

Юрій Петрович ВІТКОВСЬКИЙ

доктор економічних наук, професор, професор кафедри глобальної економіки,
Державний біотехнологічний університет
ORCID ID: 0000-0001-5806-8671
E-mail: petrovi4ua1@ukr.net

Олена Вікторівна СМІГУНОВА

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту, бізнесу і
адміністрування, Державний біотехнологічний університет
ORCID ID: 0000-0002-9660-3361
E-mail: elenasmigunova@gmail.com

Олена Василівна ДУДНИК

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Державного біотехнологічного університету,
ORCID ID: 0000-0003-0901-5949
E-mail: elenadudnyk88@gmail.com

**РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ**

Вітковський Ю. П., Смігунова О. В., Дудник О. В. Роль і значення малого підприємництва у формуванні стратегії розвитку економіки країни. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 1. С. 107 – 113.

Анотація

Метою статті є дослідження діяльності суб'єктів малого підприємництва як основного драйверу розвитку економіки країни та на цій основі визначення їх ролі та значення в розвитку економіки країни. Розглянуто термінологічну сутність і зміст поняття «підприємництво» та його зміну й упорядкування в процесі розвитку економічної теорії, а також дефініцію понять «мале підприємництво» та «малий бізнес». Встановлено, що у світовій практиці є різні підходи до класифікації «підприємництва» та критерії віднесення його до «малого». До найбільш часто вживаних критеріїв належать: чисельність персоналу малого підприємства (середньооблікова чисельність постійних працівників і співробітників, працюючих за сумісництвом); розмір статутного капіталу; фінансові показники діяльності малого підприємства (обсяг чистого прибутку, розмір сукупного доходу, оборотність активів); вид діяльності підприємства. Визначено переваги малого бізнесу, до яких віднесли здатність швидко змінюватися та адаптуватися, мобільність і можливість об'єднувати зусилля, інноваційний потенціал, близькість до клієнта, низькі накладні витрати, використання «вузьких ніш». На основі проведеного дослідження систематизовані основні цілі та завдання малого підприємництва, а також важливість діяльності даних суб'єктів в соціальній, економічній, екологічній сфері. Встановлено, що перспективи розвитку малого підприємництва залежать від чинників зовнішнього мікро- та макросередовища, що впливають на підприємців у певний період часу. В статті наведено основні перешкоди на думку автора. За результатами встановленого дослідження зроблено висновок, що мале підприємництво є рушійною силою ринкової економіки та покликано вирішити такі завдання, як виявляти фактори інноваційного зростання великого, малого та середнього підприємництва, а також визначити силу впливу кожного фактору; визначити фактори, що впливають на підвищення рівня й якості життя населення та охарактеризувати можливості розширення середнього соціального прошарку, а також сформувати пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємництва.

Ключові слова: мале підприємництво, бізнес, державне управління, економіка, управління.

Yurii Vitkovskyi

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Global Economics Department, State Biotechnological University

Olena Smihunova

Candidate of Economics Science, Associate Professor, Head of Department Management, Business and Administration Department, State Biotechnological University

Olena DUDNYK

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Management, Business and Administration Department, State Biotechnological University

THE ROLE AND IMPORTANCE OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN FORMING THE COUNTRY ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY

Vitkovskyi Y., Smihunova O., Dudnyk O. The role and importance of small entrepreneurship in forming the country economic development strategy. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2022. Volume 7. № 1, pp. 107 – 113.

Abstract

The purpose of the article is to study the activities of small businesses as the main driver of economic development and on this basis to determine their role and importance in the development of the economy. The terminological essence and content of the concept of “entrepreneurship” and its change and streamlining in the development of economic theory, as well as the definition of the concept “small business” are considered. It is established that in world practice there are different approaches to the classification of entrepreneurship and criteria for classifying it as small. The most used criteria are the number of small business staff (average number of permanent and part-time employees); the amount of authorized capital; financial performance of a small enterprise (net profit, total income, asset turnover); type of enterprise activity. The advantages of small business are identified, which include the ability to change and adapt quickly, mobility and the ability to combine efforts, innovation potential, proximity to the customer, low overhead costs, the use of narrow niches. Based on the study, the main goals and objectives of small business are systematized, as well as the importance of the activities of these entities in the social, economic, and environmental spheres. It is established that the prospects for the development of small business depend on the factors of the external micro and macro environment that affect entrepreneurs in a certain period and the article is based on obstacles, according to the author. According to the results of the study, it was concluded that small business is the driving force of a market economy and is designed to solve problems such as identifying factors of innovative growth of large, small and medium enterprises, and determine the strength of each factor; to determine the factors influencing the improvement of the level and quality of life of the population and to characterize the possibilities of expanding the middle social stratum, as well as to form the priority directions of innovative development of small business.

Key words: small business, business, public administration, economy, management.

JEL classification: M 29

Вступ

Вагома роль малих підприємств у забезпеченні конкурентного середовища, гнучкості національної економіки, зайнятості та доходів населення здобула широке визнання на всіх рівнях управління. Нині підприємництво потребує серйозної державної підтримки. Сприяння малому бізнесу повинні надавати як державні органи влади, так і громадські організації самих підприємців (союзи, асоціації, агентства). Для цього необхідно сформулювати чітку єдину державну і недержавну політику щодо малого бізнесу, використовуючи наявний накопичений досвід розвинених країн світу.

Вагомий внесок у дослідження ролі та місця підприємництва зробили відомі вчені, серед яких: М. Боултон, Р. Кантільйон, А. Маршал, Д. Рікардо, Й. Шумпетер, Ф. Хайек та ін. Серед вітчизняних дослідників, які опублікували низку наукових праць із питань малого підприємництва, необхідно зазначити: О. Барановського, Г. Васіна, М. Газуда, Т. Гоголь, М. Долішнього, А. Даниленко, І. Жилиєва, А. Кисельова, Т. Ковальчука, В. Лагно, С. Мочерного, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, О. Титаренко, В. Чер-

няка та ін. Однак зазначена проблема у контексті внесення змін в стратегію розвитку суб'єктів малого бізнесу з врахуванням зовнішніх факторів впливу потребують поглибленого вивчення.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження діяльності суб'єктів малого підприємництва як основного драйверу розвитку економіки країни та на цій основі визначення їх ролі та значення.

Виклад основного матеріалу

Термінологічна сутність і зміст поняття «підприємство» змінювалися й упорядковувалися в процесі розвитку економічної теорії. За часів римського права під «підприємством» розуміли заняття, діяльність, здебільшого комерційну.

Підприємство стало темою дискусій і аналізу в XVIII ст. й привертало інтерес економістів у XIX ст., коли у світі почали вживатися як синоніми або тісно пов'язані поняття «підприємство», «вільні підприємства» і «капіталізм». Учені поступово почали визнавати, що підприємці є провідниками прогресивних змін, забезпечуючи творчі інноваційні ідеї для комерційних підприємств і допомагаючи комерційним фірмам розвиватися і ставати прибутковими. Наприклад, Ричард Кантіллон (1725), відомий французький економіст Джин Баптист Сей (1803), видатний економіст Йозеф Шумпетер (1934) вивчали підприємство і його вплив на економічний розвиток [8].

Відомий економіст Альфред Маршалл, підкреслюючи важливість підприємництва, вважав, що найприйнятнішим для характеристики специфічних рис індустріального життя сучасної епохи є вислів «свобода виробництва і підприємства або економічна свобода». Економісти Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуї, Дж. В. Тілл четвертим фактором виробництва, нарівні з природними ресурсами, працею і капіталом, називали підприємницьку спроможність, позначаючи підприємців як людей, що знаходять нові, ефективніші засоби використання трьох інших економічних ресурсів [3].

Доволі часто зустрічаємо поняття «мале підприємство». Даний термін є юридичним і вживається в нормативно-законодавчих актах. В науковій літературі ототожнюється з поняттям «малий бізнес», що є економічним терміном та використовується при розгляді стану економічного розвитку країни чи регіону.

Згідно з чинним законодавством, під підприємством варто розуміти самостійну діяльність фізичних та юридичних осіб на власний ризик, що не заборонена законом, з метою отримання прибутку чи соціального ефекту. Під малим підприємством розуміється, окрім зазначеного вище визначення, діяльність, що відповідає критеріям віднесення до даного виду.

Згідно з Законом № 2164-VIII, «малими» є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв [7]:

- балансова вартість активів – до 4 млн євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 млн євро;
- середня кількість працівників – до 50 осіб.

За ст. 55 ГКУ, суб'єктами малого підприємництва є [4]:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

У світовій практиці є різні підходи до класифікації «підприємництва» та критерії віднесення його до «малого». До найбільш часто вживаних критеріїв належать: чисельність персоналу малого підприємства (середньооблікова чисельність постійних працівників і співробітників, працюючих за сумісництвом); розмір статутного капіталу; фінансові показники діяльності малого підприємства (обсяг чистого прибутку, розмір сукупного доходу, оборотність активів); вид діяльності підприємства.

Існує так звана «Комісія Боултона», в якій виділено три головних ознаки підприємств малого бізнесу, за якими абсолютно точно підприємство можна описати як мале [2]:

- невеликий ринок збуту, який не дає змоги організації чинити істотний вплив на ціну або обсяг реалізованого товару;

- правова незалежність – управління малим підприємством здійснюється не через систему формалізованої управлінської структури, а безпосередньо власником або власниками-партнерами, які самостійно контролюють свою справу;

- управління підприємством, яке передбачає, що власник або власники-партнери самі беруть участь у всіх аспектах управління підприємством малого бізнесу і що він (вони) вільні від зовнішнього тиску.

В останні роки чисельність суб'єктів малого підприємництва зростає, що пояснюється наявністю безумовних переваг (рис. 1).

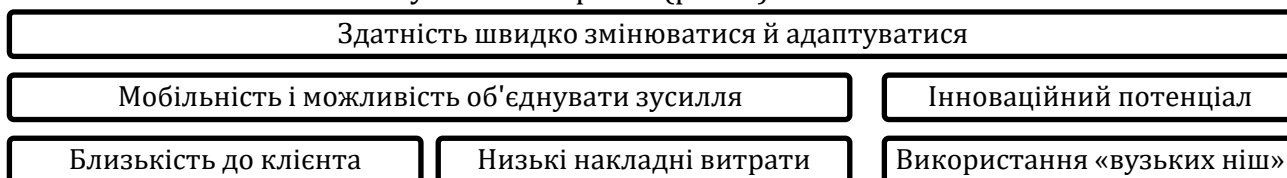


Рис. 1. Переваги малого підприємництва

Отже, на відміну від підприємств великого бізнесу малі підприємства практично завжди знаходяться в тісному контакті з клієнтом, майже в повсякденному. Це дає змогу підприємствам найбільш швидко адаптуватися та проявити гнучкість залежно від бажань клієнтів, і, як результат, вони можуть домогтися того, що саме їх продукції споживач у підсумку надасть свою перевагу.

Підприємствам малого бізнесу в процесі здійснення своєї діяльності доводиться постійно боротися за виживання, тому що є велика ймовірність витіснення з боку великих і середніх підприємств. окрім того, вони сильно залежать від своєї клієнттури і постачальників, тому змушені постійно шукати різні нові способи зниження витрат. Тож для них характерним є здатність постійно змінюватися й адаптуватися.

Ще однією з переваг є низькі накладні витрати, бо в традиційній організації в процесі її розширення кола управлінських завдань, які необхідно вирішувати в найкоротші терміни, постійно зростають, та паралельно відбувається зростання питомих накладних витрат на апарат управління, що розширюється. Невеликі підприємства, які позбавлені внутрішньої бюрократії, можуть тримати ці витрати на відносно низькому рівні. У процесі насичення ринків збуту все більше зростає необхідність пошуку нових товарних ніш. Порівняно з великими підприємствами, які переважно женуться за збільшенням масштабу діяльності, дрібні підприємства, навпаки, бачать необхідність у пошуку мікроніш. Працюючи на першому етапі з мінімальним прибутком, вони нерідко результатом діяльності отримують розширення ніші, яка з часом може стати новим великим джерелом доходу. Як було зазначено вище, підприємства малого бізнесу мають необхідність постійно адаптуватися до змін у бізнес-середовищі, технологіях виробництва, а також у потребах покупців. Більш того, дрібними організаціями часто керують підприємці, які є новаторами у своїй сфері, які цілком готові до ризику, якщо це забезпечить їм зростання прибутку й ефективність роботи організації.

Мобільність і можливість об'єднувати зусилля є ще однією перевагою. Для того, щоб підприємства малого бізнесу були здатні чинити опір своїм великим і середнім

конкурентам, доцільно для них утворювати різного роду об'єднання як короткострокового, так і довгострокового характеру. У малих підприємств є й уразливі місця. Головне з них – мала величина індивідуального капіталу. Для переважної більшості малих підприємств основним джерелом стартового капіталу або поповнення коштів, уже вкладених у бізнес, є самофінансування, і лише в разі досить успішного ведення ділових операцій з'являється можливість використовувати банківський кредит, але комерційні банки завжди неохоче працюють із малими підприємствами, тому що для них дрібні позички менш вигідні.

Малому виробництву сприяють диференціація й індивідуалізація попиту у сфері виробничого й особистого споживання. Розвиток виробництва підприємств малого бізнесу створює сприятливі умови для оздоровлення економіки, оскільки розвивається конкурентне середовище, створюються додаткові робочі місця, активніше йде структурна перебудова; розширюється споживчий сектор. Окрім того, розвиток малого бізнесу веде до насичення ринку товарами і послугами, підвищення експортного потенціалу, кращого використання місцевих сировинних ресурсів.

До основних цілей діяльності малого підприємництва можна віднести: інноваційне зростання та інноваційний розвиток галузей, регіонів та країни у цілому; підвищення рівня і якості життя населення регіонів і країни у цілому; формування і сталий поступовий розвиток інноваційної економіки держави.

Для їх досягнення необхідно сформулювати і забезпечити пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємництва, а також розробити комплексну модель соціально-економічного функціонування малого підприємництва як одного з основних елементів інноваційного виробничого механізму.

Згідно з поставленими цілями мале підприємництво покликане вирішити такі завдання: виявити фактори інноваційного зростання великого, малого та середнього підприємництва, а також визначити силу впливу кожного фактору; визначити фактори, що впливають на підвищення рівня і якості життя населення; охарактеризувати можливості розширення середнього соціального прошарку, а також сформулювати пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємництва.

Рішення соціальних завдань із погляду держави щодо його економічного значення відіграє важливу, але не головну роль. У зв'язку з різними завданнями можна по-різному трактувати саме поняття «мале підприємництво», виходячи з його соціального й економічного значення для держави. Соціальний підхід до поняття «мале підприємництво» характеризує його так: малі підприємства, які виконують у суспільстві та економіці певні функції, визнаються особливо істотними із соціального погляду і відіграють дуже важливу роль у вирішенні певних соціальних проблем держави. Соціальна значимість малого підприємництва може розглядатися з двох позицій:

- із погляду значення для економічного розвитку держави (збільшення кількості платників податків та підвищення рівня стабільності);
- з погляду суспільного розвитку (зниження рівня безробіття та зниження рівня злочинності).

Значення малого підприємництва з екологічного погляду визначається джерелами місцевої сировини, що використовується, його близькістю до споживача, впливом малого підприємництва на своє безпосереднє оточення, невеликими фінансовими можливостями платити штрафи за недотримання екологічних норм.

З екологічного погляду мале підприємництво можна охарактеризувати так: малі підприємства, що використовують інноваційні технології, дають змогу не забруднювати навколишнє середовище, переробляти відходи або впроваджувати безвідходні технології.

Отже, мале підприємство – це різновид підприємницької діяльності на власний ризик фізичних та юридичних осіб, що відповідає встановленим критеріям для даного виду чинним законодавством та враховує економічний, соціальний, екологічний та стратегічний складники, а стратегію розвитку малого підприємництва можна

розглядати з двох позицій: із погляду значення для економічного розвитку держави (підприємницька діяльність – джерело засобів до існування, прибуток спрямовується на особисте споживання і для держави тільки підвищує рівень стабільності; укрупнення і розвиток підприємства збільшує прибуток і базу оподаткування) і з погляду суспільного розвитку (створення нових робочих місць і зниження рівня безробіття).

Перспективи розвитку малого підприємництва залежать від чинників зовнішнього мікро- та макросередовища, що впливають на підприємців в певний період часу. Так, зараз зберігаються і нестабільність в правовій, економічній та соціальних сферах та підсилюються негативним впливом пандемії та введеними карантинними обмеженнями. Карантин обмежує ділову активність підприємців в багатьох країнах світу. Для вітчизняних підприємців це випробування погіршило й без того непросту економічну ситуацію.

Економіка нашої країни не має достатнього рівня інвестиційних ресурсів. Внаслідок несприятливого інвестиційного клімату та постійних змін у вітчизняному законодавстві існують проблеми із залученням зовнішніх інвестицій, а внутрішні джерела інвестицій залежать від вітчизняного фондового ринку, а також стану банківської системи України.

До основних перешкод розвитку малого бізнесу можна віднести: труднощі в залученні інвестиційних ресурсів: нестача власних фінансових ресурсів та важкість доступу до зовнішніх; відсутність достатнього рівня розвинених елементів інфраструктури підтримки представників бізнесу; недосконалість механізму здійснення державного контролю у сфері господарської діяльності підприємства; доволі складний порядок проходження дозвільних процедур та висока їх вартість; ризик внесення змін до чинного законодавства, що не дає можливості суб'єктам підприємницької діяльності планувати свою діяльність на тривалий час; кадрова проблема, що пов'язана з недосконалою системою підготовки та підвищення кваліфікації працівників, низький рівень залучення молоді та сільського населення; невисока активність підприємців у захисті власних інтересів; неналежний рівень інформаційного, консультативного та методичного забезпечення підприємницької діяльності.

Ті зміни, що спричинені впливом пандемії, створили умови, коли підприємствам малого бізнесу дуже важко існувати, та не всі продовжують свою діяльність, а тому перспективами їх розвитку є використання стратегії виживання, яка має на меті зберегти як частку ринку, так і активи підприємців.

Головною проблемою на шляху до розвитку чи підтримки свого існування суб'єктів малого бізнесу є фінансове забезпечення. Незважаючи на високу невизначеність та динамічність умов зовнішнього середовища, варто здійснювати планування діяльності та, на нашу думку, деталізувати плани за декількома сценаріями розвитку подій. Наприклад: оптимістичний та песимістичний сценарій.

Дуже важливим та необхідним є запровадження радикальних заходів зі сторони владних структур, направлених на підтримку фінансового стану підприємців, зокрема:

- зниження ставок оподаткування чи звільнення від податків підприємців, що продовжують сплачувати заробітну плату працівникам в умовах карантину;
- захист та підтримка вітчизняних товаровиробників;
- стимулювання створення робочих місць;
- середньострокове кредитування на декілька років з низькими відсотковими ставками та взагалі, безвідсоткові позики суб'єктам підприємницької діяльності на період карантину для підтримки працездатності.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Мале підприємництво є драйвером ринкової економіки та покликане вирішити такі завдання, як виявляти фактори інноваційного зростання великого, малого та середнього підприємництва, а також визначити силу впливу кожного фактору;

визначати фактори, що впливають на підвищення рівня й якості життя населення та охарактеризувати можливості розширення середнього соціального прошарку, а також сформулювати пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємництва.

Дуже важливим та необхідним є запровадження радикальних заходів зі сторони владних структур, направлених на підтримку фінансового стану підприємців, зокрема: зниження ставок оподаткування чи звільнення від податків підприємців, що продовжують сплачувати заробітну плату працівникам в умовах карантину; захист та підтримка вітчизняних товаровиробників; стимулювання створення робочих місць; середньострокове кредитування на декілька років з низькими відсотковими ставками та взагалі безвідсоткові позики суб'єктам підприємницької діяльності на період карантину для підтримки працездатності.

Список літератури

1. Вагнер І.М. Вплив Covid-19 на економічний розвиток малого і середнього бізнесу в Україні. *Вісник Університету банківської справи*. 2020. № 1 (37). С. 59-66.
2. Гайдук В.А. Розвиток малого підприємництва та його вплив на економіку регіону. *Економіка і регіон*. 2012. № 1. С. 34–38.
3. Гоголь Т.А. Особливості діяльності підприємств малого бізнесу та їх вплив на розвиток економіки країни. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. Чернігів: ЧДТУ, 2011. № 3 (52). С. 145–154.
4. Господарський кодекс України. № 436-IV від 16.01.2003 URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2/>.
5. Дудник О.В. Мережева взаємодія суб'єктів товарного ринку за сучасного стану інфраструктури. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 4. С. 51–57.
6. Дудник О.В., Міненко С.А. Економічна природа понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність». *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 29. С. 112-116.
7. Критерії віднесення платників податків до різних категорій для цілей встановлення тривалості документальних. URL: <http://dp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-274841.html>
8. Лагно В.Т. Шляхи розвитку малого підприємництва в Україні в контексті транскордонної та прикордонної торгівлі. *Менеджер*. 2014. № 1. С. 105–108.5.
9. Прогресивні форми організації підприємницької діяльності. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні. URL: <http://agroua.net/economics/documents/category-93/doc-90/>

References

1. Vahner, I.M. (2020). «The impact of Covid-19 on the economic development of small and medium-sized businesses in Ukraine». *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy*. no. 1 (37), pp. 59-66.
2. Haiduk, V.A. (2012). «Development of small business and its impact on the region's economy». *Ekonomika i rehion*. no. 1, pp. 34–38.
3. Hohol, T.A. (2011). «Features of small business and their impact on economic development». *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*. Chernihiv: ChDTU. no. 3 (52), pp. 145–154.
4. Hospodarskyi kodeks Ukrainy. [Economic Code of Ukrain]. No. 436-IV of January 16, 2003. Available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2/>.
5. Dudnyk, O.V. (2020). «Network interaction of commodity market entities in the current state of infrastructure». *Ukrainian Journal of Applied Economics*. Vol. 5. no. 4, pp. 51–57.
6. Dudnyk, O.V., Minenko, S.A. (2018). «The economic nature of the concepts of "competition" and "competitiveness"» *Prychornomorski ekonomichni studii*. no. 29, pp. 112-116.
7. Kryterii vidnesennia platnykiv podatkov do riznykh katehorii dlia tsilei vstanovlennia tryvalosti dokumentalnykh. [Criteria for assigning taxpayers to different categories for the purposes of establishing the duration of the documentary]. Available at: <http://dp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-274841.html>
8. Lahno, V.T. (2014). «Ways of small business development in Ukraine in the context of cross-border and cross-border trade». *Menedzher*. no. 1, pp. 105–108.
9. Prohresyivni formy orhanizatsii pidpriemnytskoi diialnosti. Derzhavna pidtrymka rozvytku maloho biznesu v Ukraini. [Progressive forms of business organization. State support for small business development in Ukraine]. Available at: <http://agroua.net/economics/documents/category-93/doc-90/>

Стаття надійшла до редакції 07.12.2021 р.