

8. Указ Президента України «Про Основні напрями розвитку агропромислового комплексу України» від 29.04.1998 № 389/98. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/389/98>.
9. Лупенко Ю.О. Результати і проблеми реформування сільського господарства України / Ю.О. Лупенко, П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, М.М. Федоров // Економіка АПК. – 2014. № 7. С. 26–38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_ark_2014_7_8.
10. Галичанка: як насправді робляться реформи: досвід батька «шокової терапії» Бальцеровича. URL: https://www.volynnews.com/blogs/blog_126/yak-naspravdi-robliatsia-reformy-dosvid-batka-shokovoyi-terapiyi-baltserovycha/.

Стоянец Н. В.

Сумський національний аграрний університет

ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ПРЕДЫДУЩЕГО РАЗВИТИЯ («PATH DEPENDENCE») АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Резюме

Исследованы основные положения теории зависимости от предыдущего развития «path dependence». Охарактеризованы основные направления и этапы аграрной реформы в Украине. Обобщены причины аграрной реформы и определены пути преодоления кризисного состояния в аграрном секторе Украины. Обосновано влияние институциональных ловушек на дальнейшее развитие аграрного сектора государства.

Ключевые слова: path dependence, Qwerty-эффект, аграрный сектор, аграрная реформа, институциональные ловушки.

Stoianets N. V.

Sумы National Agrarian University

DEPENDENCE ON THE PREVIOUS DEVELOPMENT («PATH DEPENDENCE») OF THE AGRARIAN SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE

Summary

The main theses of the theory of dependence on the previous development of «path dependence» were investigated. The main directions and stages of agrarian reform in Ukraine were characterized. The reasons of agrarian reform were generalized and the ways of overcoming the crisis state in the agrarian sector of Ukraine were determined. The influence of institutional traps on the further development of the agrarian sector of the country was substantiated.

Key words: path dependence, Qwerty-effect, agrarian sector, agrarian reform, institutional traps.

УДК 338.46

Тимохова Г. Б.

Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»

ОСОБЛИВОСТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У статті розглянуто класифікацію стратегій розвитку інтелектуального бізнесу на прикладі ринку юридичних послуг. Виділено основні механізми реалізації стратегій. Сформульовано висновок щодо особливості синергізму різних напрямів розвитку інтелектуального бізнесу.

Ключові слова: сфера послуг, інтелектуальні послуги, стратегії розвитку, синергізм розвитку.

Постановка проблеми. Відповідно до сучасної економічної теорії, нова економіка базується на русі не стільки матеріальних ресурсів, скільки на обміні і використанні ідей, знань, інформації, а людські знання і досвід є одним з найцінніших ресурсів суспільства. Вважається, що сьогодні саме знання і безперервне навчання стали критичними компонентами успіху. Безумовно, перехід людства до нової стадії свого розвитку в епоху, яку називають «постіндустріальним розвитком суспільства», вимагає відповідного проектування комерційних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних наукових дослідженнях неодноразово підкреслювалася важлива роль виробників інтелектуальних ділових послуг як постачальників і посередників у передачі знання й інформації іншим

організаціям. Найчастіше аналізують такі питання, як зміст, функції та основні види інтелектуальних послуг, визначення класифікаційних ознак інтелектуальних послуг, їх правове забезпечення, захист інтелектуальної власності тощо. Зазначені проблеми знаходяться у колі інтересів таких зарубіжних та українських учених, як І. Березін, В. Геєць, Г. Гавриш, С. Грицуленко, Я. Кузьминов, О. Кураленко, М. Вачевський, М. Дорошенко, В. Полохало, О. Марченко, П. Микитюк, Л. Федулова, В. Шапошникова та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак при всій науковій і практичній значущості дослідження цього сектору в літературі досить фрагментарні і мають переважно емпіричний характер, теорія ж знаходиться в зародковому стані, що значною мірою поясню-

ється тим, що це порівняно новий економічний об'єкт, досить складний для аналізу. Сфера послуг активно розвивається, тому межі сектору швидко змінюються, і часто наявні класифікації не встигають до цього адаптуватися, але вимагають від підприємств нових підходів у їхній діяльності. Найважливішим атрибутом «економіки знань» стає кастомізоване виробництво, орієнтоване не на середньостатистичного («репрезентативного») споживача, а на потреби конкретного користувача. Воно зовсім не схоже на масове індустріальне виробництво, у нього інші закони.

Метою статті є аналіз особливостей розвитку підприємств інтелектуального бізнесу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Інтелектуальні послуги нематеріальні, невідтворювані та є такими, що не зберігаються. Нематеріальність та відсутність властивості зберігатися є невід'ємними атрибутами інтелектуальних послуг, що відрізняють їх від товарного продукту. Невідтворюваність інтелектуальних послуг означає їх унікальність. Послуга, надана одному клієнту, не може в незмінному вигляді бути надана іншому клієнту, оскільки потребує нового збору, аналізу та презентації інформації, що свідчить про невідтворюваність. Як пишуть визнані авторитети у цій галузі В.Л. Макаров і Г.Б. Клейнер, «у світовій економіці тиражування стандартної продукції в потрібному для задоволення потреб числі примірників – основний процес, що забезпечує існування суспільства і людини. У постінформаційній світовій економіці питання тиражування, реплікації товарів у принципі будуть вирішуватися, мабуть, без особливих витрат дефіцитних ресурсів, на базі комп'ютеризованих і «рутинізованих» виробництв. Основні ж економічні проблеми будуть пов'язані з розробленням та створенням нових нестандартних виробів, що задовольняють індивідуальні потреби конкретної людини або унікального виробництва. Проблема створення нових товарів займає провідне місце серед економічних проблем, а «economics of scale» поступиться місцем «economics of scope». З переважно реплікаційної економіка перетвориться у переважно інноваційну («індивідуалізовану»)» [1, с. 37].

У дослідженні сутнісних основ інтелектуального підприємництва на особливу увагу заслуговують роботи російських професорів Вищої школи

економіки Г.Н. Константинова та С.Р. Филоновича. Розглядаючи інтелектуальне підприємництво як фактор конкурентної переваги в новій економіці, автори виділяють такі п'ять основних ознак інтелектуального підприємництва, як [2]:

– інтелектуальна безстрашність, яка пов'язана з наростанням складності знань і передбачає наявність здібностей долати труднощі пізнання;

– інформаційна грамотність, що виявляється у здатності швидко знаходити та обробляти необхідну інформацію;

– толерантність до інформаційної надмірності і невизначеності, що вирішує проблему «інтелектуального безсилля»;

– здатність породжувати нове знання;

– мотивація до виробництва нового знання.

До інтелектуальних послуг, за Державним класифікатором товарів та послуг, віднесено: діяльність у сфері права, бухгалтерського обліку та аудиту; консультування з питань комерційної діяльності та управління; діяльність у сфері інформатизації; діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії; технічні випробування та дослідження, проведення розслідувань та забезпечення безпеки; надання секретарських послуг та послуг з перекладу; послуги з фінансового посередництва; послуги у сфері освіти [3]. Попри те, що поки не існує стандартного підходу і загальноприйнятого визначення інтелектуальних послуг (видів діяльності), є консенсус щодо напрямів діяльності, які належать до цього сектору. Він знаходить відображення у класифікації економічних видів діяльності європейської спільноти, яка періодично зазнає деяких змін. Розглянувши тонкощі інтелектуального бізнесу, можна навести класифікацію його видів. Стандартна класифікація видів економічної діяльності Європейського товариства (NACE Rev2) охоплює сферу інтелектуальних видів діяльності за цілою низкою розділів (таблиця 1) [4].

Цей перелік охоплює всі функціональні групи: обслуговування виробництва, споживання та ринкової рівноваги. Крім того, інтелектуальні послуги купуються не тільки в «індивідуальному виконанні», а й для пристосування стандартних послуг до потреб конкретного замовника (наприклад, побудова бухгалтерського обліку на основі стандартних програм, адаптація програмного забезпечення і т. п.) [4].

Таблиця 1

Основні види і категорії інтелектуальних видів діяльності

Коди NACE	Види діяльності	Функціональні категорії інтелектуальних послуг
60-63 72	Діяльність у галузі телебачення і радіомовлення. Діяльність у сфері телекомунікацій. Розроблення комп'ютерного програмного забезпечення, консультаційні послуги у цій області та інші супутні послуги. Діяльність в області інформаційних технологій. Наукові дослідження та розробки.	Високотехнологічні послуги
50-51 71 74	Діяльність повітряного і космічного транспорту. Діяльність у галузі архітектури та інженерно-технічного проектування, технічних випробувань, досліджень і аналізу. Інша професійна, наукова і технічна діяльність	Технологічні послуги
69-70 73, 78 80	Діяльність в галузі права і бухгалтерського обліку. Діяльність головних офісів, консультування з питань управління. Діяльність рекламна і дослідження кон'юнктури ринку. Діяльність із працевлаштування та підбору персоналу. Діяльність служби безпеки і проведення розслідувань.	Професійні послуги
64-66	Діяльність фінансова і страхова	Фінансові послуги
58 84-93	Діяльність видавнича Державне управління та місцеве самоврядування, забезпечення національної безпеки, соціальне страхування. Освіта. Діяльність в області охорони здоров'я та соціальних послуг. Діяльність у галузі культури, організації дозвілля.	Інші послуги

Джерело: [4; 5]

З інтелектуальною економікою пов'язана підприємницька діяльність або бізнес зростання інтелектуального капіталу – це відповідний вид діяльності з метою отримання прибутку за результатами комерціалізації інтелектуального продукту. Йдеться про інтелектуальний бізнес, що спрямований на створення інтелектуальних продуктів, одним із видів яких є інноваційне (або високотехнологічне) підприємництво [6–7]. Розвиток інтелектуального бізнесу може йти за двома напрямками.

По-перше, інтелектуали зі власної ініціативи долучаються до економічної діяльності. Основу цього напрямку становить докорінна зміна традиційної ролі інтелектуалів під впливом соціальних і політичних реформ, а також зростання привабливості такої кар'єри та її перспектив, які стають на один щабель з іншими видами економічної та суспільної діяльності.

По-друге, сфера інтелектуального бізнесу сама стає об'єктом «інтелектуалізації». Основою тут є підвищення професійної підготовки (як за офіційними, так і за неофіційними каналами) і зростання загальноосвітнього рівня, що супроводжується розширенням кругозору аж до глобальних уявлень. Подібний глобальний підхід розширює пізнавальну і практичну перспективу з її новими шансами та ризиками. Інтелектуальний бізнес повністю відповідає низці сучасних економічних концепцій, включаючи концепції інтелектуального капіталу та наукомісткої продукції, а також вельми популярну нині концепцію знання, що генерується у процесі виробництва.

Виробнича сфера поки дає нам недостатньо прикладів кастомізації, оскільки чинні виробничі технології не дають змоги випускати недорого кастомізовану продукцію. Але поки постіндустріальні тенденції впроваджуються і розвиваються насамперед у сфері інтелектуальних послуг консалтингового характеру, яка характеризується такими тенденціями:

1. Для консалтингових послуг вже зараз характерний високий рівень кастомізації, який означає, що кожна послуга є продуктовою інновацією, саме тому сектор інтелектуальних послуг за визначенням є носієм інноваційного типу розвитку.

2. Під час виробництва інтелектуальних послуг основним ресурсом є кваліфікована і креативна праця, оскільки «knowledge-intensive» – «місткі за знаннями» послуги – вимагають вкладення містких за знаннями ресурсів.

3. Виробництво кастомізованої продукції потребує значного залучення споживачів, без якого є неможливою повноцінна адаптація послуги до конкретного замовника. Споживачі вкладають у виробництво знання про самих себе і про свої потреби. У процесі спільного виробництва відбувається не тільки активний обмін знаннями між виробником і споживачем, а й спільне вироблення ними нового знання, яке дає змогу виробляти інноваційні послуги.

Особливістю інтелектуального бізнесу є те, що попит на послуги цих підприємств є похідним і визначається властивостями виробничого процесу замовника (аналогічно тому, як попит на фінансові деривативи є похідним від характеристик базового активу). Виробничі процеси, що протікають у вторинному і особливо в третинному секторі, зараз настільки ускладнилися, що вимагають найрізноманітнішого «супроводу». Враховуючи цю особливість, виділяють такі функціональні групи інтелектуальних послуг, як:

- послуги, що реалізуються у виробництві;
- послуги, що реалізуються у споживанні;
- послуги, що приводять ринок до рівноваги.

«Тонкий» інтелектуальний бізнес кардинально відрізняється від «загрубілого» матеріально-фізичного бізнесу. А відмінності досить суттєві:

- стратегії розвитку і планування різні;
- управління та організація роботи персоналу різні;
- реклама і процес реалізації продукції відрізняються [8].

Варто відзначити, що дуже часто продукція інтелектуального бізнесу може бути представлена в електронному (цифровому) вигляді, що дає змогу передавати її по каналах зв'язку.

Перераховані фактори визначають вибір зовнішніх стратегій розвитку інтелектуального бізнесу. Застосовуючи класифікацію М. Дорошенко [9], проаналізуємо їх на прикладі сектору юридичних послуг України.

Згідно з результатами дослідження «50 провідних юридичних фірм України 2017 року» [10], ситуація на юридичному ринку безпосередньо залежить від бізнес-активності в країні, оскільки юриспруденція надає підтримку реальному сектору економіки, а відсутність істотних змін в економіці країни відбивається на ринку правових послуг.

У межах проведення дослідження «50 провідних юридичних фірм України 2017 року» учасникам було запропоновано відзначити основні спеціалізації, що займають найбільшу частку у формуванні доходів їх юридичної фірми. На підставі отриманих даних можна визначити як найбільш поширені, так і найбільш дохідні практики (виділивши частку, займану окремою практикою в загальній прибутковості). Окремо досліджувалося, клієнти з яких галузей господарювання сприяли наповненню бюджетів юридичних фірм, які практикують в Україні.

На ринку спостерігаються два діаметрально протилежних тренди розвитку юридичних фірм: концентрація у вузьку спеціалізацію з нарощуванням експертизи в чітко визначеній ніші (стратегія концентрації на певних сегментах попиту) і розвиток універсальних компетенцій із прицілом на перспективи обслуговування клієнта за принципом єдиного вікна («коробкова» стратегія).

Стратегія концентрації на певних сегментах попиту: активна боротьба за розширення цільових сегментів, формування додаткових джерел попиту шляхом впровадження різних інновацій відносно рівня компанії. Реалізація цієї стратегії дає змогу фірмі досить швидко ідентифікуватися з обраною практикою і стати пізнаванною на ринку – лідерами таких практик, як кримінально-правова, інтелектуальна власність, оподаткування, індустріальна. Причому визнання вони досягли в досить стислі терміни. Водночас системний розвиток взаємопов'язаних практик може дати підприємству конкурентну перевагу в довгостроковій перспективі: закріпитися в топі складно, конкуренція висока як з боку грандів, так і з боку тих же бугиків, зате такі фірми більш стійкі до змін кон'юнктури ринку і можуть досить ефективно перерозподіляти наявні ресурси.

«Коробкова» стратегія. В умовах конкуренції, що постійно зростає, і скорочення попиту низка компаній віддає перевагу стратегії концентрації на конкретному товарі, який переважно є типовим. Такий продукт можна назвати «коробковим». Тобто це перехід на обслуговування масового попиту замість диференційованого,

перемикання на виробництво стандартизованих послуг, в основному з метою економії на витратах. Згідно з даними дослідження, найбільш поширеною практикою очікувано стало вирішення спорів: судова практика забезпечила 19,7% бюджетних надходжень юридичних фірм, а міжнародний арбітраж – 4,4%. Практика захисту бізнесу в досліджуваному періоді принесла юридичним фірмам 4,1% доходів. Обсяги робіт із проблемними активами дещо зменшилися порівняно з минулим роком: наприклад, практика банкрутства забезпечила 3,6% фінансових надходжень юридичних фірм, а боргової реструктуризації – 3,4%. Популярність кримінально-правової практики підтверджується об'єктивними даними – 5% ринку за прибутковістю [10].

Останнім часом спостерігається посилення позицій деяких національних вузькоспеціалізованих фірм за рахунок об'єднання за принципом так званих «best friends networks». Доповнюючи одне одного глибокою експертизою в різних сферах юриспруденції, такі партнерські відносини мають очевидні переваги для клієнтів, які стають все більш вимогливими до оптимального співвідношення високої якості і прийнятної вартості послуг, – це демпінгова стратегія. Ідеологія демпінгової стратегії заснована на властивій сектору інтелектуальних послуг невизначеності витрат виробництва. Можна прогнозувати, що такий тип колегіальних відносин незалежних юридичних butikів у найближчому майбутньому створить серйозну конкуренцію мегамаркетам з їх традиційною практикою субпідряду, залишить у тіні реального носія експертизи. Висока ймовірність внесення уточнень вже у процесі роботи приводить до того, що під час укладення контракту на надання послуги виробники залишають за собою досить значний запас часу, тобто термін надання послуги важко передбачити точно. Цей «люфт» дає змогу утримати терміни в умовах невизначеності витрат. На невизначеності витрат якраз і базується демпінгова стратегія.

Реалізуючи цю стратегію, компанії сподіваються шляхом концентрації на окремих видах послуг звести невизначеність до мінімуму. Рік від року вартість юридичних послуг знижується [10]. І це пов'язано не з кризою, а з тим, що галузі права перетворюються в black-letter law, тобто правозастосовна практика стає все більш однотипною. До того ж Google та інтернет роблять доступ

до професійних консультацій все простішим. Як наслідок, можна виробляти послуги з мінімальним «люфтом» або навіть взагалі без такого. Встановивши ціни відповідно до нижньої межі докризового інтервалу, прихильники демпінгової стратегії намагаються завоювати конкурентну перевагу.

Модернізація класичних практик, застосування технологій Legal Tech – все це реалізація інноваційної стратегії. Її об'єктом стають досвідчені споживачі, які розуміють і цінують специфічність, індивідуальний характер наданої їм послуги. Це ті користувачі, яким надаються послуги з рівнем індивідуалізації 4–5 (з п'яти можливих). Застосування технології Legal Tech стає все більш поширеним – боти проводять патентний пошук, пишуть проекти договорів, підбирають судові прецеденти. Абсолютна більшість гравців юридичного ринку як мінімум усвідомлюють безперспективність ігнорування технічного процесу, а найбільш далекоглядні самі ініціюють інноваційні розробки, аж до впровадження штучного інтелекту і «найму на роботу» ботів-юристів. Наприклад, російський «Сбербанк» заявляє про плани заміни значної частини штату своїх юристів ботами або напрацюваннями NextLawLabs. Зростають синергетичні практики fintech. Наприклад, супровід проектів на блокчейн, відкриття bitcoin-бірж. Також збільшується попит на послуги в сфері gaming / gambling. Інноваційна стратегія є ризиковою:

– по-перше, інновації взагалі ризиковані;

– по-друге, зараз цільовий сегмент цієї стратегії завузький для всіх охочих нею скористатися.

Висновки і пропозиції. Розуміння природи, ресурсів і динаміки моделі розміщення тієї чи іншої сфери або сектору є необхідним для правильної оцінки широкого спектру можливих інструментів впливу регіональних органів влади на економічне зростання, особливо у віддалених регіонах [11]. Тому технології управління інтелектуальним бізнесом повинні враховувати, що сьогодні напрям розвитку сектору інтелектуальних послуг визначається двома вираженими тенденціями:

– прагненням більшості компаній перейти від екстенсивного типу зростання на вже освоєних сегментах до більш активного розвитку, що полягає в освоєнні нових ніш за допомогою різних типів інновацій (переважно технологічних);

– прагненням домогтися більш вузької спеціалізації і концентрації зусиль на певних групах потенційних замовників.

Список використаних джерел:

1. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер. М.: Экономика, 2007. 204 с.
2. Константинов Г.Н. Интеллектуальное предпринимательство, или принципы обретения конкурентного преимущества в новой экономике / Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович. URL: www.hbr-russia.ru.
3. Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016-97 № 822 від 30.12.97: Наказ Держстандарту України від 30 груд. 1997 р. № 822. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN3381Z.html.
4. Класифікатори (класифікації). [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Муравьева О.С. Управление созданием продукта инновационно ориентированного инжинирингового бизнеса : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Муравьева Оксана Сергеевна. Санкт-Петербург, 2017. 214 с.
6. Тимохова Г.Б. Менеджмент : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Тимохова Г.Б., Вілокін Т.А. К.: Кондор, 2017. 344 с.
7. Грицуленко С.И. Интеллектуальный бизнес : курс лекций по дисциплине «Интеллектуальный бизнес» для иностр. студентов специальности 8.03050401 – «Экономика предприятия» (по видам экон. деятельности) дневной и заоч. форм обучения / С.И. Грицуленко ; Одес. нац. акад. связи им. А.С. Попова. Одесса, 2015. 132 с.
8. Kinder S. Unternehmensorientierte Dienstleistungen // Wirtschaftsgeographie Deutschlands / E. Kulke (Hg.) Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, 2010. P. 259–280.
9. Дорошенко М.Е. Инновационный потенциал сектора интеллектуальных услуг в России / М.Е. Дорошенко // Форсайт. 2011. Т. 5. № 4. С. 50–65.
10. Юрфинмониторинг. URL: <http://pravo.ua/article.php?id=100116428>.
11. Wernerheim C.M. The Tendency of Advanced Services to Co-Locate and Implications for Region Government Policy / C.M. Wernerheim // The Service Industries Journal. 2010. Vol. 30. № 5. P. 731–748.

Тимохова Г. Б.

Харьковский гуманитарный университет
«Народная украинская академия»

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО БИЗНЕСА

Резюме

В статье рассмотрена классификация стратегий развития интеллектуального бизнеса на примере рынка юридических услуг. Выделены основные механизмы реализации стратегий. Сделан вывод об особенностях синергизма разных направлений развития интеллектуального бизнеса.

Ключевые слова: сфера услуг, интеллектуальные услуги, стратегии развития, синергизм развития.

Тимохова Н. В.

Kharkiv University of Humanities
“People’s Ukrainian Academy”

THE PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF THE INTELLECTUAL BUSINESS STRATEGIES OF IMPLEMENTATION

Summary

The classification of the development of intellectual business strategies are seen in the article on the example of the market of legal services. The main mechanisms of implementing strategies are identified. It was concluded that features synergism of different directions of development of the intellectual business are very important in legal services.

Key words: sphere of services, intellectual services, development strategies, synergy of development.

УДК 338.2(477)

Чопко Н. С.

Главацька О. М.

Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті проаналізовано поняття малого бізнесу, його стан в Україні, у країнах із більш розвинутою економічною системою, а також у Грузії. Визначено основні проблеми пострадянського простору і світові шляхи вирішення, які можуть бути застосовні в Україні. Запропоновано кроки щодо поліпшення стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в Україні.

Ключові слова: малий бізнес, сектор МСП, стратегія розвитку малого та середнього підприємництва.

Постановка проблеми. Суть та значення малого бізнесу полягає в тому, що він: є провідним сектором ринкової економіки; основою дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, швидко окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживачькими товарами та послугами повсякденного попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця, має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції.

Велике значення має здатність малих підприємств розширювати сферу застосування праці, створювати нові можливості не тільки для працевлаштування, але насамперед для підприємницької діяльності населення, розгортання його творчих сил і використання вільних виробничих потужностей.

Саме тому становлення і розвиток різних форм малого підприємництва поряд із середнім і великим бізнесом є стратегічними пріоритетами економічного та соціального розвитку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем розвитку малого бізнесу в Україні, зарубіжного досвіду організації та

ведення малого бізнесу присвячено роботи багатьох учених серед яких: З. Варналій, К. Воронич, І. Гобир, М. Мельник, І. Михасюк, В. Дикань, Г. Цегелик, С. Жирко, О. Череп, Г. Швець та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Актуальність дослідження тенденцій розвитку малого бізнесу полягає у тому, що сформувані стратегічні альтернативи розвитку – це процес визначення стратегії організації шляхом аналізу стратегічних позицій, дослідження внутрішніх і зовнішніх факторів і дій, які можуть призвести до досягнення, утримання, розвитку та капіталізації її конкурентних переваг.

Мета статті полягає у дослідженні проблем малого підприємництва в Україні та світі, визначенні перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Багато зусиль було затрачено для визначення терміну малого бізнесу, використовуючи такі критерії, як кількість працівників, обсяг продажів і вартість активів. Але немає загальноприйнятого або універсально узгодженого визначення. Переважно використовують стандарти розмірів. Наприклад, законодавці іноді виключають фірми з менш ніж 10 або 15 співробітниками з визначення. Однак для наших цілей основна увага буде приділена підприємствам, які відповідають таким критеріям: