



УДК 334

І. Ю. Чабан

Бурштинський енергетичний коледж

Г. П. Остафійчук

науковий керівник

СУТЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Малі та середні підприємства своєю кількістю переважають в усіх розвинених країнах, а в окремих державах, таких як США та країнах Європейського союзу, до яких відносяться не тільки малі, а навіть більші підприємства, з кількістю до 500 осіб [4, с. 96].

Малі та середні підприємства займають дуже важливіше місце в ринковій економіці. Вони надають не тільки свободу вибору і додаткові робочі місця, а й забезпечують швидку окупність витрат, швидко реагує на зміни споживчого попиту.

Законодавство України підтримує і надає право для тих, що створюють малі та середні підприємства. Засновниками їх можуть бути будь-які особи, що займається виробничо-господарською діяльністю, яка регулюється діючим законодавством.

Мале підприємство бере активну участь у вирішенні виробничо-економічних проблем економіки. Воно здійснює бартерні операції, які спроможні припинити зменшення виробництва в країні, поспособляти його зростанню, збільшити конкурентоспроможність продукції в країні [6, с. 10].

Мале підприємство може стати у пригоді великому підприємству, як виробник: заготівельне, ремонтне обслуговування, та інше. Допомагає великому підприємству у вирішенні значних економічних проблем, тобто:

- переробка відходів великих підприємств;
- робоча сила, що не знаходить застосування у великих підприємствах (студенти, пенсіонери, підлітки, інваліди);
- громадяни, які не хочуть вкладати кошти в цінні папери, але хочуть використати їх для розвитку великої справи, та інше.

Мале підприємство виступає також значним платником податків, таким чином допомагає державі у вирішенні фінансово-економічних проблем, і проблем нестачі державного бюджету. Також допомагає у вирішенні проблем з безробіттям, так як є роботодавцем. Мале підприємство надає можливість кожному молодому фахівцю спробувати себе у ролі працівника, власника чи керівника підприємства [1, с. 72]

У розвитку малого підприємства також є різні проблеми, перепони, насамперед це:

- обмежений доступ до фінансових та кредитних ресурсів;
- придатні економічні фактори (інфляція, зміна ринку);
- нестача висококваліфікованих фахівців;
- малий досвід підприємця-початківця;
- ризик банкрутства.

Ці загрози завжди повинні бути стимулом, щоб бізнесмен працював краще.

Незважаючи на всі ці проблеми окремих підприємств, малі та середні підприємства бувають досить швидкого розвитку. Це обумовлено їхніми перевагами в структурі економіки, якими є:

- мобільність, здатність швидко реагувати на зміни ринку, зміни обсягів виробництва в межах виробничих можливостей;

© Чабан І. Ю., Остафійчук Г. П., 2017



— дрібносерійне виробництво, можливість підвищення ефективності за рахунок вузької спеціалізації;

- швидка окупність вкладень;
- малі витрати підприємства;
- здатність до повної мобілізації доступних ресурсів;
- раціональна організація підприємства.

У малого підприємства крім вище перерахованих проблем є ще проблеми штучно створені, до яких відносяться надмірна зарегульованість економічних процесів та організаційних процедур, щодо створення і функціонування малого підприємства, що пов'язана з проблемами реєстрації, ліцензування, контролю, різного роду зборів і платежів. Також спостерігається адміністративні обмеження підприємницької діяльності з боку органів місцевої влади, які пов'язані з необхідністю виконання підприємцями обов'язкових правил і процедур, все це, а також невизначеність та періодичні зміни законодавства призводять до того, що малі та середні підприємства стають збитковими. Багато малих та середніх підприємств не реєструються і переходять в "тіньову економіку" [3, с. 7].

Створення та розвиток ефективного конкурентного середовища є найважливішим чинником стабільного розвитку малого бізнесу. Розвиток конкуренції позитивно впливає на малі та середні підприємства. Для того, щоб економіка України зростала необхідно:

- забезпечити відновлення внутрішнього ринку. Це має призводити до розвитку виробництва товарів народного споживання;
- забезпечити стан відносної валютно-грошової та фінансової стабільності, утримуючи темпи інфляції, показники внутрішнього та зовнішнього боргу, платіжний баланс в межах, які не стоять на шляху для розвитку бізнесу в Україні.
- забезпечити реалізацію факторних переваг України, серед яких наявність родючих сільськогосподарських угідь, висококваліфікована робоча сила, розвинена виробнича інфраструктура;
- активізувати інвестиційні процеси;
- забезпечити підвищення рівня реальних доходів та купівельної спроможності населення, посилення соціального захисту, поліпшення умов життєдіяльності.

Економічне зростання в Україні на мою думку можливо тільки в разі співпраці з великим бізнесом. Держава повинна проводити політику підтримки середнього бізнесу поряд із стимулюванням малого підприємництва, надавати певні адміністративні, податкові, фінансово-кредитні та інвестиційні пільги, та інші заходи підтримки, надання переваги при здійсненні державних закупівель. Це все буде сприяти переходу малих підприємств до категорії середніх [5, с. 43].

Україні необхідні підприємства, що на договірній основі здійснюють технічне обслуговування і ремонт устаткування, техніки, приладів і апаратури.

Для розвитку малого та середнього підприємництва насамперед потрібно відповідна економічна підоснова. Перш за все це виробничий, науково-технічний та кадровий потенціал, який використовується не в повному обсязі.

Держава повинна забезпечити спрощення законодавства, визначити обсяг прав та обов'язків малого та середнього бізнесу, межі втручання місцевих органів влади у підприємницьку діяльність. Держава повинна створювати сприятливі умови для функціонування малого і середнього бізнесу через податкову, митну, грошово-кредитну політику, та інших заходів. Тобто вирішальну роль у розвитку малого і середнього бізнесу відіграє держава [2, с. 110].

Для формування і функціонування ринкового середовища для суб'єктів малого і середнього підприємства на регіональному рівні повинні здійснюватись такі заходи:



1. стимулювання малого і середнього підприємництва за допомогою професійної підготовки людей, які могли б зайнятися підприємництвом;
2. стимулювання попиту на продукти та послуги малого бізнесу;
3. інформаційна та консультативна діяльність осіб, які хочуть зайнятися підприємницькою діяльністю;
4. фінансова допомога, локальні прогнози розвитку малого підприємництва.

Ці заходи повинні стати основою впливу на ринкове середовище за рахунок сприяння розвитку малого підприємництва. Головною складовою сприяння розвитку малого підприємництва повинні стати відповідні програми.

Дуже важливою є фінансова та кредитна підтримка малого та середнього бізнесу. Державну політику, щодо створення та використання фінансових ресурсів, слід здійснювати у напрямі створення розвинутої мережі фінансово-кредитних установ, страхових фірм, інвестиційних та страхових фондів; розробки і запровадження системи стимулювання комерційних банків, які повинні надавати цільові пільгові кредити малому та середньому бізнесу.

Мале та середнє підприємство зовсім не може повноцінно розвиватися без створення розвинутої системи інформаційного обслуговування. Державну підтримку суб'єктів малого підприємництва щодо цього влучно здійснювати за допомогою створення добре розвинутої мережі консультативних, юридичних, бухгалтерських фірм, регіональних інформаційно-аналітичних центрів тощо [4, с. 38].

Держава, орієнтуючи діяльність підприємців на збільшення високої ефективності в економіці, змушена підтримати їх, захищаючи малі та середні підприємства та їхню власність, контролюючи виконання законів, відповідно до чинного законодавства.

Список бібліографічних посилань (References)

1. Баб'як М. М. Розвиток малого і середнього підприємництва у регіоні. *Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал*. 2004. <http://eco-science.net>.
2. Волик В. А. Становлення малого та середнього бізнесу в Україні і його наслідки. 2010. <http://eco-science.net/archive2002/108--8.html>
3. Єрмакович С. Ю. Державна підтримка малого бізнесу в Україні. Інформ. посібник. Проблеми кредитування малого та середнього бізнесу в Україні. Львів, 2001. № 4. С. 25-37
4. Заяць А. А., Тарлопов, І. О., Пилипенко О. С. Управління маркетингом на підприємстві : монографія. Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2006. 253 с.
5. Кравчук Г. В. Регіональний маркетинг в системі управління економічними процесами / Національний авіаційний ун-т. К. : [б.в.], 2006. 286 с.
6. Лавриненко Р. І. Фінансування малого та середнього бізнесу в Україні. *Фінанси України*. 1998. № 2. С. 76–81.

Одержано 29.11.2017