

**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:

– порівняно з найбільшими фірмами в галузі бізнес невеликий: здебільшого число зайнятих у бізнесі менше 100 осіб;

– окрім маркетингу, операції підприємства географічно локалізовані;

– фінансування бізнесу забезпечують не більше кількох людей;

– бізнес може початися з однієї людини, але у нього є потенціал, щоб стати більше, ніж «шоу однієї людини».

Мале підприємство є найбільш динамічним елементом структури національного господарства. Його роль у житті суспільства за ринкової системи господарювання полягає у тому, що воно:

1) є одним із провідних секторів економіки;

2) формується на засадах дрібнотоварного виробництва;

3) визначає темпи економічного розвитку, структуру й якісну характеристику ВВП;

4) здійснює структурну перебудову економіки, характеризується швидкою окупністю витрат, свободою ринкового вибору;

5) забезпечує насичення ринку споживчими товарами і послугами повсякденного користування, а отже, й попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця;

6) має високу мобільність, раціональні форми управління;

7) формує новий соціальний прошарок підприємців-власників;

8) сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції.

Основними перевагами малого бізнесу є:

1. *Орієнтованість на клієнта.* Існують можливості для бізнесу для тих, хто може виробляти продукцію і послуги, необхідні клієнтами. Великі компанії особливо вправні в конкуренції, коли вони роблять сильну орієнтацію на клієнта.

2. *Якість діяльності.* Тут немає ніяких підстав стверджувати, що малий бізнес повинен поступатися більш великим фірмам, коли справа доходить до досягнення якості в операціях. Часто діяльність малих підприємств не тільки рівна показникам якості великих фірм, але насправді перевершує продуктивність гігантів.

3. *Чесність і відповідальність.* Для того щоб підтримувати сильну конкурентну перевагу, дуже важливо додати до гарного обслуговування клієнтів і високої якості продукції солідну репутацію за чесність і відповідальність.

4. *Нішовість.* Майже всі малі підприємства намагаються захистити себе від конкуренції шляхом орієнтації на конкретну групу клієнтів, які мають помітне, але дуже вузьке коло інтересів у товарах або послугах [1].

Згідно зі статистичними даними, сектор МСП посідає ключове місце в економіці за кількістю, зайнятістю та обсягом реалізації. У 2014 р. (без урахування діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) у загальній кількості суб'єктів господарювання в Україні, яких налічувалося близько 1,93 млн., понад 99,9% становили суб'єкти малого та середнього підприємства. З них 16,6 тис. суб'єктів середнього підприємства (0,9% від загальної чисельності суб'єктів підприємства), 1,9 млн. – суб'єкти малого та мікропідприємства (99,1% від загальної чисельності суб'єктів господарювання). Водночас великих підприємств у 2014 р. налічувалося лише 497.

Сектор МСП відіграє значну роль на українському ринку праці. Загалом у МСП зайнято 6,9 млн. осіб (у тому числі у ФОП – 2,5 млн. осіб), що становить 78,2% від загальної чисельності зайнятих на суб'єктах підприємства, або 40% від зайнятого населення працездатного віку. Водночас МСП сформовано 60,9% обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг), у тому числі суб'єктами середнього підприємства 1 735,9 млрд. грн. (38,9% від загального обсягу), малого (у тому числі мікропідприємства) – 981,3 млрд. грн. (22%) [2].

Малий і середній бізнес у країнах, де економіка на більш високому рівні, являє собою середній клас, який виступає в ролі робочих місць для значного числа населення. Крім того, саме малий і середній бізнес є основою для розвитку економіки, про що свідчать показники ВВП, оскільки в таких країнах цей показник досягає 50–70%. А в окремих галузях економіки частка малих підприємств може доходити і до 80%. Наприклад, найбільше показників у подібних підприємств припадає на сферу торгівлі, будівництва та різноманітних послуг. В Україні цей показник ВВП не перевищує 7%.

Загальноекономічні умови для МСП в Україні залишаються несприятливими. Серед фізичних осіб – підприємців переважають оптимістичні очікування щодо змін ділового середовища протягом наступних шести місяців, тоді як серед підприємств – юридичних осіб усіх розмірів переважають негативні очікування. Фізичні особи – підприємці оцінюють фінансово-економічну ситуацію свого бізнесу гірше, ніж підприємства, які є юридичними особами. Чим більший розмір підприємств – юридичних осіб, тим краща їхня оцінка поточної фінансово-економічної ситуації підприємства.

Перешкоди для діяльності та зростання МСП в Україні:

– недостатній попит очолює рейтинг перешкод зростання бізнесу в 2016 р., перевищивши за важливістю несприятливу політичну ситуацію, яка була головною перешкодою для бізнесу в 2015 р.;

– несприятлива політична ситуація все ще залишається вагомою перешкодою для МСП: вона знаходиться на другому місці рейтингу перешкод, але її вплив дещо послабився порівняно з 2015 р.;

– високі ставки податків та складне адміністрування податків є більш відчутним бар'єром для підприємств – юридичних осіб, ніж для фізичних осіб – підприємців;

– часті зміни економічного законодавства, високий регуляторний тиск та корупція перешкоджають розвитку приблизно кожного четвертого МСП;

– несприятлива економічна ситуація в країні та брак ринку на товари або послуги (тобто брак попиту та низька купівельна спроможність населення) – головні причини того, чому половина опитаних МСП не планує розширювати діяльність бізнесу протягом наступних двох років;

– брак фінансових можливостей та політична нестабільність – це вагомі фактори, які стримують зростання бізнесу у дворічній перспективі.

Порівняємо зі станом малого та середнього бізнесу в розвинених країнах світу.

1. США. Мале та середнє підприємство в США діє в різних сферах: у виробництві, торгівлі, фінансовому секторі, у сфері соціальних послуг, а також у сфері інновацій.

Чисельність малих підприємств в США неухильно зростає. Так, за період із 1980 р. по 2006 р. їх чисельність зросла з 13 до 26 млн. оди-

ниць, тобто вдвічі. Нині у США дві третини робочих місць створено структурами і компаніями, що належать до категорій малого і середнього бізнесу.

Значним є внесок малого і середнього підприємництва в розвиток науки і освоєння нової продукції: основна маса відкриттів і винаходів у США припадає на частку дрібних і середніх спеціалізованих фірм. Освоєння виробництва літаків, вертольотів, кондиціонерів, персональних комп'ютерів і багатьох інших видів продукції починалося саме на малих і середніх підприємствах.

Особливе місце займають програма фінансового сприяння малому бізнесу в разі надзвичайних обставин (стихійних лих, соціальних заворушень, терористичних актів) і програма державного гарантування оренди і страхування будівельних підприємств, здійснюваних малими підприємствами.

На малий бізнес у США поширюється спеціальна податкова пільга, наприклад «бонус першого року», коли податок виплачується не з усієї, а з половини оподаткованої суми. Зниження абсолютних і відносних розмірів федеральних податків сприяє розвитку малого бізнесу, стимулюючи створення невеликих підприємств, посилюючи їх позиції в американській економіці, а отже, збільшуючи кількість нових робочих місць [3].

Реалізується також спеціальна урядова програма сприяння малому бізнесу, що належить національним меншинам (в основі лежать Закон про рівні можливості і Закон про громадські роботи та економічний розвиток). До 2007 р. понад 3 млн. малих підприємств належали представникам національних меншин.

2. Іспанія. Експерти ЄС протягом багатьох років схильні оцінювати всю структуру малого і середнього підприємництва Іспанії майже як зразкову не тільки за формою її організації, а й за результатами діяльності. Чи не головний аргумент для такої оцінки – 72% ВВП, які цей вид бізнесу дає [4].

В Іспанії держава стимулює безліч організацій і фондів для підтримки малого підприємництва. Як найважливіший позитивний фактор розвитку малого і середнього бізнесу в Іспанії варто відзначити мінімальний рівень бюрократії. Оформити реєстрацію підприємства, отримати ліцензію можна зробити за 24 години без зайвої тяганини з боку чиновників. Притому це може зробити навіть будь-який громадянин іншої держави. І водночас контролюючи функції державних структур зведені до мінімуму.

3. Франція. За останні чверть століття в країні створена значна державна система стимулювання малого та середнього бізнесу. Нові малі підприємства на два роки звільняються від податків на акціонерні товариства і від місцевих податків. Для них знижується рівень податку на прибуток і податок з інвестованої частини прибутку.

Особливу лояльність держава проявляє до тих, хто вирішив відкрити свій бізнес в економічно депресивних зонах. На таких підприємств поширюються знижки та скасування виплат до фондів соціального забезпечення (охорони здоров'я, пенсійного фонду, фонду для багатосімейних, у касу допомоги для безробітних). Для безробітних, які вирішили створити власний бізнес, розроблена своя система підтримки. Вони звільняються від податків уже не на два, а на три роки і на рік від обов'язкових соціальних виплат у касу соцстраху. Безробітним, які стали підприємцями, видаються спеціальні книжки, відривними чеками з яких можна розплачуватися по менеджменту, юриспруденції, бухгалтерського обліку тощо. Практично

всі власники малих підприємств можуть розраховувати на отримання пільгових кредитів, позичок і субсидій [5; 6].

4. Грузія. Після Революції троянд у 2003 р. багато законів у Грузії змінилися у кращий бік для підприємців. Спростилася процедура реєстрації бізнесу, спрощено податкове законодавство, а також там звели до мінімуму корупцію. Ці чинники мали позитивний вплив на залучення інвесторів до Грузії і розширили можливості для відкриття своєї справи іноземними громадянами.

Саном на 2013 р. Грузія вважалася однією з найбільш лояльних до бізнесу країн. Згідно зі звітом Світового банку «Ведення бізнесу», вона опинилася на восьмому місці в рейтингу найбільш сприятливих країн для підприємництва.

Ще одна безсумнівна перевага Грузії перед багатьма країнами – єдина база даних Будинків юстиції, в якій міститься вся необхідна інформація про людину – від дати народження до покупки нерухомості або автомобіля. Всі матеріали пологових будинків, БТІ, картотеки вишів, усляких реєстраційних пунктів були оцифровані, а нові надходять у режимі онлайн з усіх державних служб. Не потрібно вистояти в чергах різних інстанцій, щоб зібрати необхідні документи, адже все зберігається в єдиній базі. Сервісна установа надає більше 250 державних послуг. Вимагати додаткові папери співробітникам юстиції заборонено, потрібно буде – самі зроблять запит куди треба [4].

Незважаючи на кроки уряду Грузії з розвитку економіки і зміцнення приватного бізнесу, низькі доходи населення і безробіття є основною проблемою країни. За результатами дослідження, проведеного в ЄС у 2015 р., більшість власників малого та середнього бізнесу називає головними проблемами недостатній доступ до фінансів, недостатню кваліфікацію співробітників і менеджменту, зайві регуляції та високу конкуренцію.

Протягом останніх років у Грузії у цьому напрямі було здійснено чимало реформ, у тому числі й таких, які повинні були сприяти створенню привабливого середовища для інвестицій, у тому числі й іноземних, лібералізації економіки, поліпшенню державного сервісу, пом'якшенню адміністративних бар'єрів і податкового тягаря та ін.

У результаті цих змін Грузія досягла найвищого показника економічного зростання, хороших позицій у міжнародних рейтингах і припливу інвестицій. Але, незважаючи на загальне поліпшення бізнес-клімату, з погляду розвитку малого і середнього бізнесу ситуація в країні практично не змінилася на краще. Ці сфери бізнесу в Грузії стоять перед тими ж викликами, що й у всіх країнах, що розвиваються.

Незважаючи на те що на малий і середній бізнес припадає більшість компаній, що існують у країні, його частка у ВВП все ще дуже низька – йдеться приблизно про 20%. Цей показник низький не лише порівняно з Європою, де на малий і середній бізнес припадає 60–80% від ВВП, а й порівняно з Вірменією, де цей показник становить 43%.

У Грузії розвитку малого і середнього бізнесу заважають такі фактори, як недостатня кваліфікація підприємницьких навичок і недосвідченість, низький рівень конкурентоспроможності, відсутність доступу до фінансів та інвестиційному ресурсу, недостатній рівень знання про міжнародний ринок, відсутність можливостей упровадження нових технологій, високий рівень витрат. Окрім того, наявність картельних угод на грузинському ринку серйозно заважає розвитку малого і середнього підприємництва [7].



Отже, розвинені країни світу вже давно зрозуміли, що малий та середній бізнес – це основа ефективного функціонування національної економічної системи. Пострадянські країни поки лише доходять до цієї думки, впроваджуючи реформи зі стимулювання діяльності саме цих видів підприємництва.

Україна для цього запроваджує «Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р.». Але вона має надзвичайно багато недоліків та суперечностей та неприпустима для прийняття у наявному варіанті (не відповідає базовим принципам стратегічного планування, суперечить програмним положенням Президента України, передбачає скасування спрощеної системи оподаткування), а має бути доопрацьована із залученням експертів та громадськості у вигляді представників малого та середнього бізнесу.

Для її поліпшення необхідно здійснити такі кроки (рис. 1):

1. Визначити засади цілісної політики щодо МСП, які повинні стати основою прийняття рішень у цій сфері, розроблення відповідних нормативно-правових актів тощо.

2. Розробити Національну стратегію розвитку малого та середнього бізнесу відповідно до принципів Акту з питань малого бізнесу для Європи (The Small Business Act for Europe) та План дій з її реалізації.

3. Розробити регіональну політику підтримки МСП відповідно до визначених засад та принципів Акту про малий бізнес для Європи.

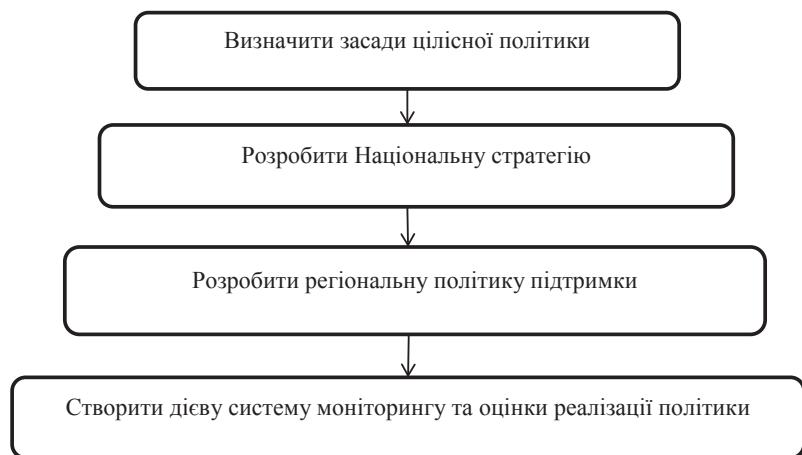


Рис. 1. Кроки для здійснення політики МСП

4. Створити дієву систему моніторингу та оцінки реалізації політики підтримки МСП на національному та місцевому рівнях.

Нова Стратегія повинна бути стратегією розвитку тільки малого бізнесу.

Водночас передбачається, що на рівні регіонів будуть створені регіональні програми розвитку МСП із застосуванням кластерно-орієнтованого підходу, що дасть змогу врахувати регіональні особливості та пріоритети розвитку.

**Висновки.** Україна повинна зробити ще багато кроків на шляху ефективної ринкової економіки, щоб функціонувати на рівні з провідними світовими економіками. Реалізація кроків щодо оновлення стратегії розвитку малого і середнього підприємства спрямована на розв'язання проблем, що стримують розвиток сектора МСП, а також створення умов найбільш повного розкриття його потенціалу.

#### Список використаних джерел:

1. Small business management : launching and growing entrepreneurial ventures. (14th ed.). / Longenecker, Justin G., Carlos W. Moore, J. William Petty, Leslie E. Palich. Cengage Learning. 2008. 768 p.
2. Проект Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні до 2020 року. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=29c94bc5-77f2-44af-bbf4-5f13e382a3b2&title=ProektPostanoviKabinetuMinistrivUkrainiproZatverdzhenniaStrategiiRozvitkuMalogoISerednogoPidprimnitstvaVUkrainiNaPeriodDo2020-Roku>.
3. Ломачинська І.А. Формування джерел фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємництва. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2012. Т. 17. Вип. 3–4. С. 137–143.
4. Веремеева Т. Бизнес в Грузии. Заманчивое предложение. URL: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/biznes-v-gruzii-zamanchivoe-predlozhenie-265263>.
5. Калинин А.В. Анализ развития и состояние малого и среднего бизнеса в мире. Экономика, предпринимательство и право. 2011. № 4(4). С. 3–12.
6. Мельник В.М., Ломачинська І.А. Роль держави у фінансовому забезпеченні малого і середнього підприємництва в Польщі: висновки для України. Економічний вісник: фінанси, облік, оподаткування. 2017. С. 120–127.
7. Малый и средний бизнес в Грузии не развивается. URL: <http://bizzone.info/business/2017/1488840717.php>.

Чопко Н. С.

Главацкая Е. М.

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

#### МАЛЫЙ БИЗНЕС В УКРАИНЕ И МИРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

##### Резюме

В статье проанализировано понятие малого бизнеса, его состояние в Украине, в странах с более развитой экономической системой, а также в Грузии. Определены основные проблемы постсоветского пространства и мировые пути решения, которые могут быть применимы в Украине. Предложены шаги по улучшению стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Украине.

**Ключевые слова:** малый бизнес, сектор МСП, стратегия развития малого и среднего предпринимательства.

**Chopko N. S.**

**Hlavatska O. M.**

Ivan Franko National University of Lviv

## **SMALL BUSINESS IN UKRAINE AND THE WORLD: PROBLEMS AND PROSPECTS**

### **Summary**

The concept of small business, its state in Ukraine, in countries with a more developed economic system, and also in Georgia is analyzed in the work. The main problems of the post-Soviet space and world solutions have been identified, which can be applied in Ukraine. Here are proposed steps to improve the strategy for the development of small and medium-sized businesses in Ukraine.

**Key words:** small business, SME sector, development strategy of small and medium business.