

зайшвенних операций и взаимоотношений. Обращено внимание на особенности построения учета доходов, расходов и финансовых результатов деятельности туристических предприятий. Подробно обоснованы различия в организации учета деятельности туроператора и турагента.

Ключевые слова: туризм, туристическая деятельность, туристическая услуга, туристический продукт, туристический агент, туристический оператор, бухгалтерский учет, доходы, расходы.

Pylypenko S.M. Organization of Accounting for Tour Operator and Travel Agent Activity

Some features of tour operator and travel agent activities and their impact on accounting development are defined. Some peculiarities of accounting of tour operator and travel agent and also the features of documenting their business operations and relationships are determined. Special attention is paid to the features of income, expenses and financial results of tourism companies. The differences in accounting organization of tour operator and travel agent activity are justified in detail.

Keywords: tourism, tourism activity, tourism service, tourism product, travel agent, tour operator, accounting, incomes, costs.

УДК 330.342

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Л.В. Рібун¹, Г.А. Лех², І.М. Васькович³

Розглянуто малий бізнес як окремих сектор ринкової економіки. Звернено увагу, що останнім часом проблема малого бізнесу як ніколи стала нагальною не тільки в нашій державі, а навіть у розвинених країнах. Малий бізнес виконує низку найважливіших економічних і соціальних завдань. Окрім податкових відрахувань до бюджетів всіх рівнів, він розвиває реальний сектор економіки, створює додаткові робочі місця, сприяє конкуренції. Тому розвиток малого бізнесу є важливим завданням держави.

Охарактеризовано малий бізнес і з'ясовано його роль у ринковій економіці різних країн, виділено позитивні та негативні його позиції.

Ключові слова: малий бізнес, сталий розвиток, зайнятість.

У світлі поточної економічної кризи, яка торкнулася багатьох держав, проблема малого бізнесу визріла як ніколи гостро. Як показує світова практика, основним критерієм, на основі якого підприємства різних організаційно-правових форм відносять до суб'єктів малого підприємництва є, передусім, середня чисельність працівників, зайнятих на підприємстві. Враховуючи невелику кількість працівників, які швидко мобілізуються до змін на ринку, малий бізнес може стати тією важливою основою, за допомогою якої буде здійснено поворот до позитивних господарських процесів. Потрібно зазначити і той факт, що підприємства малого бізнесу забезпечують працевлаштування соціально нестабільних верств населення, зокрема, молоді, жінок, емігрантів і т. ін. Саме на цих підприємствах вони набувають досвіду, знань, домагаються кар'єрного росту та самореалізації. Доцільно врахувати і ще низку переваг цього бізнесу, а саме: низьку капіталомісткість і тому легкий доступ населення, велику кількість

підприємств, що дає змогу в короткий термін налагодити виробництво різноманітних товарів та послуг, мобільність на ринку й у сфері технологій, що сприяє швидкому розвитку НТП, здатність швидко наймати додаткову робочу силу, відсутність бюрократизму в управлінні, незначний негативний екологічний вплив на навколишнє середовище.

Підприємства малого бізнесу більш стійкі до зовнішніх змін. У період загального економічного спаду в Україні на початку 90-х років саме малий бізнес підтримав українську економіку і вчасно адаптувався під нові ринкові умови. Державні підприємства не витримали конкуренції, були зруйновані або приватизовані. Отже, малий бізнес демонструє свою гнучкість, "живучість", зміцнюючи і підтримуючи національну економіку.

Інтерес українських економістів (Д.П. Журавський, С. Подолинський, В. Навроцький, В. Барвінський, Є. Слуцький та ін.) до питань, що стосуються функціонування малого бізнесу і зокрема сімейного, сягає XIX ст. У сучасній економічній літературі його функціонування вивчали О. Барановський, Ю. Єхануров, І. Жилиєв, А. Кисельов, Т. Ковальчук, В. Круглов, О. Попов, С. Реверчук, В. Рубе, О. Титаренко та ін. За часів СРСР дрібний бізнес досліджували в основному з позицій індивідуальної трудової діяльності (Б. Ічітовкін, І. Разумнова, В. Савченко, О. Фесенко, Г. Шмельов та ін.). Протягом останніх років в Україні було опубліковано низку робіт, в яких проаналізовано конкретні проблеми розвитку малого підприємництва, а саме: історичні аспекти формування національного підприємництва (С. Злупко, О. Кузьмін), особливості становлення та розвитку малих підприємств в Україні (Н. Беренда, В. Бородюк, О. Дивеев-Кириленко, М. Долішній, Н. Лесик, С. Реверчук), функції, види підприємницької діяльності та методи підвищення ефективності функціонування малих форм господарювання (З. Варналій, З. Герасимчук) фінансове обслуговування підприємницької діяльності (Ю. Буряк, М. Крупка). Однак ще багато теоретичних і практичних аспектів використання потенціалу дрібних господарств залишаються не вирішеними.

Аналіз зарубіжного досвіду дає змогу по-новому подивитись на перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. Так, починаючи з 90-х років у всіх індустріально розвинених країнах частка малого підприємництва була досить значною. У США, Японії, Франції до малих відносили 99 % від усіх підприємств [1]. Ступінь розвитку малого бізнесу безпосередньо характеризує ступінь розвитку економіки держави загалом. Розвиток малого бізнесу на Заході йде набагато швидшими темпами, позаяк національні уряди приділяють значну увагу підприємствам малого бізнесу і сприяють їх розвитку на національному рівні. У більшості країн малий бізнес представляє собою середній клас, який є основою для сталого розвитку економіки. Не секрет, що країни, які розвиваються саме завдяки малому та середньому бізнесу, зробили великий економічний поступ (Тайвань, Сінгапур, Індонезія і т. ін.). Якщо простежити, як змінювались темпи розвитку малих підприємств в цих країнах, то можна провести паралель щодо розвитку всієї країни.

Для Європи малий бізнес є свого роду підвалиною соціально-економічного розвитку. Там нараховується понад 20 млн підприємств, що займаються малим та середнім бізнесом і відповідно дають більше половини загального

¹ доц. Л.В. Рібун, канд. екон. наук – НЛТУ України, м. Львів;

² доц. Г.А. Лех, канд. екон. наук – НЛТУ України, м. Львів;

³ доц. І.М. Васькович, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

обороту і доданої вартості. Частка зайнятих у малому бізнесі в Європі становить приблизно 70 %. Переважна кількість малих підприємств працює у торгівлі, будівництві та харчовій промисловості. Можна констатувати, що малий бізнес є "товкачем" економіки, який стимулює виробників до конкурентної боротьби. Тому розвиток ЄС залежить від успішної діяльності малого та середнього бізнесу. Тому в рамках Євросоюзу проводять політику підтримки малого підприємництва, основна мета якої – збалансування інтересів держави і бізнесу, забезпечення найкращих умов для підприємницької діяльності, збільшення конкурентоспроможності малого бізнесу [2].

Аналізуючи розвиток малого бізнесу у різних державах, варто зупинитись на Японії, як країні приватного підприємництва. У ній до малого бізнесу відносять 5 млн 738 тис. підприємств – 99 % від їх загального числа. На них працює 88 % усіх зайнятих. Малих підприємств найбільше у трудомістких галузях: у роздрібній торгівлі, громадському харчуванні, сфері послуг, будівництві та машинобудуванні. За формами власності половина з них – індивідуальні, тобто фактично сімейні. Але зараз сім'ї в Японії маленькі, як у всіх урбанізованих країнах, населення почало скорочуватися, і скорочується число цих підприємств.

Економіка розвивається через призму співіснування великих і малих підприємств. Так, будівництвом житла займається малий бізнес, адже більшість японців вважають, що найкраще жити у невеличких будинках. Будівництвом доріг, заводів, торгових центрів, багатопверхівок займається великий бізнес. В основному великий бізнес надає роботу дрібному через аутсорсинг. Близько 55 % малих підприємств у промисловості працює таким чином. Японський уряд дбає про оновлення підприємницького сектору і полегшує створення нового бізнесу. У 2003 р. прийнято закон, за яким можна відкривати мале підприємство без початкового капіталу – тільки з однієї ієни. Таким шляхом вже створено 32 000 підприємств. Також у 2000 р. було прийнято закон, який максимально спрощує процедуру банкрутства саме у сфері малих підприємств. Відповідно до нього дозволено звертатися до суду з метою захисту від кредиторів ще до того, як зобов'язання перевищили активи, щоб запобігти їх розпорощенню. Отже, держава не надає фінансової допомоги підприємцям, але забезпечує юридичну та інформаційну підтримку [3].

У США в малому бізнесі працює 77 % зайнятих у приватному секторі і на нього припадає 47 % від загального обсягу продажу товарів у країні, а також 50 % від валового внутрішнього продукту [1]. Тут провідним органом державної підтримки малого бізнесу є Адміністрація малого бізнесу (SBA – Small Business Administration), яка вирішує три найважливіші завдання: забезпечення фінансової підтримки малих і середніх підприємств, сприяння в отриманні державних замовлень, надання технічних і консультаційних послуг з питань управління. За її даними, у країні щорічно створюють близько 1 млн нових фірм. З числа цих фірм 60 % зайняті в домашньому господарстві за підтримки Міністерства праці США. Близько 21 млн американців (17 % усіх зайнятих) працюють завдяки малому бізнесу за неповного робочого дня. Треба зауважити, що малими підприємствами керують переважно жінки. До прикладу, за один рік кількість фірм, керівниками яких були жінки, зросла на 29 % і 1,4 млн підприємств отримали за рік 2,8 млрд дол. прибутку.

У США відбулась своєрідна революція франчайзингу. Так, тільки протягом кількох десятиліть обсяг продажу франчайзингових компаній становив 40 % від загального обсягу роздрібної торгівлі, загальний валовий продаж перевищив 800 млрд дол. [1]. Серед жінок-власників фірм 16 % використовували цю форму ведення бізнесу, і 60 % жіночого бізнесу було зосереджено безпосередньо вдома. Основною причиною такого успіху є структура франчайзингу, яка поєднує в собі ефект масштабу із можливістю надання персоніфікованих послуг. Малий бізнес у США на 55 % інновацій підтримують спонсори SBA. Конгрес США розробив спеціальну програму розвитку інновацій для малих підприємств. Відрахування на ці програми щорічно збільшуються на 1 млрд дол. [4].

Щодо Англії, то там держава, намагається підтримувати малий бізнес, насамперед, через банківську систему. Зокрема, кожен банк має власну програму кредитування. Однією з них є програма для створення та розширення бізнесу, яка передбачає надання кредиту у розмірі від 5 до 100 тис. ф. ст. і надається терміном на 5 років. Відсотки (15-17 %) стягуються з річного обороту фірми, а не з суми кредиту. Інша програма встановлює розмір кредиту від 5 до 500 тис. ф. ст., він видається на термін від 2 до 20 років на покупку заводу, обладнання тощо. Відсоток за такий кредит встановлюється відповідно до діючої ставки. Урядова програма гарантування кредитів поширюється на більшу частину (70-80 %) кредитів, наданих банками дрібному бізнесу. Щорічно в бюджеті виділяється близько 50 млн ф. ст. на покриття гарантій банкам.

Значна роль у стимулюванні малого бізнесу належить і фінансовій політиці уряду, яка передбачає знижену ставку оподаткування, ефективну систему знижок у сплаті прострочених позичок тощо. Окрім бюджетних заходів, малому бізнесу надаються пільги при стягненні місцевого податку на майно, що допомагає частково вирішити проблему ліквідності [5].

Важливо зробити акцент на окремих програмах, які спрямовані на сприяння малому бізнесу. Однією з цих програм передбачено надання шефської допомоги дрібним фірмам у вигляді консультацій з питань управління фінансуванням маркетингу, а після схвалення всіх цих програм їх виконанням займається Служба дрібних фірм. Інша, спрямована на надання фінансової допомоги дрібним фірмам програма "Гарантування кредитів", розрахована на три роки і передбачає виплату страхових премій від імені успішних бізнесменів. Є програми, що стимулюють експортну діяльність дрібних фірм, які бажають експортувати свої товари та ін.

Одночасно за загальної підтримки малого бізнесу у Великобританії діє досить жорстка система контролю над діяльністю підприємств. Франція, за допомогою розвитку малого бізнесу, вирішує проблему зайнятості, адже 10-12 % населення постійно не мають роботи. Сьогодні у країні нараховується близько 3 млн малих підприємств. За галузевою ознакою малі підприємства найбільш поширені у сфері послуг (1,5 млн), торгівлі (780 тис.), будівництві (350 тис.), меншою мірою – у промисловості (303 тис.). При цьому щороку в країні відкривають понад 250 тис. нових малих підприємств, а банкрутує 50 тис. Це великий внесок у розвиток держави, враховуючи те, що головною економічною та соціальною проблемою країни є боротьба з безробіттям [6].

В Італії бізнес класифікують за кількістю зайнятих на підприємстві: мікрофірми (де кількість зайнятих становить 20 осіб), малі фірми (з кількістю зайнятих від 20 до 100 осіб), середні (працює від 100 до 500 працівників) і великі (понад 500 осіб). Всього, за офіційними даними, на 2000 р. у країні було зареєстровано 4 млн 800 тис. підприємств з кількістю зайнятих до 100 осіб. Більше половини з них складаються з єдиного працівника. На мікрофірми припадає 60 % від загального числа зайнятих і більше 40 % від обсягу продажів [7].

Спеціалізація дуже різноманітна. Починаючи з виробництва взуття, пошиття одягу, ювелірних прикрас, дизайну до виготовлення вина, оливкової олії, оброблення овочів і фруктів. Щорічно малий і середній бізнес поповнює італійську казну на 70 млрд євро. Важливим фінансовим ресурсом для значної частини малого бізнесу є кооперативне кредитування. Нині кооперативні банки становлять 61 % від усіх банківських установ країни. Переважно вони є також малими і середніми установами. У загальному обсязі кредитів, наданих приватному сектору, частка таких банків постійно зростає. За останнє десятиліття вона збільшилася від 20 до 33 %. При цьому частка малих і середніх кредитів досягла 46 %, а мікрокредитів (до 250 тис. євро) – 12,5 % [7].

Позитивним в Італії є те, що країну умовно розділено на т. зв. округи, які представляють собою територіально-виробничі системи, що складаються з великої кількості малих і середніх підприємств, що ведуть виробничу діяльність на основі спеціалізації і кооперування. Найважливіше їх завдання – максимально використовувати саме ті ресурси, які знаходяться на території цих округів. Окрім виробничих є і близько 300 туристичних округів. У них нараховується майже 600 тис. підприємств. Щорічно вони обслуговують до 200 млн вітчизняних та іноземних туристів. У соціальному плані промислові округи будують на трьох головних принципах: самоврядування, асоціативності і партнерстві.

Політику підтримки малого бізнесу проводять міністерство промисловості та регіональна влада, яким надано широкі повноваження. Головними фінансовими каналами є банк "Медіокредіт Централє" і спеціальні установи ремісничого сектору – Артіджанкасса. Форми фінансової підтримки звичайні – податкові пільги, гарантії позик, страхування експортних кредитів і т. ін. Пільги можуть покривати до 50 % потрібних підприємству капіталовкладень [7].

В Іспанії малий бізнес сформувався у 1970-х роках. І завдяки саме малому бізнесу країна досягла високих економічних показників. Саме малі підприємства позбавили країну безробіття і забезпечили економічне зростання. Іспанія посідає одне з перших місць у світі, поряд з Італією і Францією, з виробництва вина, чому зобов'язана саме малому бізнесу. Центральна роль належить йому також і в туристичній індустрії. Іспанці будують сімейні готелі, тримають ресторани і бари, займаються побутовим обслуговуванням.

Як позитивний фактор розвитку малого бізнесу варто зазначити, що у країні практично зведено до мінімуму бюрократію. Так, щоб оформити підприємство та отримати ліцензію, достатньо 24 год. Це створює сприятливий клімат для розвитку малого бізнесу. А для тих, хто має намір започаткувати свою справу, існують спеціальні програми з надання допомоги. Наприклад, перші 5 років підприємець не платить податки, а також має право на безстроковий кредит для розвитку бізнесу. Поручителем в останньому випадку є Держав-

ний інститут офіційного кредитування країни. Результатом умілої державної політики підтримки малого бізнесу є те, що Іспанія посідає 2-3-тє місця за обсягами вироблених товарів і послуг [8].

Отже, на малих підприємствах в ЄС зайнято більше населення, ніж у США, тобто у країнах ЄС мале підприємництво є важливішим щодо зайнятості, особливо у виробництві. Незалежно від критерію визначення, малі підприємства становлять в ЄС 95 % від усіх підприємств.

Література

1. Реверчук С.К. Малий бізнес: методологія, теорія і практика / С.К. Реверчук. – К. : Вид-во ІЗМН, 1996. – 236 с.
2. Малий бізнес: зарубіжний досвід. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.rem-zavod.biz/e9.html>.
3. Малий бізнес по-японськи. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.openbusiness.ru/html_euro/Japan_open6.htm.
4. Короткий курс лекцій з дисципліни "Економіка підприємства" : підручника. – Л. 5 Малий підприємства. Малий бізнес за кордоном / Кер. авт. кол. і наук. ред. д-р екон. наук, проф. В.Я. Горфинкея. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://studme.com.ua/1584072013202/ekonomika/ekonomika_predpriyatiya.htm
5. Уланова Маргарита. Английская юридическая компания Law Firm Ltd "Нова ініціатива" / Маргарита Уланова. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://donklass.com/2010-03-15-15-40-59/26-2009-05-21-18-19-04/640-malyj-biznes-v-anglii.html>.
6. Рубінський Юрій. Малий бізнес по-французьки / Юрій Рубінський. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.openbusiness.ru/html_euro/france_open11.htm.
7. Авілова Агнеса. Малий бізнес в Італії. Громадський рух "Нова ініціатива" / Агнеса Авілова. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://donklass.com/home/638-malyj-biznes-v-italii.html>.
8. Ландобасо Андріо. Розвиток малого бізнесу в Іспанії Громадський рух "Нова ініціатива" / Андріо Ландобасо. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://donklass.com/home/634-razvitiemalogo-biznesa-v-ispanii.html>.

Надійшло до редакції 18.02.2016 р.

Рибун Л.В., Лех Г.А, Васюкович И.М. Зарубежный опыт развития малого бизнеса

Рассмотрен малый бизнес как отдельный сектор рыночной экономики. Обращено внимание на то, что в последнее время проблема малого бизнеса как никогда стала актуальной не только в нашей стране, но даже в развитых странах. Малый бизнес выполняет ряд важнейших экономических и социальных задач. Кроме налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, он развивает реальный сектор экономики, создает дополнительные рабочие места, способствует конкуренции. Поэтому развитие малого бизнеса является важной задачей государства.

Охарактеризован малый бизнес и выяснена его роль в рыночной экономике различных стран, выделены положительные и отрицательные его позиции.

Ключевые слова: малый бизнес, устойчивое развитие, занятость.

Ribun L.V., Lech G.A, Vaskovych I.M. Foreign Experience of Small Business Development

Small business as a separate sector of the market economy is considered. Special attention is paid to the problem of small business that has become increasingly urgent in recent years, both in our country and in developed countries. Small business has a number of major economic and social problems. Besides tax deductions to the state budget, it develops the real sector of the economy, creates jobs, and promotes competition. Therefore, small business development is an important task of the state.

Small businesses is characterised, its role in the market economy of various countries is elucidated, and also its positive and negative sides are highlighted.

Keywords: small business, sustainable development, employment, tax deduction.