

УДК 334.012.64:332.122

В. В. Міца,

*провідний спеціаліст підготовчого відділення факультету післядипломної освіти та доуніверситетської підготовки, Ужгородський національний університет, м. Ужгород*

## МАЛИЙ БІЗНЕС У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ (СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ)

V. Mitsa,

*Uzhhorod National University, Uzhhorod*

SMALL BUSINESS IN MODERN MARKET CONDITIONS (SOCIAL ASPECTS)

*У статті досліджено теоретичні аспекти функціонування малого бізнесу в сучасних умовах як в європейських країнах, так і в Україні. Наголошено на важливості збільшення частки малого підприємництва в національній економіці та охарактеризовано роль та значення соціальної функції, яку виконують суб'єкти малого бізнесу. Запропоновано шляхи активізації поступального розвитку сектору малого підприємництва та окреслено соціально-економічний ефект від вжиття цих заходів для регіонів та країни в цілому.*

*The article analyzes the theoretical aspects of the functioning of small business in modern conditions both in European countries and in Ukraine. The importance of increasing the share of small business in the national economy is emphasized and the role and importance of the social function performed by the subjects of small business is described. The ways of activating the steady development of the small business sector are proposed and the socio-economic effect from taking these measures for the regions and the country as a whole is outlined.*

*Ключові слова: малий бізнес, підприємництво, економіка, ефект, соціальна сфера, функція, розвиток.*  
*Key words: small business, entrepreneurship, economy, effect, social activity, function, development.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Мале підприємництво — одна з перших за масовістю і динамічністю структурна складова ринкової економіки. Без малого підприємництва соціально-економічний потенціал ринку не може бути використаний ефективно. Дослідження проблем становлення і розвитку малого підприємництва передбачає всебічний аналіз об'єктивних і суб'єктивних умов, які безпосередньо впливають на можливості, темпи і масштаби його розвитку.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням проблем розвитку малого підприємництва в Україні та його впливу на соціально-економічний розвиток регіонів займається значне коло вітчизняних науковців. Зокрема Дьорова Л.М. вбачає ефективний розвиток малого бізнесу через вдосконалення фінансового механізму діяльності малих підприємств в Україні [1]. Пиріг Д.З. вивчає досвід розвитку управління інноваційною діяльністю малих підприємств у зарубіжних країнах та можливості його застосування в Україні [2]. Через призму інвестування малого і середнього бізнесу розвиток економіки розглядає Соловйов В.М. [3]. Шевцова О.И. досліджує особливості кредитування малого та середнього бізнесу та напрями його вдосконалення [4].

Проте в сучасних динамічних умовах постійно змінюється зовнішнє та внутрішнє підприємницьке середовище, тому дослідження механізмів функціонування малого бізнесу в сучасних умовах залишається надзвичайно актуальним.

### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті полягає в обґрунтуванні значущості соціально-економічних чинників, що впливають на розвиток малого підприємництва, в розробці рекомендацій щодо розвитку малих підприємств на рівні регіону та оптимізації їх діяльності.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Нині в Європейському союзі на загальноєвропейському рівні реалізується багато програм підтримки ма-

лого і середнього бізнесу (МСБ), які доповнюють заходи на національному рівні країн ЄС. Однак тут існують проблеми щодо загального визначення сектора малих і середніх підприємств та нерівності умов функціонування підприємств.

У силу того, що до цього часу між європейськими країнами є відмінності у визначенні сектора МСБ, загальноєвропейські програми фактично адресовані лише частині МСБ у кожній окремій країні. Це створює нерівні конкурентні умови (в силу відмінностей загальноєвропейського і національного визначень МСБ) між підприємствами, які потрапили в "зону впливу" загальноєвропейських програм підтримки МСБ і залишилися за її межами. Крім того, до недавнього часу різні загальноєвропейські ініціативи на підтримку МСБ базувалися на різних визначеннях цього сектора. Свої власні визначення МСБ використовували Європейський інвестиційний банк та Європейський інвестиційний фонд. Отже, актуальним є завдання уніфікації визначень МСБ, що діють у різних європейських країнах і на рівні Європейського Союзу.

Європейська Комісія прийняла таку класифікацію мікро-, малих і середніх підприємств, які в сукупності складають сектор МСБ в економіці європейських країн (табл. 1).

Згідно з наведеними даними, щоб підприємство вважалося середнім, малим і мікро-, воно повинно відповідати критеріям чисельності та одному з двох фінансових критеріїв. Поряд з цим, підприємство повинно бути економічно незалежним, тобто підприємству або групі підприємств, які не належать сектору МСБ, може належати не більше 25% власності підприємства з сектора МСБ [6].

Верхні межі річного обороту і балансової вартості активів повинні регулярно (зазвичай 1 раз в 4 роки) переглядатися, щоб врахувати зміни, що відбуваються в економіці країн ЄС (зміна рівня цін, зростання продуктивності).

Перш ніж визначити верхню межу показників належності до МСБ, слід зазначити: якщо група підприємств перевищує встановлені критерії, це не означає, що ці підприємства не можуть бути об'єктом цільових заходів державної політики. Але краще вирішувати проблеми таких структур в рамках спеціальних програм.

**Таблиця 1. Класифікація мікро-, малих і середніх підприємств у країнах ЄС**

| Показники   | Середнє підприємство | Мале підприємство | Мікро-підприємство |
|---|----------------------|-------------------|--------------------|
| Максимальна чисельність працюючих                   | < 250                | < 50              | < 10               |
| Максимальна величина річного обороту (млн євро)     | 40                   | 7                 | -                  |
| Максимальна величина балансової вартості (млн євро) | 27                   | 5                 | -                  |

Джерело: [6].

Серед критеріїв віднесення до малого і середнього підприємництва основним є показник кількості зайнятих, він повинен неодмінно бути присутнім у визначенні даного сектора. Введення фінансових критеріїв необхідно для того, щоб визначити реальну значимість підприємства і його позицію серед конкурентів.

Європейська Комісія не рекомендує автоматично виключати підприємство з числа МСБ, якщо за підсумками фінансового року воно перевищило порогові значення фінансових показників. Виняток настає лише в тому випадку, якщо зафіксоване перевищення фінансових критеріїв повторюється за підсумками ще двох фінансових років.

Показник кількості зайнятих враховує як повну, так і часткову зайнятість на підприємстві. Статистичні дані, згідно з рекомендаціями Європейської Комісії розраховуються за видами підприємств, що враховують чисельність зайнятих (найманих працівників):

- 0;
- від 1 до 9;
- від 10 до 49;
- від 50 до 249;
- від 250 до 499;
- понад 500.

Щодо України, то важливим показником розвитку сфери малого бізнесу є показники кількості суб'єктів малого підприємництва. Аналізуючи тенденції за 2010—2014 рр. з 2010 р. по 2012 р. відбувався спад кількості малих підприємств, а починаючи з 2013 р. спостерігається поступове зростання цього показника (табл. 2).

Важливою соціальною функцією малого бізнесу є самозайнятість та створення нових робочих місць. На жаль в Україні за період 2010—2014 рр. відбувався спад цього показника з 4958,6 тис. осіб у 2010 р. до 4115,2 тис. осіб у 2014 р. (табл. 3).

Аналізуючи функції, що виконуються різними господарюючими суб'єктами, можна зробити висновок, що в стратегічному плані, масштабах національної економіки, завдання, які вирішують малі, середні та великі підприємства в своїй

основі тотожні. Разом з тим, мале підприємництво виконує в ній деякі специфічні функції, які не типові для інших форм підприємств і які визначають його економічні особливості.

Перша особливість полягає в тому, що базові функції підприємництва як виду діяльності і підприємця як власника збігаються. Головна функція будь-якого підприємства полягає в отриманні прибутку і примноженні власності. Власник і підприємець — це не одне і те ж. Але, якщо мова йде про мале підприємництво, то ці поняття збігаються. Відсутність традиційного для великих підприємств поділу прав і функцій між власниками і найманими менеджерами забезпечує малому підприємству деякі конкурентні переваги.

Інша економічна особливість малих підприємств виражається в здатності швидко адаптуватися до мінливої кон'юнктури ринку, освоювати нові види продукції, переорієнтуватися на інші категорії клієнтури, а за необхідності здійснювати повне репрофілювання статутної діяльності. Для суб'єктів великого бізнесу подібна модель ринкової стратегії є непринятною через масштабність супутніх фінансових втрат.

Відзначається фахівцями і така функція малого підприємництва, як стримування тенденції монополізації ринку великими виробниками. Сьогодні уряди більшості країн усвідомили пов'язану з цією тенденцією загрозу і приділяють їй пильну увагу. Існування малого підприємництва забезпечує вирішення даної проблеми з використанням механізмів децентралізованого регулювання економіки. Лише в небагатьох галузях економіки таких, як оборонна промисловість, енергетика, машинобудування, малі підприємства не здатні скласти реальної конкуренції корпораціям. В інших випадках за багатьма ознаками вони можуть конкурувати з ними, що підтверджується наведеними нижче даними (табл. 4).

Суб'єкти малого підприємництва здатні "заповнювати" ті ніші ринку або цілі галузі, де великий бізнес мало-ефективний. Прикладом служать роздрібна торгівля, сфера послуг. Принципом роботи суб'єктів великого

**Таблиця 2. Показники кількості суб'єктів малого підприємництва в Україні**

| Показники   | Кількість суб'єктів |         |         |         |         |
|---|---------------------|---------|---------|---------|---------|
|   | 2010 р.             | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. |
| Суб'єкти малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємства), одиниць | 2162004             | 1679902 | 1578879 | 1702201 | 1915046 |
| малі підприємства   |                     |         |         |         |         |
| усього, одиниць   | 357241              | 354283  | 344048  | 373809  | 324598  |
| відсотків до загальної кількості суб'єктів                                | 16,5                | 21,1    | 21,8    | 22,0    | 16,9    |
| на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць                               | 78                  | 77      | 76      | 82      | 76      |
| фізичні особи-підприємці  |                     |         |         |         |         |
| усього, одиниць   | 1804763             | 1325619 | 1234831 | 1328392 | 1590448 |
| відсотків до загальної кількості суб'єктів                                | 83,5                | 78,9    | 78,2    | 78,0    | 83,1    |
| на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць                               | 394                 | 290     | 271     | 292     | 370     |
| Суб'єкти мікропідприємства, одиниць                                       | 2093688             | 1608819 | 1510776 | 1637180 | 1859887 |
| мікропідприємства   |                     |         |         |         |         |
| усього, одиниць   | 300445              | 295815  | 286461  | 318477  | 278922  |
| відсотків до загальної кількості суб'єктів                                | 14,3                | 18,4    | 19,0    | 19,5    | 15,0    |
| на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць                               | 66                  | 65      | 63      | 70      | 65      |
| фізичні особи-підприємці  |                     |         |         |         |         |
| усього, одиниць   | 1793243             | 1313004 | 1224315 | 1318703 | 1580965 |
| відсотків до загальної кількості суб'єктів                                | 85,7                | 81,6    | 81,0    | 80,5    | 85,0    |
| на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць                               | 391                 | 287     | 269     | 290     | 368     |

Джерело: [5].

Таблиця 3. Кількість зайнятих працівників на підприємствах в Україні

| Показники   | Кількість зайнятих працівників |         |         |         |         |
|---|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|
|   | 2010 р.                        | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. |
| Суб'єкти малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва), тис. осіб | 4958,6                         | 4442,0  | 4285,2  | 4291,2  | 4115,2  |
| малі підприємства   |                                |         |         |         |         |
| усього, тис. осіб   | 2164,6                         | 2091,5  | 2051,3  | 2010,7  | 1686,9  |
| відсотків до загальної кількості зайнятих працівників                         | 43,6                           | 47,1    | 47,9    | 46,9    | 41,0    |
| фізичні особи-підприємці  |                                |         |         |         |         |
| усього, тис. осіб   | 2794,0                         | 2350,5  | 2233,9  | 2280,5  | 2428,3  |
| відсотків до загальної кількості зайнятих працівників                         | 56,4                           | 52,9    | 52,1    | 53,1    | 59,0    |
| Суб'єкти мікропідприємництва, тис. осіб                                       | 3540,7                         | 3030,4  | 2851,0  | 2915,1  | 2976,9  |
| мікропідприємства   |                                |         |         |         |         |
| усього, тис. осіб   | 832,6                          | 788,9   | 788,2   | 795,3   | 723,5   |
| відсотків до загальної кількості зайнятих працівників                         | 23,4                           | 26,0    | 27,6    | 27,3    | 24,3    |
| фізичні особи-підприємці  |                                |         |         |         |         |
| усього, тис. осіб   | 2708,1                         | 2241,5  | 2062,8  | 2119,8  | 2253,4  |
| відсотків до загальної кількості зайнятих працівників                         | 76,6                           | 74,0    | 72,4    | 72,7    | 75,7    |

Джерело: [5].

бізнесу завжди виступає орієнтація на масове виробництво товарів і послуг. Тому малі підприємства в цих сферах завжди матимуть конкурентні переваги, забезпечуючи індивідуальний підхід до обслуговування клієнта.

Виходячи з вищевикладеного, до економічних функцій малого підприємництва відносяться:

- розширення асортименту і збільшення виробництва товарів і послуг без вкладення значних державних інвестицій;

- обслуговування великих підприємств, виготовлення для них комплектуючих виробів, організація збуту готової продукції;

- подолання монополізму, розвиток конкуренції, формування ринкових відносин в економіці;

- залучення у виробництво матеріальних та фінансових заощаджень населення;

- розробка і впровадження інновацій у виробництво.

Соціальна важливість малого підприємництва характеризується кількістю власників малого бізнесу та їх найманих працівників, загальна чисельність яких є одним з найбільш суттєвих якісних критеріїв будь-якої економічно розвинутої країни. Саме ці представники суспільства обслуговують основну масу споживачів, виробляючи продукти та послуги з врахуванням мішлого середовища ринку. В умовах сталого економіко-соціального розвитку суспільства малі підприємства характеризуються найбільшою прихильністю принципам економічної свободи, демократії, політичної стабільності.

Соціальну функцію малого підприємництва не можна недооцінити. Оскільки саме розвиток малого підпри-

ємства активізує формування так званого "середнього класу" в країні, самостійно забезпечує власне благополуччя та високий рівень життя, які є базисом соціально-економічних перетворень, гарантують політичну стабільність та демократичний розвиток суспільства.

Вагомий вклад у збільшення цього соціального прошарку малий бізнес здійснює шляхом формування класу власників, а не високооплачуваних найманих працівників. Цю функцію здійснюють великі підприємства, що можуть утримувати високооплачуваних управлінців і фахівців високого рівня.

Однією з найважливіших сфер ринкової економіки, де домінують малі підприємства, є сфера послуг. Так, наприклад, у США в сфері послуг зайнято близько 60% робочої сили. В Україні ж цей показник не перевищує 30%. У США на сферу послуг припадає понад третини обсягу продажів, питома вага цієї сфери у ВВП становить понад 70% [7]. Малі підприємства, що працюють у цій галузі, можуть у повній мірі проявляти свої іманентні якості: новаторство, мобільність, оперативність у задоволенні диференційованого попиту на локальних ринках.

Завдяки таким характеристикам, як низька фондоемність, висока адаптивність до наявної якості працівників, швидка оборотність капіталу, малі підприємства займають провідне місце в сфері дрібнооптової та роздрібно торгівлі. Наприклад, у США на частку дрібнооптової торгівлі припадає 78%, роздрібно 55% від загальної кількості підприємств, чисельність працівників яких становить не менше 100 осіб [7].

Малі підприємства виступають на ринку праці як роботодавці, визначаючи ще одну соціальну функцію. Однак її не можна віднести до числа відмінних особливостей малого підприємництва, оскільки робочі місця створюються і державою, і корпоративними структурами, і некомерційними організаціями. Потенціал соціальної функції малого підприємництва в якійсь мірі нижче, ніж у інших роботодавців, оскільки значна кількість малих підприємств в особі підприємців без утворення юридичної особи і сімейних фірм взагалі не використовують найману працю. Але це компенсується дією іншого чинника, на який звернули увагу багато дослідників. Безсумнівною перевагою малого підприємництва є нижча вартість створення робочих місць. Практична значимість такої переваги проглядається у реалізації державних соціальних програм по зниженню рівня безробіття. Створюючи сприятливі умови для розвитку малого підприємництва, держава може розраховувати на появу більшої кількості робочих місць, ніж за сприяння іншим категоріям роботодавців.

До функцій соціального спрямування малого бізнесу доцільно віднести активізацію залучення в процеси сусп-

Таблиця 4. Конкурентні переваги і недоліки малого підприємництва

| Конкурентні переваги і недоліки малого підприємництва                        | Малі підприємства | Корпорації |
|--|-------------------|------------|
| 1. Оперативність реагування на зміну ринкової кон'юнктури                    | +                 | -          |
| 2. Накладні витрати, віднесені на собівартість продукції                     | +                 | -          |
| 3. Витрати на підтримку найнятого персоналу                                  | +                 | -          |
| 4. Можливості по оновленню технологій  | +                 | -          |
| 5. Темпи впровадження інновацій  | +                 | -          |
| 6. Доступність адресної допомоги   | +                 | -          |
| 7. Можливості по оновленню основних фондів                                   | -                 | +          |
| 8. Доступ до кредитних фінансових ресурсів                                   | -                 | +          |
| 9. Можливості у сфері системних маркетингових досліджень та активної реклами | -                 | +          |

ільного відтворення додаткових трудових ресурсів, що практично не задіяні в інших групах роботодавців. До них відносяться громадяни, чий трудовий потенціал обмежений об'єктивними факторами: пенсіонери, інваліди з обмеженою працездатністю, багатодітні матері і т.д. За ринкових умов більшість працедавців не можуть розглядати їх як повноцінних працівників і надати їм постійні робочі місця.

Мале підприємництво пред'являє не настільки жорсткі вимоги і в сімейних фірмах використовує працю всіх мінімально працездатних членів сім'ї. Малі підприємства, які використовують найману працю, краще пристосовані для використання праці учнівської молоді та громадян похилого віку. З огляду на те, що частка останніх груп постійно збільшується в загальній чисельності населення економічно розвинених країн, зростає і практична значущість цієї функції малого підприємництва.

Ще однією соціальною функцією малого підприємництва є формування "ідеології підприємництва", яка не отримала ще належного висвітлення в спеціальній літературі. Роль малого підприємництва у вирішенні цього завдання складно переоцінити. На роботу в корпоративні структури та державні установи приходять люди, готові підкорятися вже встановленим правилам. Їх власні економічні та ділові амбіції безпосередньо залежать від роботодавця. Саме з ним найманий працівник пов'язує надії на особисте благополуччя, стабільність соціального статусу і т.д. Коли ж створюється мале підприємство, підприємець розраховує тільки на свої ділові якості, професіоналізм, здатність до нестандартних рішень і швидке реагування на зміни ринку. Працюючи в бізнесі, менш стабільному за основними параметрами, підприємець задалегідь прогнозує як можливий успіх, так і невдачу.

У зв'язку з вищесказаним до соціальних функцій можна віднести:

— забезпечення національної економіки новими робочими місцями;

— надання стійкості соціально-економічній системі.

Специфіка виконуваних малими підприємствами завдань і їх домінування у вирішенні низки соціально-економічних проблем зумовлює наступний аналіз функцій, які виконуються ними в сучасній ринковій економіці.

Розгляд виконуваних малими підприємствами функцій дозволяє визначити і місце, займане ними в ринковій економіці, яке може бути розглянуто з різних позицій. Так, на макрорівні роль малих підприємств визначається наступними критеріями.

1. Їх часткою у виробництві ВВП. Статистичні дані свідчать про те, що в провідних країнах приблизно половина ВВП виробляється на малих підприємствах. Це визначає їх рівнозначність в порівнянні з середніми і великими виробниками. Крім того, необхідно враховувати поширеність малих підприємств у розрахунку на 100 осіб населення для визначення рівня розвитку малого підприємництва в країні.

2. Взаємодія з великими виробниками. В цьому випадку додатково необхідно розглядати галузеву структуру, яка вказує на місця зосередження малих підприємств.

3. Вплив держави. Оскільки малі підприємства чутливі до інституційних впливів, то заходи державного регулювання можуть визначити їх місце як всередині галузей, так і у співвідношенні секторів. Наприклад, ослаблення податкового тягаря посилює значення малих підприємств у всіх галузях, а соціальна орієнтація економіки, пов'язана з ефективним працевлаштуванням в секторі малих підприємств відображає зміну їх місця в окремих галузях. Негативні впливи йдуть у зворотному напрямі.

4. Відкритість національної економіки. Роль малих підприємств звичайно вище в економіці з середніми і малими по ємності ринками, що пояснюється їх обмеженими можливостями. В низці країн значна частина малих підприємств обслуговує тільки внутрішній ринок. Їх роль в експорті невелика. Такий стан пояснюється значною міжнародною конкуренцією з боку великих і надвеликих виробників.

## ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, виникнення і розвиток малих підприємств у ринковій економіці пов'язано з комплексом причин, які приймають в окремих умовах форму чинників, безпосередньо пов'язаних з характером і рівнем розвитку продуктивних сил і виробничих відносин. Особливу роль для малих підприємств визначає соціальне середовище, адекватне соціально-економічним завданням суспільства на кожному етапі його розвитку.

Процес утворення і розвитку малих підприємств може бути представлений як багатофакторний, із взаємоумовнюючим характером дії. Сукупність факторів надає стимулюючу дію на розвиток малих підприємств тільки при виконанні ними виробничо або соціально значущих завдань. Факт існування малого підприємництва в якості повноцінного елемента економічної системи суспільства забезпечує необхідні передумови для реалізації основних умов її розвитку: конкуренції, можливості саморегулювання, оперативності в створенні і заміщенні нових ринкових ніш, які потребують окремого ґрунтовного дослідження.

### Література:

1. Дьорова Л.М. Економічна сутність фінансового механізму діяльності малих підприємств / Л.М. Дьорова // Економіка та держава. — 2010. — № 1. — С. 60—62.
2. Пиріг Д.З. Досвід розвитку управління інноваційною діяльністю малих підприємств у зарубіжних країнах / Д.З. Пиріг // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 3 (105). — С. 163—170.
3. Соловійов В.М. Інвестування малого і середнього бізнесу: проблеми та шляхи розв'язання [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2009-1/doc/2/27.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2009-1/doc/2/27.pdf)
4. Шевцова О.І. Особливості кредитування малого та середнього бізнесу / О.І. Шевцова, О.С. Шкут // Вісник ДНУ. Економіка. — 2008. — Вип. 2. — № 10/1. — С. 196—213.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Institute for Management Development (2015), IMD World Competitiveness Yearbook, Institute for Management Development, Lausanne, Switzerland.
7. Zoltan J. The New American Revolution in Are Small Firms Important? Their Role and Impact, Springer Science + Business Media. — New York, 1999, USA.

### References:

1. Dyorova, L.M. (2010), "Economic essence of financial mechanism of activity of small enterprises", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 1, pp. 60—62.
2. Pirog, D.Z. (2010), "Experience of development of innovative business management of small enterprises in foreign countries", *Aktualni problemy ekonomiky*, vol. 3 (105), pp. 163—170.
3. Solovyov, V.M. (2009), "Investing in Small and Medium Business: Problems and Solutions", available at: [www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2009-1/doc/2/27.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2009-1/doc/2/27.pdf) (Accessed 24 July 2017).
4. Shevtsova, O.Y. (2008), "Features of lending to small and medium businesses", *Visnyk DNU. Ekonomika*, vol. 10/1, pp. 196—213.
5. State Statistics Service of Ukraine (2017), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 24 July 2017).
6. Institute for Management Development, (2015), *IMD World Competitiveness Yearbook*, Institute for Management Development, Lausanne, Switzerland.
7. Zoltan, J. (1999), *The New American Revolution in Are Small Firms Important? Their Role and Impact*, Springer Science + Business Media, New York, USA.

Стаття надійшла до редакції 24.07.2017 р.