

УДК 338.246.02(477)

## МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Студ. М.О. Гриньов, гр. БІТІ 1 – 17  
Науковий керівник проф. В.В. Бугас  
Київський національний університет технологій і дизайну

**Мета і завдання.** Метою є дослідження особливостей формування альтернативних стратегій розвитку підприємств малого та середнього бізнесу. Цілеспрямованість дослідження зумовило послідовний розгляд основних завдань: тенденції розвитку підприємств малого та середнього бізнесу; огляд умов розвитку малого та середнього підприємництва в Україні.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Розвиток діяльності малого та середнього підприємництва є одним із пріоритетних напрямів виходу економіки України з наслідків світової економічної кризи. Прискорення змін у зовнішньому середовищі, поява нових можливостей для бізнесу, поява нових вимог та трансформація позиції споживача.

**Методи та засоби дослідження.** Загальнонаукові методи дослідження економічного та соціального розвитку суспільств. Такі як: історико-логічний, діалектико-матеріалістичний, математико-економічний та ін.

**Результати дослідження.** В Україні сектор малого і середнього підприємництва (МСП) охоплює 99,9% у загальній кількості (1,8 млн.) підприємств та фізичних осіб-підприємців, зареєстрованих станом на кінець 2016 р. За наявності лише 0,1% великих підприємств. Проте найбільші підприємства займають непропорційно значну частку вітчизняної економіки, що має негативний вплив на спроможність МСП функціонувати, зростати, виготовляти продукцію, виконувати роботи та надавати послуги на конкурентних засадах [2, с. 3]. Найбільшу частку серед усіх підприємств в Україні посідають малі підприємства (у 2010 р. – 94,3% від загальної кількості підприємств, у 2014 р. – 99,1%). Значна девальвація гривні у 2013 - 2016 рр. призвела до того, що частина суб'єктів господарювання, які традиційно сприймалися як великі перейшли в іншу групу.

У 2016 р. Кількість великих і середніх підприємств скоротилася на 31% та 29% відповідно порівняно з 2010 р. Це серед іншого може бути наслідком того, що певна кількість підприємств перейшли до іншої групи через обмежений попит та проблеми з ліквідністю. Близько 2500 компаній оголосили про банкрутство та розпочали процес ліквідації у 2014 та 2016 рр. Водночас зросла кількість мікропідприємств.

Стратегії підприємств малого та середнього бізнесу направлені на мінімізацію конкурентної боротьби з великими і середніми фірмами та на максимальне використання переваг малого бізнесу, особливо щодо гнучкості. Стратегію оптимального розміру малі підприємства застосовують тоді, коли є комерційна доцільність виробляти продукцію невеликими партіями, виграючи в мобільності та гнучкості. При цьому варто відзначити, що якщо фірма дотримується цієї стратегії, то можливості її зростання обмежені: малі розміри, які допомагають вижити, стають на заваді до її розширення. Стратегія участі у виробництві товару більшого підприємства передбачає кооперацію з ним та використання при цьому його переваг. Для уникнення ризику попадання в залежність, малому підприємству бажано співпрацювати із кількома великими партнерами, щоб частка кожного не перевищувала 20% у загальному обсязі продаж. Стратегія використання переваг великої організації може обирати, наприклад, форму франчайзингу.

**Результати дослідження.** Великий вплив на діяльність мікропідприємств, особисто тих, які здають нульові звіти за результатами діяльності, мають нововведення в

податковому законодавстві. Оскільки з 01.01.2017 р. Фізичні особи підприємці повинні в обов'язковому порядку сплачувати ЄСВ, незалежно від того, чи був дохід у звітному місяці, проте те, що до 01.01.2017 р. Фізичні особи підприємці (за винятком пенсіонерів за віком та інвалідів) сплачували ЄСВ тільки за наявності доходу за звітний місяць. Також податкове навантаження значно збільшилося у грошовому виразі через зростання мінімальної заробітної плати до 3200 грн. Для підприємців на загальній системі й на спрощеній 2-ї і 3-ї груп, розмір ЄСВ залишився на рівні – не менше мінімального страхового внеску (тобто 22% від обсягу мінімальної заробітної плати), а це 704 грн. на місяць[1, с. 5].

На сектор МСП припадає 79% усіх найманих працівників та 63% загального обсягу реалізації, що є вищими показниками, ніж у сусідніх Польщі та Словаччині, а також Німеччині. Середні компанії загалом є відносно більшими, ніж в країнах ЄС та представляють більш значну частку обсягу реалізації (39%) та зайнятості (32%). Мікропідприємства є доволі великою групою, втім не дуже продуктивною – з 35% найманих працівників та лише 12% загального обсягу реалізації. У ЄС мікропідприємства також стикаються з проблемою низької продуктивності, але не в такій значній мірі, як в Україні.

**Висновки.** В Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають розвитку вітчизняного підприємництва, вирішення яких забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у подоланні цих проблем повинна відігравати держава. Сьогодні немає чітких прогнозних розрахунків щодо можливих позитивних і негативних наслідків для економіки України, але перспективи є очевидними, особливо, якщо врахувати, що процес асоціації з ЄС набрав чинності і суттєві зміни та реформи у сфері підприємництва є невідворотними. Важливо, що в умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

Отже, доцільно зазначити, що складність, нестабільність зовнішнього середовища та необхідність адаптації до його умов потенціалу для досягнення власних цілей вимагає від підприємств малого та середнього бізнесу застосування ефективної стратегії розвитку. Водночас сам процес розробки стратегії, рівно як і використовуваний для цього методологічний інструментарій, фактично є однаковим як для малих господарських суб'єктів, так і для великого бізнесу. Специфіка ж використовуваних стратегій пов'язана із тим, що малі та середні підприємства, як правило, оперують у вузьких ринкових нішах, при цьому набір можливих стратегій зводиться до концентрації зусиль, збереженні конкурентних переваг, нарощуванні зусиль або елімінації і переорієнтації на інші ринкові ніші.

**Ключові слова:** *мале і середнє підприємництво - МСП, мікропідприємство, обмежений попит, проблема з ліквідністю.*

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Босенко А. В. Тенденції формування стратегічних альтернатив розвитку підприємств малого та середнього бізнесу в Україні / А. В. Босенко // Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. – Острог: 2017. – № 4(32). – с. 4–9.

2. Кашуба О. М.. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку НУ "Львівська політехніка": № 6 2015, стор. 103 – 106.