

Мица В. В.
керівник Центру доуніверситетської підготовки
та роботи з іноземними громадянами,
Ужгородський національний університет

Mitsa V. V.
Head of the Center for Pre-University Preparation
and Work with Foreign Citizens,
Uzhhorod National University

МАЛИЙ БІЗНЕС ЯК СУБ'ЄКТ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ РЕГІОНУ

Анотація. У статті здійснено аналіз основних підходів сучасних науковців до трактування поняття «мале підприємство». З'ясовано визначальні особливості, характерні для малого підприємства як суб'єкта ринкової економіки. Наведено низку вирішальних обставин, від яких залежить успішне господарювання малих підприємств. Охарактеризовано причини динамічного розвитку малого підприємства на території нашої країни. Визначено основні переваги та недоліки функціонування малого бізнесу.

Ключові слова: економіка, ринок, ринкова економіка, підприємство, мале підприємство.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світової економіки, а також національних та регіональних економік неможливий без активізації процесів підприємницької діяльності. Вкладення інвестицій у малий бізнес є важливим елементом економічного успіху держави загалом чи окремих регіонів зокрема, що є свідченням багатьох країн світу. Малі підприємства здійснюють вагомий вплив на насичення ринку необхідними товарами широкого вжитку як на кількісному, так і на якісному рівнях, що, безумовно, сприяє розвитку НТП. Діяльність таких підприємств приводить до створення додаткових робочих місць, а отже, покращує загалом соціально-економічну ситуацію країни або окремого регіону та сприяє вирішенню багатьох інших актуальних суспільних проблем. Пріоритетним напрямом розвитку економічно успішних держав завжди була всебічна підтримка малого бізнесу, сприяння залученню працездатного населення до підприємницької діяльності. Таким чином, перед державою та суспільством постає завдання ретельного аналізу сутності та особливостей малого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних аспектів та особливостей розвитку малого підприємства як суб'єкта ринкової економіки присвятили свою увагу такі науковці, як Т. Білик [1], О. Білорус [2], Н. Волощук [3], О. Гетьман [4], О. Матусова [5], А. Омаров [6], О. Пукало [7], О. Рибак [8], В. Фролова [9], О. Черняєва [10] та ін.

Низка питань щодо теоретико-методичної сутності малого підприємства як суб'єкта ринкової економіки потребують детального розгляду та уточнення у зв'язку з мінливими економічними умовами.

Мета статті полягає у з'ясуванні сутності та особливостей малого підприємства як суб'єкта ринкової економіки.

Результати дослідження. Підприємство є соціально-економічним інститутом і невід'ємним складником господарської системи країни. Відповідно до цих положень підприємницька діяльність є узаконеною формою господарювання. Зміни законодавства привели до паніки серед підприємців, що відобразилось у масовому закритті суб'єктів малого бізнесу, а саме фізичних осіб-підприємців. Показники ефективності та рентабельності господарської діяльності суб'єктів малого бізнесу є значно нижчими порівняно з розвиненими країнами. Це пов'язано з

тим, що складність економічних умов сучасної України та непроста політична ситуація в державі не сприяють успішному розвитку малого підприємства. Негативно позначилася на процесах розвитку і світова економічна криза, тому що економіка України не є орієнтованою лише на внутрішній ринок, а тісно пов'язана з європейськими та світовими тенденціями.

Водночас для розвинутих держав світу характерною є інтеграція малого підприємства як соціально-економічного явища в загальну кон'юнктуру економіки, формуючи змішаний тип економіки. Термін розвитку українського підприємства налічує лише декілька десятиліть, тому ця соціально-економічна категорія потребує глибоких теоретичних досліджень, чіткого визначення місця цього явища в суспільстві та державі, виокремлення пріоритетів та шляхів розвитку з метою подолання економічних та соціальних негараздів і кризових суспільно-економічних проблем.

Варто відзначити, що спочатку підприємницьку діяльність розглядали винятково з позиції здійснення виробничої чи комерційної (торговельної) діяльності. Однак для більш глибокого розуміння сутності досліджуваного явища пропонуємо здійснити аналіз основних підходів сучасних науковців до трактування поняття «мале підприємство» (див. табл. 1).

Проаналізувавши основні підходи науковців до трактування досліджуваного поняття, можемо запропонувати власне визначення. На наш погляд, мале підприємство – це типологічна форма підприємства, заснована на прийнятті інноваційних рішень щодо раціонального використання наявного ресурсного потенціалу, характеризується свободою вибору методів та форм менеджменту та здійснюється з метою максимізації прибутку.

Мале підприємство залишається одним із найбільш впливових секторів економіки і водночас, як показує досвід, дає право вирішувати серйозні проблеми соціально-економічного та політичного напрямку. В умовах євроінтеграції мале підприємство є найбільш дієвим інструментом зростання обсягів національного виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг першої необхідності, вирішує першочергові проблеми зайнятості та належного рівня життя і розвитку суспільства.

Якщо зіставити сучасні критерії віднесення суб'єктів до малого підприємства, то саме підприємець є одним

Основні підходи науковців до трактування поняття «мале підприємництво»

№	ПІБ автора	Рік	Сутність поняття
1.	О. Гетьман	2012	мале підприємництво – це самостійна господарська діяльність малих підприємств та громадян-підприємців, яка ведеться з метою отримання прибутку [4].
2.	О. Білорус	2014	мале підприємництво – це особливий підвид підприємництва, що полягає у створенні і практичній реалізації нового економічного процесу або здійсненні особливого внеску у вже існуючий економічний процес, пов'язаний із підприємницькою діяльністю громадян – фізичних осіб та з функціонуванням малих підприємницьких структур різних форм власності та організаційно-правових форм з метою отримання прибутку за умови особистої зацікавленості суб'єкта підприємництва в ній і необхідності задоволення при цьому певних потреб суспільства [2].
3.	Н. Волощук	2015	мале підприємництво є особливим видом господарської діяльності з врахуванням творчих здібностей підприємця та інноваційних підходів, що базується на самозайнятості підприємців та членів його родини, власному ризику і майновій відповідальності, спрямований на отримання прибутку та за певними критеріями визначений чинним законодавством [3].
4.	О. Матусова	2016	мале підприємництво – сектор регіональної економіки, в якому функціонують суб'єкти підприємницької діяльності різних організаційно-правових форм, що здійснюють самостійну, інноваційну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність з метою отримання економічного і соціального ефекту [5].
5.	О. Черняєва та А. Гриненко	2017	під малим підприємництвом розуміється не тільки цілеспрямована підприємницька діяльність фізичної чи юридичної особи, що пов'язана з підвищеним ризиком, заснована на використанні інноваційної ідеї, основною метою якої є максимізація прибутку за рахунок виробництва і продажу товарів, виконання різних робіт і надання різноманітних послуг з обов'язковим дотриманням норм законодавства, а також відповідність критеріям віднесення до малого підприємництва [10].
6.	В. Фролова	2017	мале підприємництво є самостійним органічним елементом ринкової економіки, який базується на ініційованій ризиковій господарській діяльності малих підприємств та фізичних осіб-підприємців з метою отримання додаткового прибутку [9].
7.	О. Пукало	2017	мале підприємництво – це самостійна діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, наданням послуг тощо з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними і юридичними особами, що зареєстровані як суб'єкт підприємницької діяльності, передбачені законодавством [7].

із ключових суб'єктів цієї форми організації бізнесу, яку так широко досліджувало багато науковців. Однак із розвитком ринкових відносин все ширшого розгляду набувають вчення, присвячені дослідженню відмінностей між власниками капіталу, підприємцями та менеджером. Це спонукало до виникнення великої кількості нових форм підприємницької діяльності корпоративних та індивідуальних компаній, де власник капіталу уже не виступав у ролі підприємця, а підприємець відповідно – власником капіталу, а роль менеджера зводилася до професійної діяльності, виконання функції управління діяльністю суб'єкта господарювання. В Україні суб'єктами малого підприємництва є:

– категорія фізичних осіб, які у законному порядку зареєструвалися як фізичні особи-підприємці з середньою кількістю кадрів на підприємстві не більше 50 осіб та річним доходом не більше ніж 10 млн. євро, розрахованим відповідно до середньорічного курсу НБУ.

– категорія юридичних осіб – це господарські суб'єкти з будь-якою організаційно-правовою формою діяльності, для яких характерний кадровий склад у межах 50 осіб та обсяг річного доходу не більше ніж 10 млн. євро, розрахованого відповідно до середньорічного курсу НБУ.

Сфера малого підприємництва як одного з суб'єктів ринкової економіки характеризується низкою визначальних особливостей [1]:

– економічна відособленість, незалежність суб'єктів господарювання щодо вибору напрямів та методів менеджменту, однак необхідність врахування кон'юнктури ринку та нормативно-правового забезпечення;

– несення відповідальності за прийняті рішення, вплив наслідків та пов'язаних з цим ризиків;

– орієнтація на комерційний успіх, що передбачає головним чином максимізацію прибутку, реалізацію своїх ідей та бачень стосовно пріоритетного напрямку розвитку господарської діяльності. Водночас із задоволенням своїх суто особистих інтересів підприємець створює умови для досягнення суспільного добробуту.

Слід погодитися з А. Омаровим у тому, що для інноваційної здатності малого підприємництва характерною є низка вирішальних обставин, від яких залежить успіх функціонування малого підприємства [6]:

1) наявність у підприємця творчого інтелекту, таланту, ініціативності, креативності;

2) прагнення підприємця до самостійності та незалежності під час прийняття вирішальних рішень, тобто до відсутності бюрократії;

3) потреба у відносно невеликому обсязі стартового капіталу, необхідного для освоєння нової технології та реалізації її на практиці;

4) оперативне налагодження операційної діяльності у зв'язку з можливістю втрати інноваційної ідеї;

5) порівняно швидка фінансова віддача, що пов'язано зі скороченням строків на реєстрацію підприємства та старт бізнес-діяльності.

Динамічність розвитку малого підприємництва на території України зумовлена низкою причин організаційно-економічного характеру.

1. Відбувається значний вплив суттєвих організаційно-технологічних змін, у результаті яких відбулася трансформація співвідношення між великомасштабними та малими

виробництвами, зокрема слід виділити процеси диверсифікації, модернізації виробництва, реструктуризації, приватизації, раціоналізації структури зайнятості.

2. Останніми роками сформувалася нова схема розподілу праці, пов'язана з динамізмом ринкового середовища, явищами глобалізації, розвитком інформаційно-комунікаційного середовища тощо. Особливості заснування малих підприємств дають змогу швидше заповнювати вільні ніші на ринку, які не викликають інтерес у керівників великих корпорацій.

3. Розвиток конкуренції на ринку дозволив суб'єктам малого підприємства в повному обсязі використати свої інноваційно-технологічні переваги.

Аналізуючи діяльність, особливості розвитку та інші аспекти малого підприємства, слід звернути увагу і визначити низку переваг цього виду економічної діяльності. Основні з них пропонуємо систематизувати таким чином:

1) економіко-виробнича перевага (проявляється у тому, що цей ринок є гнучким та динамічним, здатним швидко адаптуватися до мінливого середовища);

2) інституційна перевага (доступ до малого бізнесу та входження в цей сектор економіки є відкритим для громадян України);

3) соціально-економічна перевага (завдяки розвитку малого підприємства створюються нові робочі місця та у зв'язку з цим вирішується низка соціальних питань);

4) соціально-психологічна перевага (сприятливі умови ведення малого бізнесу підвищують мотивацію до праці та розвитку інноваційного потенціалу підприємств).

Окрім переваг малого підприємства, слід вказати і на недоліки, притаманні цьому виду економічної діяльності. Основні з них так:

1) недостатня кількість фінансових коштів, що є наслідком використання лише власного капіталу або залучення позичкових коштів, що ускладнено кризовою економічною ситуацією та відсутністю цільової продуманої кредитної політики;

2) низький рівень належного сировинного та технічного оснащення порівняно з великими підприємствами;

3) серйозна залежність діяльності підприємства від монопольного замовника або постачальника, що обмежує здатність до маневру;

4) високий рівень впливу ринкової кон'юнктури;

5) досить низька доля продукції виробництва на товарному ринку;

6) високий рівень ризику банкрутства;

7) сильний вплив зовнішніх економіко-кризових факторів порівняно з представниками середнього та великого бізнесу (інфляція, економічний спад, вплив монополії, нечесна конкуренція тощо).

Також вважаємо за доцільне вказати на чинники, що негативно впливають на розвиток малого підприємства, такі як високі ставки для отримання кредиту (від 19% до 30% річних), інфляція, нестабільна податкова система, нерівні умови конкуренції, корупція, адміністративні перешкоди в реєстрації підприємства.

Висновки. Як результат здійсненого аналізу основних підходів сучасних науковців до трактування поняття «мале підприємство» виявлено, що цю дефініцію слід розуміти як типологічну форму підприємства, засновану на прийнятті інноваційних рішень щодо раціонального використання наявного ресурсного потенціалу, яка характеризується свободою вибору методів та форм менеджменту та здійснюється з метою максимізації прибутку.

Виявлено, що мале підприємство в нашій країні має низку переваг, до яких належать: раціональна організація виробництва, здатність до швидкої й адекватної реакції на зміни економічної ситуації, мобільність та гнучкість у прийнятті рішень. Разом із тим, незважаючи на переваги та доведену світовим досвідом успішність малого бізнесу, недоліки та можливі ризики ще не дозволили цьому сегменту економіки здійснити дієвий вплив на економічний та соціально-політичний розвиток країни. Серед причин такого стану справ можемо зазначити відсутність зваженої державної політики щодо фінансування або фінансово-економічного стимулювання успішних бізнес-проектів, сприяння створенню системи стимулюючого кредитування, недосконалість податкового механізму, низький рівень сприяння малому бізнесу на рівні регіонів та міст із боку влади.

Пріоритетними напрямками майбутніх наукових розвідок має стати теоретичне обґрунтування розвитку співпраці суб'єктів малого підприємства з міжнародними організаціями та бізнес-структурами, що, в свою чергу, повинно сприяти інноваційному та науково-технічному розвитку малого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Білик Т.О. Мале підприємство: розвиток та прибутковість / Т.О. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 10. С. 78–84.
2. Білорус О.Г. Фінансові та грошово-кредитні чинники інвестиційно-інноваційного розвитку малого та середнього бізнесу / О.Г. Білоус // Банківська справа. 2014. № 1. С. 14–18.
3. Волощук Н.Ю. Теоретичні підходи до дослідження сутності категорії малого підприємства / Н.Ю. Волощук // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка. 2015. Вип. 2(2). С. 13–17.
4. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 488 с.
5. Матусова О.М. Сутність і класифікація малого сільського підприємства / О.М. Матусова // Проблеми і перспективи розвитку підприємства. 2016. – № 1. С. 12–17.
6. Омаров А.М. Господарсько-правове забезпечення малого підприємства в Україні / А.М. Омаров // Економічна теорія та право. 2016. № 1. С. 159–170.
7. Пукало О. Теоретичні проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / О. Пукало // Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2017. № 4. С. 31–37.
8. Рибак О.В. Розвиток малого підприємства в регіоні: теоретичні засади, проблеми та перспективи / О.В. Рибак // Економічний вісник Донбасу. 2010. № 2. С. 96–100.
9. Фролова В.Ю. Актуальні проблеми діяльності суб'єктів малого підприємства в Україні / В.Ю. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 1(37). С. 16–34.
10. Черняєва О.В. Сутність і значення малого підприємства у світовій економіці / О.В. Черняєва, А.Ю. Гриненко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 3(08). С. 33–42.

МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК СУБЪЕКТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА

Аннотация. В статье осуществлен анализ основных подходов современных ученых к трактовке понятия «малое предпринимательство». Выявлены определяющие особенности, характерные для малого предпринимательства как субъекта рыночной экономики. Приведен ряд решающих обстоятельств, от которых зависит успешное хозяйствование малых предприятий. Охарактеризованы причины динамичного развития малого предпринимательства на территории нашей страны. Определены основные преимущества и недостатки функционирования малого бизнеса.

Ключевые слова: экономика, рынок, рыночная экономика, предпринимательство, малое предпринимательство.

SMALL BUSINESS AS A SUBJECT OF THE ECONOMIC SYSTEM OF THE REGION

Summary. The article analyzes the main approaches of modern scholars to the interpretation of the concept of “small business”. The defining features, characteristic for small business, as the subject of a market economy are found out. The following is a list of decisive circumstances on which the successful management of small enterprises depends. The reasons for the dynamic development of small business in the territory of our country are described. The main advantages and disadvantages of functioning of small business are determined.

Key words: economy, market, market economy, entrepreneurship, small business, small business.

УДК 658.589:658.8

Носач Н. М.

*аспірант кафедри фінансів, аналізу та страхування
Харківського державного університету харчування та торгівлі*

Nosach N. M.

*Postgraduate student of Department of Finance, Analysis and Insurance
Kharkov State University of Food Technology and Trade*

ІННОВАЦІЇ ЯК СТИМУЛЮЮЧИЙ ФАКТОР ЗРОСТАННЯ ОБСЯГУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація. Диспропорції у темпах зростання товарообороту та реальних доходів домогосподарств внаслідок погіршення споживчих настроїв спонукають продавців до певних інноваційних дій з метою стимуляції торговельних операцій. На підставі результатів аналізу тенденцій соціально-економічного розвитку Харківського регіону в роботі визначено роль інновацій як стимулюючого фактору зростання обсягів реалізації підприємств роздрібною торгівлю. Систематизовано групи інновацій підприємств торгівлі залежно від ступеня їх віддаленості від кінцевого споживача; запропоновано узагальнену класифікацію типів інновацій торговельних підприємств як основи їх стратегічного розвитку.

Ключові слова: інновації, інноваційні форми торгівлі, типи інновацій, роздрібна торгівля, обсяг реалізації.

Вступ та постановка проблеми. Торговля відіграє багатоаспектну роль у соціально-економічному розвитку суспільства, що, зокрема, проявляється у задоволенні потреб споживачів, збалансуванні виробництва та споживання, забезпеченні зайнятості населення, формуванні валового внутрішнього продукту держави тощо. Мінливість сучасних умов господарювання, посилення впливу зовнішніх і внутрішніх дестабілізаційних факторів на ефективність функціонування підприємницьких структур у цій сфері зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів управління комерційною діяльністю підприємств роздрібною торгівлю, спрямованих на зростання обсягів реалізації, прибутковості, конкурентоспроможності та одночасне задоволення інтересів як власників цих підприємств, так і стейкхолдерів. Досвід розвинених країн свідчить, що підвищення якості обслуговування, рівня організації, привабливості та розвитку торговельного підприємства як головних умов зростання обсягів реалізації товарів і, відповідно, прибутковості досягається завдяки впровадженню торговельних інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичних, організацій-

них та методологічних основ впровадження інновацій у діяльність торговельних підприємств зробили провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, як О.О. Бакунов, Е. Блондо, А.Ю. Голобородько, Т.В. Дубовик, І.В. Колодяжна, А.М. Несторенко, Б. Санто, Л.І. Федулова, В.Ю. Філіппов, Й. Шумпетер та інші. Сучасний стан соціально-економічного розвитку Харківського регіону, як і України загалом, характеризується значними диспропорціями в динаміці показників товарообороту підприємств торгівлі, реальних доходів населення, купівельної спроможності тощо. Тому, незважаючи на теоретичну і практичну цінність напрацьованих науковців, можна констатувати, що недостатньо дослідженими залишаються проблеми оптимального вибору інноваційних інструментів та форм торгівлі як стимуляторів забезпечення стабільного зростання обсягів реалізації підприємств роздрібною торгівлю.

Метою статті є систематизація інноваційних форм торгівлі та визначення ролі інновацій як стимулюючого фактору зростання обсягів реалізації підприємств роздрібною торгівлю Харківського регіону.

Результати дослідження. У попередніх дослідженнях нами було виявлено, що темпи зростання товарообороту