному попиті (норма заощаджень та споживання, що визначає розмір попиту на товари, в тому числі, інноваційні, на місцевому ринку), продуктивності праці (відтік робочої сили та декваліфікація персоналу внаслідок падіння оплати праці) та продуктивності капіталу. Водночас ступінь цього впливу, а також канали трансмісії, відрізняються поміж країн, що залежить від: ступеня інтегрованості їхніх компаній в глобальні ланцюги вартості та глобальні ланцюги поставок; частки торгую-

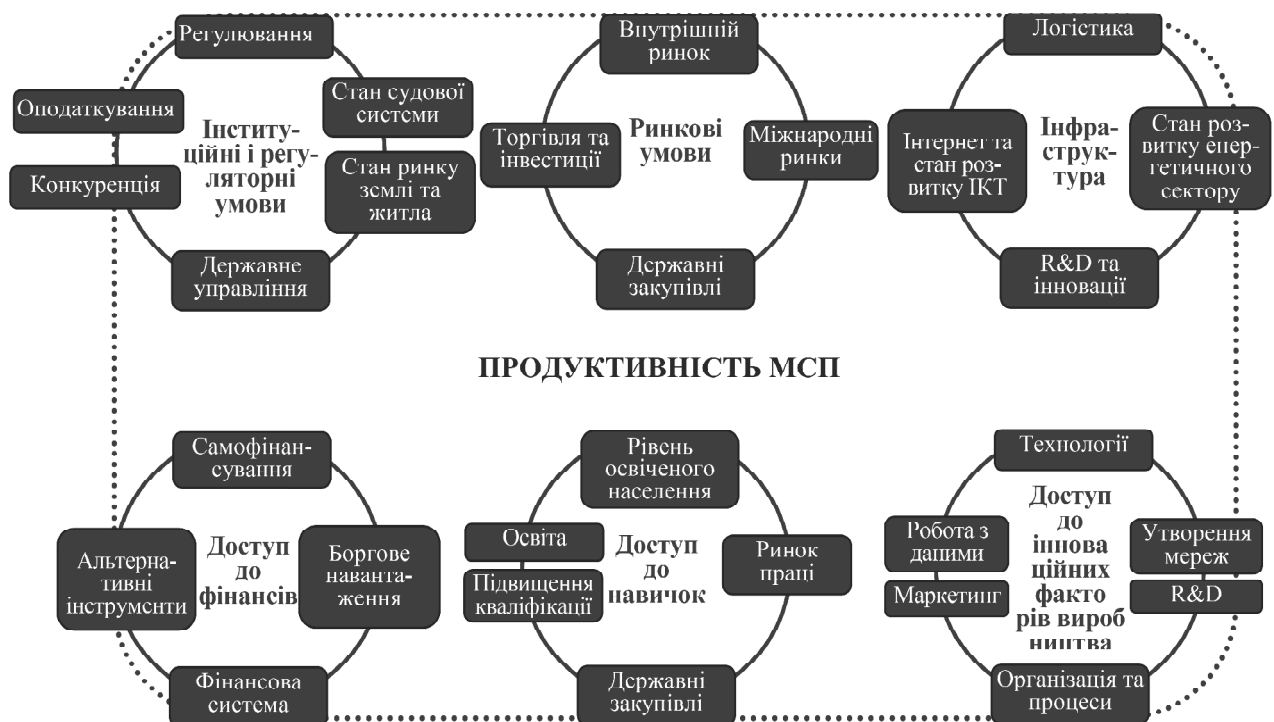


Рис. 3. Багатофакторний підхід ОЕСР до визначення впливу економічної кон'юнктури на розвиток МСП

Джерело: [27].

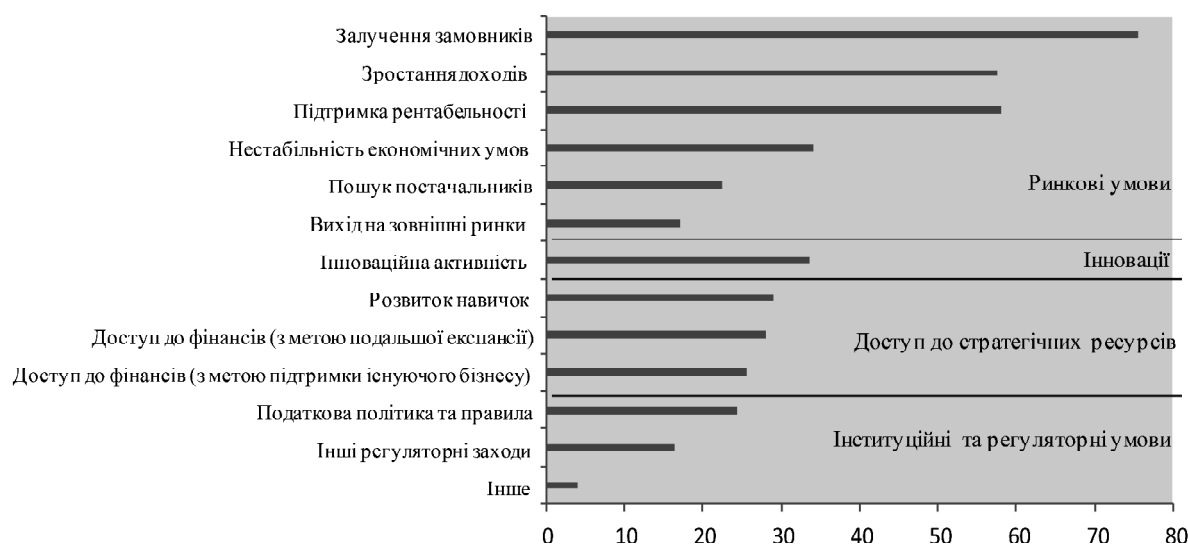


Рис. 4. Виклики для розвитку МСП з позицій економічної кон'юнктури, у %

Джерело: [28].

мих та неторгуємих товарів в структурі продажів; реакції як на екзогенні (шоки попиту; шоки пропозиції; стадії бізнес-циклу; кон'юнктура світових товарних ринків і т.д.), так і ендогенні (темпи росту ВВП; стадії бізнес-циклу; шоки попиту; шоки пропозиції; ступінь організаційної та фінансової підтримки бізнесу; ефективність застосування інструментів бюджетно-податкової та грошово-кредитної і валютної політик; жорсткі чи гнучкі ціни на робочу силу і т.д.) фактори впливу; політичної стабільності; стану соціально-економічного розвитку; структури економіки; вікової структури населення; рівня інституційного сприяння підприємницьким ініціативам (система стимулів та заохочень); рівня корупції; ступеня інвестиційної привабливості та ін.).

## Література:

1. Резнікова Н.В., Іващенко О.А., Курбала Н.В. Ідентифікаційні характеристики розвинених країн у мандах міжнародних організацій: ознаки передової економіки у фокусі дослідження. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 17—24.
2. Резнікова Н.В., Іващенко О.А., Курбала Н.В. Ретроспективний аналіз альтернативних підходів до виокремлення розвинених країн: фінансовий, індустріальний, цифровий та інноваційний виміри розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8172>
3. Vernon R. The product cycle hypothesis in a new international environment. *Oxford bulletin of economics and statistics*. 1979. Vol. 41 (4). P. 255—267.
4. Taylor M. The product-cycle model: a critique. *Environment and Planning A*. 1986. Vol. 18 (6). P. 751—761.
5. Rasul F. Drivers of Entrepreneurship: Linking with Economic Growth and Employment Generation (A Panel Data Analysis). *Pakistan development review*. 2012. Vol. 51 (4). P. 587—605.
6. Cantillon R. An Essay on Economic Theory: An English Translation of Richard Cantillon's *Essai sur la Nature du Commerce en General*. Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute, 2011. 252 p.
7. Stevenson H.H., Jarillo J.C.A. Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*. 1990. Vol. 11. P. 17—27.
8. Stopford J.M., Baden-Fuller C.W.F. Creating Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*. 1994. Vol. 15. P. 521—536.
9. Baumol W. J. Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*. 1993. Vol. 8. P. 197—210.
10. Baumol W.J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. P. 893—921.
11. Lucas R.E. On the Size Distribution of Business Firms. *Bell Journal of Economics*. 1978. Vol. 9 (2). P. 508—523.
12. Hebert R.F., Link A.N. In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 1989. Vol. 1. P. 39—49.
13. Іващенко О.А., Резнікова Н.В. Роль монетарної політики в досягненні економічної стабільності: асиметрії трансмісійного механізму. *Економіка та держава*. 2016. № 3. С. 7—12.
14. Резнікова Н.В. Проблемы глобальной макроэкономической взаимозависимости. *Modern Science — Modernh veda*. 2016. № 2. P. 52—55.
15. Резнікова Н.В., Рубцова М.Ю. Міжнародна макроекономіка: теорія і практика. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 364 с.
16. Резнікова Н.В. Теоретико-методологічні підходи до визначення природи економічних дисбалансів в контексті кризових потрясінь. *Вісник Донецького національного університету*. 2012. № 1. С. 153—157.
17. Рубцова М.Ю., Резнікова Н.В. Порівняльна та конкурентна переваги в міжнародному бізнесі: теоретико-методологічні підходи до пошуку їхнього синтезу. *Міжнародні відносини. Серія "Економічні науки"*. 2016. № 8. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3516/3188](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3516/3188)
18. Reznikova N., Rubtsova M., Yatsenko O. The role of innovation clusters in building up investment and innovation strategies in the crossborder cooperation context. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2020. Вип. 142. С. 85—98.
19. Іващенко О.А., Резнікова Н.В. Поляризація й нерівномірність економічного розвитку як домінуюча ознака сучасного етапу глобалізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 7—12.
20. Іващенко О.А., Резнікова Н.В. Проблема економічного розвитку та зростання в контексті подолання глобальних асиметрій. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2016. Т. 21. Вип. 1. С. 55—58.
21. Іващенко О.А., Резнікова Н.В. Перспективи формування нових центрів економічного зростання в умовах нової норми світової економіки як прояв неозалежності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 11. С. 5—9.
22. Ivashchenko O., Reznikova N. Projections of deglobalization in the contemporary international economic

relations in the context of the paradigm of globalism. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. 2018. Вип. 15. С. 98—106.

23. Annual Report on European SMEs 2018/2019 — A Partial and Fragile Recovery. 2019. URL: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2019/annual-report-smes-2019\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2019/annual-report-smes-2019_en.pdf)

24. Clark D. Number of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in the European Union in 2018. 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/878412/number-of-smes-in-europe-by-size/>

25. Statistical Classification of Economic Activities in the European Community. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Statistical\\_Classification\\_of\\_Economic\\_Activities\\_in\\_the\\_European\\_Community](https://en.wikipedia.org/wiki/Statistical_Classification_of_Economic_Activities_in_the_European_Community)

26. What risks do businesses face in 2018 — Allianz Risk Barometer. URL: <http://www.delivered.dhl.com/en/articles/2018/01/what-risks-do-businesses-face-in-2018-allianz-risk-barometer.html>

27. Official website of OECD iLibrary. URL: <https://www.oecd.org> <https://www.oecd-ilibrary.org/>

28. Global State of Small Business Report — Wave III Update. 2020. URL: <http://www.oecd.org/industry/business-stats/the-future-of-business-survey.htm>

## References:

1. Reznikova, N. Ivashchenko, O. and Kurbala, N. (2020), "Identifiers of developed countries in international organizations' mandates: the features of an advanced economy in the research focus", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 9, pp. 17—24.

2. Reznikova, N. Ivashchenko, O. and Kurbala, N. (2020), "A retrospective analysis of alternative approaches to grouping of developed countries: financial, industrial, digital and innovative dimensions of development", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8172> (Accessed 2 Oct 2020).

3. Vernon, R. (1979). "The product cycle hypothesis in a new international environment", *Oxford bulletin of economics and statistics*, vol. 41, no. 4, pp. 255—267.

4. Taylor, M. (1986), "The product-cycle model: a critique. Environment and Planning A", vol. 18, no. 6, pp. 751—761.

5. Rasul, F. (2012), "Drivers of Entrepreneurship: Linking with Economic Growth and Employment Generation (A Panel Data Analysis)", *Pakistan development review*, vol. 51, no. 4, pp. 587—605.

6. Cantillon, R. (2011), *An Essay on Economic Theory: An English Translation of Richard Cantillon's Essai sur la Nature du Commerce en General*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Alabama, US.

7. Stevenson, H. H. and Jarillo, J. C. A. (1990), "Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management", *Strategic Management Journal*, vol. 11, pp. 17—27.

8. Stopford, J. M. and Baden-Fuller, C. W. F. (1994), "Creating Corporate Entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, vol. 15, pp. 521—536.

9. Baumol, W. J. (1993), "Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds", *Journal of Business Venturing*, vol. 8, pp. 197—210.

10. Baumol, W. J. (1990), "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy*, vol. 98, pp. 893—921.

11. Lucas, R. E. (1978), "On the Size Distribution of Business Firms", *Bell Journal of Economics*, vol. 9, no. 2, pp. 508—523.

12. Hebert, R. F. and Link, A. N. (1989), "In Search of the Meaning of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, vol. 1, pp. 39—49.

13. Ivashchenko, O. and Reznikova, N. (2016), "The role of monetary policy in attaining economic stability: the

asymmetries of transmission mechanism", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 3, pp. 7—12.

14. Reznikova, N. (2016), "Challenges of global macroeconomic interdependence", *Modern Science — Modern veda*, vol. 2, pp. 52—55.

15. Reznikova, N. and Rubtsova, M. (2019), *Mizhnarodna makroekonomika: teoriya i praktyka* [International macroeconomics: theory and practice], Ahrar Media Hrup, Kyiv, Ukraine.

16. Reznikova, N. (2012), "Theoretical and methodological approaches to determining the nature of economic imbalances in the context of crisis shocks". *Bulletin of Donetsk National University*, vol. 1, pp. 153—157.

17. Rubtsova, M. and Reznikova, N. (2016), "Comparative and competitive advantages in international business: theoretical and methodological approaches to the search for their synthesis", *International Relations. Series "Economic Sciences"*, [Online], vol. 8, available at: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3516/3188](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3516/3188) (Accessed 4 Oct 2020).

18. Reznikova, N. Rubtsova, M. and Yatsenko, O. (2020), "The role of innovation clusters in building up investment and innovation strategies in the crossborder cooperation context", *Actual Problems of International Relations*, vol. 14, pp. 85—98.

19. Ivashchenko, O. and Reznikova, N. (2016), "Polarization and variance of economic development: a dominant feature in the current phase of globalization", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 4, pp. 7—12.

20. Ivashchenko, O. and Reznikova, N. (2016), "The problem of economic development and growth in the context of overcoming global asymmetries", *Bulletin of Odessa National University. Economy*, vol. 21, no. 1, pp. 55—58.

21. Ivashchenko, O. and Reznikova, N. (2017), "Prospects for the emerging new centers of economic growth in the context of new norm of the global economy: a manifestation of neo-dependence", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 11, pp. 5—9.

22. Ivashchenko, O. and Reznikova, N. (2018), "Projections of deglobalization in the contemporary international economic relations in the context of the paradigm of globalism", *Bulletin of Mariupol State University. Series: Economics*, vol. 15, pp. 98—106.

23. European Commission (2019), "Annual Report on European SMEs 2018/2019 — A Partial and Fragile Recovery", available at: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2019/annual-report-smes-2019\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2019/annual-report-smes-2019_en.pdf) (Accessed 4 Oct 2020).

24. Clark, D. (2020), "Number of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in the European Union in 2018", [Online], available at: <https://www.statista.com/statistics/878412/number-of-smes-in-europe-by-size/> (Accessed 4 Oct 2020).

25. wikipedia (2020), "Statistical Classification of Economic Activities in the European Community", available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Statistical\\_Classification\\_of\\_Economic\\_Activities\\_in\\_the\\_European\\_Community](https://en.wikipedia.org/wiki/Statistical_Classification_of_Economic_Activities_in_the_European_Community) (Accessed 4 Oct 2020).

26. DHL (2018), "What risks do businesses face in 2018 — Allianz Risk Barometer", available at: <http://www.delivered.dhl.com/en/articles/2018/01/what-risks-do-businesses-face-in-2018-allianz-risk-barometer.html> (Accessed 4 Oct 2020).

27. The official site of OECD iLibrary (2020), available at: <https://www.oecd.org> <https://www.oecd-ilibrary.org/> (Accessed 8 Oct 2020).

28. The official site of OECD (2020), "Global State of Small Business Report — Wave III Update", available at: <http://www.oecd.org/industry/business-stats/the-future-of-business-survey.htm> (Accessed 8 Oct 2020).

Стаття надійшла до редакції 12.10.2020 р.