

ється від інших йому подібних. Для цього в супроводжувальних із розшифровкою місії документах відображаються такі основні характеристики підприємства торгівлі (рис. 3) [6].

Поряд із вищезгаданими характеристиками підприємства при формуванні його місії важливим є відображення іміджу, який має підприємство торгівлі, в змісті і формі викладення місії. Місія більшою чи меншою мірою завжди відображає імідж підприємства. Але завдяки вправному підходу до формування місії можна досягти того, що в ній буде яскраво відображений той імідж, який має підприємство.

Практика ефективної діяльності великих підприємств торгівлі м. Києва, таких як ПАТ «Універмаг «Україна», універмаг «Дитячий світ», «Патерсон», «Фора», «Ашан» та інших, показує, що їх чітко сформульована місія дає суб'єктам зовнішнього середовища, і перш за все конкурентам і партнерам, загальне уявлення про те, що собою являє підприємство, до чого воно прагне, які засоби воно може використовувати у своїй діяльності, яка його філософія і політика. Крім цього, місія сприяє формуванню і закріпленню визначеного іміджу підприємства в уявленні суб'єктів зовнішнього середовища.

Поряд із цим місія сприяє формуванню єдності всередині підприємства і створює корпоративний дух, який проявляється в такому:

- місія робить виразною і зрозумілою для всіх працівників загальну мету та сенс існування підприємства;
- місія сприяє встановленню позитивного клімату на підприємстві, оскільки через неї до персоналу доводиться філософія підприємства, цінності, традиції і принципи, які покладені в основу побудови і здійснення діяльності підприємства;
- місія розширює для працівників сенс і зміст діяльності і тим самим дозволяє застосовувати більш широкий набір засобів мотивування праці;
- місія забезпечує стандарти для розподілу ресурсів підприємства і створює базу для оцінювання використання ресурсів в процесі функціонування підприємства [6].

## Висновки

У сучасних умовах господарювання важливим фактором забезпечення досягнення поставлених цілей є чітко сформульована місія організації (підприємства). В широкому розумінні місію організації можна представити як основне по-

кликання, чітко виражену причину і сенс існування. В місії організації повинні відобразитися цілі та інтереси різних груп людей, які тим чи іншим чином пов'язані з її діяльністю.

У процесі формування місії організації (підприємства) торгівлі необхідно враховувати такі основні фактори, як стан оточуючого середовища, ресурси, які організація може привести в дію, місце на ринку (сегмент), стиль діяльності та інші.

Чітко сформульована місія організації (підприємства) торгівлі забезпечує досягнення високого рівня іміджу та конкурентного статусу на ринку товарів та послуг.

Подальші дослідження доцільно проводити у напрямі докладного вивчення факторів впливу на процес розробки місії підприємств торгівлі в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства.

## Список використаних джерел

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М.: Прогресс, 1995. – 328 с.
2. Андрушків Б.М. Основи менеджменту: Монографія / Б.М. Андрушків, О.Є. Кузьмін. – Львів: Світ, 1995. – 296 с.
3. Большой энциклопедический словарь / [Под ред. А.Н. Азрильяна]. – М.: Энциклопедия, 1994. – 790 с.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов / И.Н. Герчикова. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 501 с.
5. Дафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Дафт. – СПб.: Питер, 2001. – 832 с.
6. Довбня С.Б. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник / С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – 71 с.
7. Завадський Й.С. Менеджмент / Й.С. Завадський. – [Вид. 2-ге]. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998. – Т. 1. – 542 с.
8. Мескон М. Основы менеджмента: Учебник: Пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; общ. ред. и вступ. ст. Л.И. Евенко. – [3-е изд.]. – М.: Дело, 2000. – 704 с.
9. Хміль Ф.І. Менеджмент: підручник для студ. кооперат. вузів / Хміль Ф.І. – К.: Вища школа, 1995. – 351 с.
10. Шегда А.В. Менеджмент: підручник / А. В. Шегда. – К.: Знання, 2004. – 687 с.
11. Kotler P. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control / Philip Kotler. – [8th ed.]. – Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1994. – 801 p.

УДК: 332.025.12 (477.74)

Ю.О. ОЛЬВИНСЬКА,

к.е.н., доцент кафедри статистики, Одеський національний економічний університет

## Напрями удосконалення механізму сприяння розвитку суб'єктів малого підприємництва

Проаналізовано тенденції, проблемні аспекти та стримуючі фактори розвитку малого підприємництва на прикладі Одеського регіону. Визначено пріоритетні напрями державного регулювання малого підприємництва та запропоновані рекомендації щодо вдосконалення механізмів сприяння його розвитку в Україні.

**Ключові слова:** суб'єкти підприємницької діяльності, малі підприємства, державна підтримка.

Ю.О. ОЛЬВИНСКАЯ,

к.э.н., доцент кафедры статистики, Одесский национальный экономический университет

## Направления совершенствования механизма поддержки развития субъектов малого предпринимательства

Проанализированы тенденции, проблемные аспекты и сдерживающие факторы развития малого предпринимательства

на примере Одесского региона. Определены приоритетные направления государственного регулирования малого предпринимательства и предложены рекомендации по совершенствованию механизма содействия его развитию в Украине.

**Ключевые слова:** субъекты предпринимательской деятельности, малые предприятия, государственная поддержка предпринимательства.

J.O. OLVINSKAYA,

PhD (Econ.), associate professor of the department of Statistics, Odessa National Economics University

## Directions of perfection of mechanism of support Small business

Analyze trends, problematic aspects and constraints of small business development on the example of the Odessa region. Priority directions of state regulation of small business and provide recommendations to improve the mechanism for promoting its development in Ukraine.

**Keywords:** business entities, small business, state support of entrepreneurship.

**Постановка проблеми.** Досвід функціонування вітчизняного малого підприємництва свідчить, що проблеми його розвитку випереджають наявні нормативно-правові акти, теоретичні, методичні та експериментальні розробки з питань підприємницької діяльності. Суб'єкти малого підприємництва об'єктивно за своєю природою знаходяться в нерівних конкурентних умовах порівняно з великими фірмами. Саме тому суб'єкти малого підприємництва потребують формування сприятливого специфічного середовища для його успішного розвитку. За своєю економічною суттю державна підтримка малого підприємництва має бути інструментом, який вирівнював би умови господарювання великого і малого бізнесу, але при цьому не порушував би дії ринкових механізмів у конкуренції між ними. Однак широке практичне застосування зарубіжних систем у повній мірі досить проблематичне для економічних реалій України. Чинники, що впливають на розвиток малого підприємництва в одній країні, не можуть забезпечити адекватних результатів в іншій. Їхня дія зумовлена не тільки економічною ситуацією, а й історичним розвитком підприємництва у кожній країні, зокрема визнаними нормами поведінки людини в суспільстві, а також моральними й духовними цінностями. Тому в Україні необхідно розробити свою стратегію розвитку підприємництва і малого бізнесу.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Проблеми розвитку підприємництва протягом останнього часу є об'єктом ретельної уваги багатьох дослідників як в Україні, так і за кордоном. Вагомий внесок у теорію й практику підприємства зробили такі вітчизняні вчені, як Л. Бабиш, В. Бобров, А. Бутенко, З. Варналій, Л. Воротіна, О. Виноградська, А. Віленський, В. Герасимчук, О. Гордієнко, І. Дмитрієв, М. Долішній, Л. Донець, С. Дрига, В. Збарський, А. Кредісов, Н. Кубай, Д. Ляпін, О. Мазур, С. Мочерний, Ф. Нек, А. Садеков, І. Сараєва, С. Реверчук, Т. Уманець, А. Шегда та ін. Однак в умовах нестабільної економічної ситуації вкрай актуальними стають питання удосконалення механізму державного регулювання та підтримки розвитку суб'єктів малого підприємництва.

**Мета статті** – проаналізувати тенденції, проблемні аспекти та стримуючі фактори розвитку малого підприємництва на прикладі Одеського регіону. Визначити пріоритетні напрями державного регулювання малого підприємництва та запропонувати рекомендації щодо вдосконалення механізмів сприяння його розвитку в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення світового досвіду переконує, що науково обґрунтованою державна політика підтримки малого підприємництва стає лише тоді, коли вона ґрунтується на об'єктивно діючій системі еконо-

мічних законів з урахуванням реалій, інтересів суспільства і суб'єктів малого підприємництва [1, с. 174–178]. Вона повинна спиратися на історичні, економічні та соціальні особливості суспільства, що дозволить створити адекватні передумови для того, щоб мале підприємництво змогло стати альтернативою державному сектору економіки країни.

Незважаючи на ряд прийнятих останнім часом вищими органами державної влади і управління нормативних документів, розвиток малого підприємництва в Україні здійснюється у несприятливому макро- та мікросередовищі: існує багато проблем, які необхідно вирішувати на різних рівнях. Аналіз статичних даних та соціологічних опитувань показує, що сектор малого підприємництва України відстає від можливостей та потреб української економіки.

Аналіз діяльності суб'єктів малого підприємництва свідчить про те, що значна кількість новостворених малих підприємств не може розпочати свою роботу через відсутність достатнього статутного капіталу, сировини та матеріалів, власних площ і обладнання, практичних навичок та підприємливості працівників у здійсненні бізнесу. Вони відчувають проблеми виробничого характеру, труднощі в реалізації продукції, формуванні відповідної клієнтури. Через невеликі обсяги господарської діяльності деякі малі підприємства неспроможні залучати кваліфікованих фахівців, наймати здібних робітників і забезпечувати їм високий рівень оплати праці. Негативно впливають на розвиток малого підприємництва також такі стримуючі фактори, як загальний спад вітчизняного товарного виробництва, зростання цін, інфляція, низький рівень платоспроможності населення, рекет, корупція тощо. Це зумовлює необхідність розробки ефективного механізму розвитку та державної підтримки малого підприємництва за такими складовими, як нормативно-законодавча, фінансово-кредитна, організаційно-економічна і інституціональна (рис. 1) [1, с. 181].

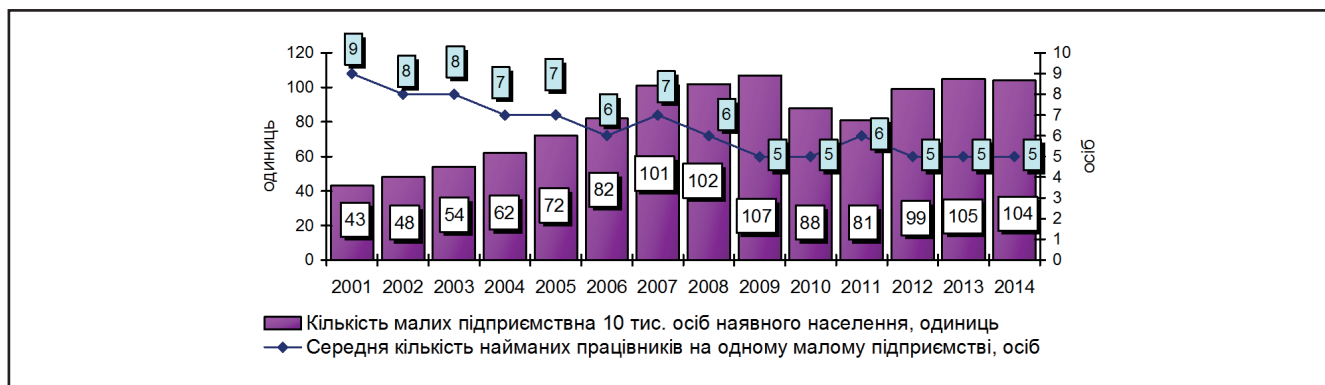
Підтримка розвитку малого підприємництва повинна носити регіональний характер та враховувати рівень розвитку підприємництва в окремих районах та видах економічної діяльності.

Якщо проаналізувати основні показники діяльності суб'єктів малого підприємництва Одеської області, то деякий час спостерігалась тенденція до збільшення кількості суб'єктів малого підприємницької та покращення показників їх діяльності. Але криза та нестабільна політична ситуація стримують подальший їх розвиток (рис. 2).

В Одеській області на початок 2015 року на обліку в органах державної реєстрації знаходилось 25 тис. малих підприємств; у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення об-



**Рисунок 1. Складові механізму забезпечення ефективного розвитку суб'єктів малого підприємництва**



**Рисунок 2. Динаміка кількості малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення Одеської області у 2001–2014 роках**

ласті припадало 104 малих підприємства, що свідчить про деяке скорочення показників порівняно з попереднім роком.

Якщо розглядати розподіл малих підприємств у територіальному розрізі Одеської області, то зазвичай їхня максимальна кількість у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення припадає на території з розвинутою ринковою інфраструктурою.

Так, в Овідіопольському районі цей показник сягнув 159 одиниць, у місті Одеса – 133 одиниці, у місті Іллічівську – 120 одиниць. Найменша щільність малого підприємництва спостерігалася у Котовському та у Ананівському районах – відповідно 30 та 36 одиниць.

Збільшення розміру малого підприємства за видами економічної діяльності в Одеській області не спостерігалася. Середній розмір малого підприємства у порівнянні з попереднім роком залишився незмінним і становив п'ять осіб (розрахований по кількості найманих працівників) [2]. Малі підприємства природним шляхом тяжіють до свого оптимального розміру, який залежить від виду економічної діяльності. Оптимальний розмір підприємства дозволяє йому

більш ефективно функціонувати, зменшуючи постійні витрати та підвищуючи продуктивність праці [2].

Одеська область серед регіонів України займає п'яте місце за обсягом реалізованої продукції (робіт, послуг) та за кількістю зайнятих та найманих працівників. Водночас серед областей південного регіону Одеська область є лідером: перше місце за обсягом реалізованої продукції (робіт, послуг), за середньою кількістю зайнятих та найманих працівників [2, 3].

На початку 2014 року на малих підприємствах працювало 121 тис. осіб, або 32,8% від загальної кількості зайнятого у підприємницькій діяльності населення. Було зафіксовано незначне збільшення кількості зайнятих проти попереднього року – на 0,3%.

Якщо проаналізувати розподіл зайнятих за видами економічної діяльності, то найбільша кількість зайнятих зосередилася на підприємствах оптової та роздрібно торгівлі та на підприємствах сільського, лісового та рибного господарства – майже 20 та 16% відповідно. Найменша кількість зайнятих спостерігалася на підприємствах мистецтва, спорту, розваг та відпочинку.

Важливим соціально значущим показником є витрати на персонал, які в 2013 році збільшилися на 13,9% та досягли 2991,5 млн. грн. (у попередньому році становили 2625,6 млн. грн.), що становить 18,6% від показника по підприємствах – суб'єктах господарювання.

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) у 2013 році зменшився на 0,4% порівняно з попереднім роком та становив 38 591 млн. грн., що становить 27,5% до загального показника по підприємствах – суб'єктах господарювання області.

Найбільша частка реалізації припадає на підприємства оптової та роздрібною торгівлі; ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів – 53,2%, на підприємства виду економічної діяльності «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» – 9,2% та «Будівництво» – 8,9%. Водночас частка реалізації малих підприємств, що займаються фінансовою, страховою діяльністю та тимчасовим розміщенням й організацією харчування, залишається незначною (0,6 та 1,0% відповідно).

Головним критерієм ефективності функціонування підприємств незалежно від виду економічної діяльності та форм господарювання є фінансовий результат.

Фінансовим результатом діяльності малого підприємства у 2013 році став збиток до оподаткування в обсязі 137,3 млн. грн. проти 839,3 млн. грн. у 2012 році. Прибутковими за результатами 2013 року стали малі підприємства сільського, лісового та рибного господарства; транспорту; інформатизації та телекомунікації, а також підприємства, що займаються фінансовою та страховою діяльністю та надають інші види послуг [2].

Рівень рентабельності операційної діяльності підприємств малого підприємництва у 2013 році становив 4,7%, що на 2,3 в.п. більше, ніж у 2012 році. Це, безумовно, є позитивною тенденцією, але за попередніми прогнозами на 2014–2015 роки, на жаль, більшість показників діяльності малого підприємництва можуть погіршитися.

Також слід відмітити, що частка надходжень від суб'єктів малого підприємництва до зведеного бюджету по Одеській області у 2014 році становила 31,4%, що є немаловажним фактором економічного розвитку регіону, особливо під час кризи. Але, незважаючи на це, проведений аналіз функціонування малих підприємств Одеської області свідчить про недостатній рівень розвитку малого підприємництва в регіоні.

Для покращення ситуації та сприяння подальшому розвитку малих підприємств необхідно удосконалити державні та регіональні програми підтримки малого підприємництва. При розробці програм підтримки необхідно враховувати економічну спеціалізацію того чи іншого регіону, рівень його виробничого потенціалу, кількість працездатного населення, наявність сировинної бази тощо. Термін дії регіональних програм підтримки має бути не менш ніж 10–15 років.

Але виконання будь-якої регіональної програми підтримки малого підприємництва повною мірою можливе лише за умови стабільності їх фінансування. Тому найважливішим елементом регіональної інфраструктури підтримки малого підприємництва є фінансові інститути, покликані забезпечити для малих підприємств доступність грошово-кредитних ресурсів. Однак їхня нерозвиненість, край обмежені можливості є чи не найголовнішою перешкодою на шляху ди-

намічного розвитку малого підприємництва. Для вирішення цієї проблеми необхідна допомога з боку державних органів влади. Але враховуючи економіко-політичну ситуацію в Україні, а також кризовий стан економіки, не завжди можливе виділення коштів із бюджету для підтримки малого підприємництва. Тому необхідно визначити методи державної підтримки, які не потребують великих коштів. До таких методів доцільно відносити непряму форму підтримки малого підприємництва через пільги в кредитуванні, оподаткуванні, розвиток лізингових операцій, франчайзингу, системи прискореної амортизації [4, с. 266–270].

Також фінансове забезпечення регіональних програм підтримки суб'єктів малого підприємництва може здійснюватись й іншими шляхами, в тому числі і шляхом сплати незначних відсотків за видані банківськими установами кредити, часткового погашення ризику комерційних банків за надані кредити шляхом надання фінансових гарантій. Це особливо важливо в умовах фінансової кризи, коли відсотки по взятих кредитах призводять до банкрутства малих підприємств [5, с. 203–206].

Але ця підтримка повинна насамперед надаватися тим суб'єктам малого підприємництва, які працюють у пріоритетних галузях економіки. Так, в Одеській області треба першою чергою звернути увагу на розвиток малого підприємництва в таких видах економічної діяльності, як рибальство, рибництво; фінансова діяльність, освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги.

Відмічені заходи можуть використовуватися виключно з метою пом'якшення негативних наслідків структурних макроекономічних змін і не повинні виключати відповідальності в області економічного ризику суб'єктів малого підприємництва за самостійно прийняті рішення.

Також для подальшого ефективного розвитку малого підприємництва необхідно створити сприятливі умови для розвитку інфраструктури малого підприємництва [6, с. 254–258]:

1. Необхідно удосконалити структуру освітніх програм з питань підприємницької діяльності. Це допоможе залучити широкі верстви населення до здобуття знань, необхідних для започаткування та ведення власної справи, знизити рівень безробіття в регіоні підвищити ефективність діяльності суб'єктів малого підприємництва.

2. Поширити практику проведення конференцій, семінарів, засідань за круглим столом, форумів, міжнародних зустрічей, визначення Дня підприємця із залученням суб'єктів малого підприємництва. Це допоможе сформувати позитивну суспільну думку про мале підприємництво, підвищити рівень поінформованості громадськості про проблеми малого підприємництва, сприяти розвитку економічного співробітництва суб'єктів малого підприємництва.

3. Створити умови для ефективного розвитку мережі регіональних і місцевих фондів підтримки підприємництва для запровадження прогресивного механізму кредитно-гарантійної та фінансової підтримки малого підприємництва.

4. Розробити механізм створення у регіонах бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів (у тому числі молодіжних), ресурсних, консультаційних центрів тощо. Це допоможе створити умови для розвитку підприємництва, зменшити рівень безробіття шляхом залучення незахищених верств населення до підприємницької діяльності.

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

5. Запровадити проведення виставок і ярмарок продукції, виробленої суб'єктами малого підприємництва з метою стимулювання випуску конкурентоспроможної продукції вітчизняних підприємств.

6. Удосконалити функціонування «гарячої лінії» для підприємців у місцевих органах влади. Це допоможе співробітництву між суб'єктами малого підприємництва та органами виконавчої влади.

7. Сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері малого підприємництва. Це дозволить удосконалити систему державної підтримки малого підприємництва на основі використання зарубіжного досвіду, створити позитивний імідж представників українського малого підприємництва, встановити ділові контакти між суб'єктами малого підприємництва.

У сучасних умовах підтримка малого підприємництва має також сприяти створенню достатньо трудового потенціалу, який буде працювати у малому підприємстві [7, с. 521]. Серед заходів, що спрямовані на підвищення рівня конкурентоспроможності кадрового складу суб'єктів малого підприємництва, необхідно виділити:

1. Підготовка управлінських кадрів і бізнес-команд для суб'єктів малого підприємництва і подальший розвиток систем підготовки і навчання населення основам ведення підприємницької діяльності, у тому числі незайнятого населення.

2. Організація професійного навчання осіб, які перебувають на обліку в службі зайнятості, за направленнями цієї служби за професіями та спеціальностями, що користується попитом у приватнопідприємницькому секторі та сприяють розвитку власної справи. Як базу для навчання і перенавчання кадрів (у тому числі безробітних) для малих підприємств можливо використовувати курси при службі зайнятості. Однак обмеженість бюджетних коштів не дозволяє розраховувати на те, що даний канал стане в найближчій перспективі відігравати помітну роль у рішенні проблеми зайнятості в малому підприємстві.

3. Підтримка самозайнятості. Як навчальну базу для реалізації цього напрямку можливо використовувати коледжі, ліцеї, вузи, школи бізнесу тощо. На відміну від попереднього напрямку, тут переважає платна форма навчання, але, незважаючи на це, число бажаючих вчитися в даних закладах буде набагато вище, ніж у навчальних центрах служби зайнятості.

4. Організація стажувань, обміну досвідом на підприємствах України, в іноземних фірмах і зарубіжних навчальних закладах для суб'єктів малого підприємництва [8].

5. Підготовка і проведення олімпіад, конкурсів підприємницьких проектів з метою підвищення рівня економічних знань у школярів і студентів.

6. Проведення Всеукраїнського конкурсу бізнес-планів підприємницької діяльності серед молоді та Всеукраїнського конкурсу «Молодий підприємець року». Це має сприяти підвищенню ділової активності молоді, розвитку її творчого потенціалу та підтримці підприємницьких ініціатив.

7. Поширення інформації про потенційні можливості малого підприємництва, надання допомоги у пошуку ділових партнерів, сприяння збільшенню обсягів експорту продукції. Це дозволить підвищити ділову активність суб'єктів малого підприємництва, поліпшити міжнародний імідж вітчизняних малих підприємств, збільшити експортний потенціал.

8. Проведення у відповідності з вітчизняною професійно-класифікаційною системою найменування робіт, посад, професій та функціональних обов'язків працівників, які виконуються у сфері малого підприємництва.

9. Узгодження обсягів і профілів підготовки робітників і фахівців (насамперед з числа молоді) в установах професійної освіти всіх рівнів з урахуванням потреб ринку праці в малому підприємстві. Тому що зараз наявність великої кількості безробітних з професіями, які не мають попиту на ринку праці, поєднується з дефіцитом на працівників багатьох професій та спеціальностей.

10. Забезпечення зайнятості трудових ресурсів при структурних змінах в економіці [9, с. 345].

Таким чином, для ефективного функціонування малого підприємництва існує необхідність постійного підвищення рівня знань серед представників малого підприємництва. Потреба в постійній перепідготовці кадрів пов'язана з розвитком науки та техніки. Сучасне обладнання, і особливо високотехнологічна техніка, містить в собі все більший обсяг нагромадженої та нової інформації. Відповідно підвищуються вимоги до інформаційно-аналітичних здібностей основного фактора виробництва – людських ресурсів. Підвищується мінімально можливий рівень освіти, необхідний для прийому на виробництво, формується потреба в нових навичках працівника: вміння орієнтуватися у величезному обсязі інформації, відбирати найголовнішу і не розпоршуватися на дрібниці, легко сприймати нове і бути здатним до внутрішніх змін, до постійного навчання, самооновлення.

Метою перепідготовки є насамперед забезпечення відповідності якості робочої сили потребам структур малого бізнесу. Тому систему підготовки і перепідготовки кадрів для роботи у сфері малого підприємництва доцільно здійснювати шляхом налагодження ділових контактів із навчальними закладами, використання можливостей залучення міжнародних організацій та фондів з урахуванням передового досвіду іноземних держав із питань розвитку підприємництва. Слід враховувати, що основною проблемою для підприємців є нехватка часу. Тому потрібно розвивати нові технології навчання, в тому числі й дистанційне навчання.

Також необхідно створити систему надання комплексу консультаційних, організаційних і методичних послуг з питань організації підприємницької діяльності.

Необхідність чітко орієнтованих консультаційних послуг у галузі організації і ведення бізнесу – це одна з невід'ємних умов збільшення ефективності діяльності малих підприємств як на регіональному рівні, так і в масштабах країни в цілому. Існує широкий спектр необхідних консультаційних послуг для малих підприємств. Це послуги в юридичній області, області бухгалтерського обліку, фінансів, маркетингу, діловодства, людських ресурсів, стратегічних питань і питань загального менеджменту. Однак потреба в консультаційних послугах у значній мірі залежить від рівня підготовки, освіти, ділового досвіду роботи підприємця в приватному секторі, а також від того, в якому секторі економіки функціонує підприємство, на якій стадії розвитку знаходиться тощо. Тому система надання консультаційних послуг суб'єктам малого підприємництва має бути досить гнучкою, щоб задовольняти широкий спектр потреб малих підприємств [1, с. 185–190].

Зараз ринок надання консультаційних послуг малим підприємствам в Україні не досить розвинутий, тому багато малих підприємств не знають, куди звернутися за одержанням тієї або іншої необхідної інформації. У зв'язку з цим необхідна державна підтримка для створення ефективної і доступної інформаційної і комунікаційної мережі, що могла б сприяти об'єднанню і подальшому розвитку вже існуючих довідково-інформаційних систем. Особливу увагу необхідно приділити питанням субсидування наданих консультаційних послуг. Надані послуги не повинні бути цілком безкоштовними, однак державні дотації можуть використовуватися для субсидування мінімального набору консультаційних послуг для нових підприємств з урахуванням потреб сьогодення. Для об'єднання фінансових зусиль усіх зацікавлених сторін і надання більш тривалої й ефективної підтримки новим малим підприємствам доцільно сприяти подальшому розвитку бізнес-інкубаторів. Основне завдання бізнес-інкубатора – допомогти малому підприємству утворитися, вижити на початковому етапі, набрати необхідні сили для подальшої вже самостійної життєдіяльності. «Вирощування» малого підприємства в бізнес-інкубаторі є процесом динамічним і багатограним, що певною мірою визначає велику розмаїтість інкубаторів у плані їхньої організації, спектра розв'язуваних задач, матеріально-технічних можливостей, фінансово-економічного статусу тощо. Перевага бізнес-інкубаторів для підприємців включає зниження первинних витрат на приміщення, накладних витрат шляхом спільної оплати адміністративних і комунікаційних послуг, взаємодія з іншими підприємствами інкубатора і здобуття досвіду спілкування з державними установами. Типовий бізнес-інкубатор забезпечує мале підприємство такими видами допомоги: професійний менеджмент; доступ до необхідних фінансових ресурсів; надання офісу й офісних послуг; консультації по всіх аспектах організації бізнесу; технічна допомога, лізинг устаткування на сприятливих умовах; інформаційне забезпечення – бібліотеки, комп'ютери, доступ до інформаційних мереж; приміщення для ділових зустрічей, круглих столів тощо. Позитивним моментом у цій ситуації є те, що ці й інші види допомоги нове підприємство одержує в одному місці, «під одним дахом» бізнес-інкубатора. Зазвичай підприємці можуть користуватися інкубаторами обмежений період часу. В розвинутих країнах під опікою бізнес-інкубатора підприємства знаходяться два-три роки, потім починається їх самостійна діяльність. Бізнес-інкубатори можуть відіграти важливу роль у державній політиці регулювання і підтримки діяльності малих підприємств. Надання безперервної допомоги в період бізнес-інкубації від первинної ідеї до першого комерційного успіху є важливим принципом розвитку інноваційних підприємств. Крім того, надаючи допомогу в створенні нових підприємств бізнес-інкубатори роблять важливий внесок в економічний розвиток держави в цілому, сприяючи процесу економічної перебудови. Це особливо важливо, коли діяльність бізнес-інкубатора концентрується на допомозі новим підприємствам у секторах на технологічній основі, коли час на розробку ідей і впровадження її на ринок досить тривалий, а комерційний ризик високий. У цьому змісті бізнес-інкубатори є важливим елементом інфраструктури, необхідним для підтримки розвитку і комерціалізації нових виробничих тех-

нологій, доповнюючи дії інших установ, що мають справу з правами на інтелектуальну власність і підготовкою патентів.

В умовах фінансової кризи для ефективного функціонування малого підприємництва необхідні додаткові фінансові ресурси, які можуть бути надані банками [4, 5]. Аналіз світового досвіду свідчить, що в загальних обсягах фінансування малих підприємств упродовж останніх сорока років переважають кредити, що надаються небанківськими установами – кредитними спілками, кредитними кооперативами тощо. Але в Україні підтримка малого підприємництва з боку небанківського сектору на сьогодні є недостатньою, оскільки самі небанківські установи знаходяться на стадії розвитку. Тому малі підприємства залучають кредитні ресурси здебільшого за рахунок комерційних банків. Залучення банківського кредиту є класичною технологією запозичення необхідних фінансових ресурсів. На сьогодні банківські кредити дають можливість природно поєднувати всі джерела оборотних коштів і активно впливають на раціональне формування запасів сировини, матеріалів, готової продукції та інших видів матеріальних цінностей. Але на практиці взаємини українських банків і суб'єктів малого підприємництва носять складний характер. З одного боку, банки повинні бути зацікавлені в наданні кредитів суб'єктам малого підприємництва, оскільки одержують за це відсотки, тобто прибуток, але, навпроти, вони кредитують малі підприємства неохоче. З іншого боку, малі підприємства мають велику потребу в кредитах, але не завжди звертаються за ними в банк.

Проблему нестачі кредитних ресурсів для малого підприємництва можна також вирішити шляхом надання кредитів через структуру Українського фонду підтримки підприємництва [10, с. 235]. Суть схеми такого кредитування полягає в такому:

1. Після прийняття рішення про надання ресурсів під кредитування конкретного позичальника кредитний проект, розроблений відповідним структурним підрозділом фонду, узгоджується з обраним банком.

2. Грошові кошти фонду в сумі кредиту на визначений термін кредитування розміщуються в банку на спеціальному рахунку, і надаються банком суб'єктові підприємництва згідно з програмою кредитування. При цьому грошові кошти фонду не можуть бути повернені фонду раніше за дату повернення кредиту. Після настання дати повернення коштів із кредитного рахунку банк зобов'язаний перерахувати кошти на рахунок фонду незалежно від виконання чи невиконання позичальником зобов'язань за кредитною угодою перед банком. Таким чином, кошти фонду на кредитному рахунку виступають як ресурсне покриття кредиту, але не можуть бути сто відсотковим фінансовим забезпеченням.

3. Забезпеченням за такими кредитами є майно позичальника або його майнових поручителів.

Перевагами цієї схеми кредитування є такі аргументи:

1. При використанні коштів за цією схемою у фонду з'являється можливість отримувати доходи (відсотки) за депозитом, а отже, збільшувати обсяги фінансування малого підприємництва.

2. Оскільки ресурсами під такі кредити є фінансові кошти фонду, можливе встановлення відсоткових ставок за кредитами нижчих за ті, що застосовуються за «стандартних» умов кредитування до 4–7%.

Необхідно зауважити, що ця схема вже успішно працює в Україні, але поки що лише тільки через ПриватБанк і лише у трьох областях – Чернігівській, Івано–Франківській та Черкаській. Немає сумнівів, що використання такої фінансової схеми значно сприятиме розвитку суб'єктів підприємницької діяльності також у інших регіонах. Тому для подальшого ефективного функціонування малих підприємств першою чергою необхідно удосконалити законодавчі механізми кредитування малих підприємств. Для цього необхідно:

1. Внести зміни в основний закон у сфері малого підприємництва – Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва».

2. Переглянути норми кредитування, що закріплені в Законі України «Про банки і банківську діяльність», у підзаконних актах і відомчих актах НБУ і Міністерства фінансів. Тому що вони регулюють питання кредитування в цілому і не враховують специфіку малого бізнесу, не забезпечують інтереси суб'єктів малого підприємництва.

3. Розробити проект закону «Про фінансування і кредитування суб'єктів малого підприємництва», розглянути його та прийняти. В ньому мають бути зазначені різні форми кредитування малого бізнесу. Необхідно відрегулювати порядок ухвалення рішення про надання кредиту і про відмовлення у видачі кредиту, можливість судового оскарження даного рішення. В цьому законопроекті мають бути також зазначені різні схеми надання і погашення кредитів.

#### Висновки

Таким чином, впровадження запропонованих заходів дасть змогу державі здійснити реальну підтримку малого підприємництва і тим самим створити умови для стабілізації економічної ситуації в Україні, формування середнього класу, вирішити ряд соціально–економічних проблем, дозволить більш повно використовувати існуючі ресурси та врахувати особливості кожного регіону.

#### Список використаних джерел

1. Уманець Т.В. Методи і моделі оцінювання розвитку малого бізнесу: мезо– і мікрорівень: Монографія / Т.В. Уманець, Ю.О. Ольвінська, О.В. Лучакова – Донецьк: «ВІК», 2010. – 250 с.
2. Головне управління статистики в Одеській області. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
3. Державна служба статистики України. [Електрон./ ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Ольвінська Ю.О. Розвиток кредитування суб'єктів малого підприємництва / Ю.О. Ольвінська // Вісник соціально–економічних досліджень: зб. наук. пр. / Ред. М.І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун–т. – Одеса, 2007. – Вип. 25. – С. 266–270.
5. Ольвінська Ю.О. Роль банківського кредитування у розвитку малого бізнесу України / Ю.О. Ольвінська // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – Т. 1, №4. – С. 203–206.
6. Ольвінська Ю.О. Розвиток інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні / Ю.О. Ольвінська, О.В. Самоєнкова // Вісник соціально–економічних досліджень: зб. наук. пр. / Ред. М.І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун–т. – Одеса, 2009. – Вип. 37. – С. 254–258.
7. Ольвінська Ю.О. Роль менеджмент–освіти у розвитку малого бізнесу / Ю.О. Ольвінська // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. – К.: КНЕУ, 2007. – Т. 1. – Ч. II. – С. 521–1013.
8. Подгорный А.З. Статистика: учебное пособие для иностранных студентов / А.З. Подгорный, О.Г. Мылашко, С.М. Киршо, Н.М. Шилофост. – Одесса: Атлант, 2012. – 194 с.
9. Ольвінська Ю.О. Роль розвитку малого бізнесу у реструктуризації регіонального ринку праці / Ю.О. Ольвінська // Соціально–економічні аспекти промислової політики. Управление трудовыми ресурсами: государство, регион, предприятие. – Донецк: ІЕП, 2006. – Т. 2. – С. 345–350.
10. Ольвінська Ю.О. Методи і моделі оцінки розвитку малого підприємництва Одеського регіону / Ю.О. Ольвінська // Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: монографія / За заг. ред. канд. економ. наук, професора А.З. Підгорного. – Одеса: Атлант, 2012. – С. 196–242.

О.А. АБАЗИНА,

аспірант кафедри фінансів, обліку і аудиту, Інститут економіки та менеджменту Національного авіаційного університету

### Методичні підходи до планування енерговитрат та створення резервів енергоефективності в авіатранспортних підприємствах

У матеріалі статті обґрунтовано методичні підходи до планування величин енергетичних витрат та резервів енергоефективності в умовах підприємств авіаційного транспорту за допомогою прямого рахунку, зворотної залежності та логічної моделі.

**Ключові слова:** енергоефективність, енергозбереження, паливно–енергетичні ресурси, авіатранспортні підприємства, авіаційні двигуни, витрати.

О.А. АБАЗИНА,

аспірант кафедри фінансов, учета і аудита,

Інститут економіки і менеджменту Національного авіаційного університету

### Методические подходы к планированию энергозатрат и созданию резервов энергоэффективности на авиатранспортных предприятиях

В материале статьи обоснованы методические подходы к планированию величины энергетических затрат и резервов энергоэффективности в условиях предприятий авиационного транспорта с помощью прямого расчета, обратной зависимости и логической модели.

**Ключевые слова:** энергоэффективность, энергосбережение, топливно–энергетические ресурсы, авиатранспортные предприятия, авиационные двигатели, расходы.