

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет економічних наук

Кафедра фінансів

## **Кваліфікаційна робота**

освітній ступінь - бакалавр

на тему: **«ОЦІНКА СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛИХ  
ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ»**

Виконала: студентка 4-го року навчання,  
спеціальність 072  
«Фінанси, банківська справа та  
страхування»

Михальчук-Осадча Олександра Ігорівна

Керівник: Семіколенова С.В.  
кандидат економічних наук, доцент

Рецензент: Мірошніченко О.Ю.

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою «\_\_\_\_\_»

Секретар ЕК \_\_\_\_\_Донкоглова Н.А.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

Київ 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1. ЗАГАЛЬНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	5
1.1 Оцінка впливу та особливості функціонування малого бізнесу в Україні.....	5
1.2 Основні етапи розвитку малого підприємства в Україні.....	10
1.3 Світовий досвід розвитку сфери малого підприємництва.....	13
2. ОСОБЛИВОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД.....	18
2.1 Сутність, проблеми та особливості підприємництва в Україні.....	18
2.2 Сучасний стан малих підприємств в Україні.....	25
2.3 Сучасний стан малих підприємств у Європі та США.....	30
3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	37
3.1 Прогнозування розвитку сфери малих підприємств в Україні на основі даних роботи ФОП Михальчук-Осадча О.І.....	37
3.2 Основні напрями вдосконалення існуючих шляхів поліпшення сучасного стану підприємництва.....	49
ВИСНОВКИ.....	53
ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА.....	56

## ВСТУП

*Актуальність теми:* мале підприємництво - один із видів господарської діяльності, що має значний вплив на розвиток економіки. Саме воно робить економіку гнучкішою, акумулює фінансові і виробничі ресурси, розв'язує багато соціальних запитань. Проте, на сьогодні мале підприємництво в Україні зіштовхується з рядом значних перешкод, таких як недосконала та обтяжлива податкова система, бюрократичні труднощі, відсутність регуляції питань фінансування і кредитування, майже відсутня допомога з боку держави. Саме тому важливо створити такі умови, які б сприяли активному розвитку підприємництва та зменшували перешкоди, описані раніше.

Підприємництво – унікальне соціальне явище, притаманне найбільш активним представникам суспільства. Воно є яскравим індикатором на зміни соціальних умов і попиту. Та хоча підприємництво не може існувати без впливу держави, її надмірний вплив та/або контроль негативно відображається на розвитку підприємництва, якщо воно не відповідає запитам суспільства.

Суб'єкти малого та середнього підприємництва забезпечують:

- 1) створення нових робочих місць, вирішення проблеми безробіття і як наслідок - зменшення витрат держави на соціальну допомогу;
- 2) зниження рівня бідності та соціальної напруги;
- 3) збільшення надходжень до бюджету;
- 4) збільшення частки ВВП малих підприємств;
- 5) зростання конкурентоспроможності підприємств. Незважаючи на те, що саме великі компанії зазвичай володіють більшими ресурсами, малі і середні підприємства найчастіше є гнучкішими до змін та швидше застосовують інновації у своїй діяльності, що дозволяє малим та середнім суб'єктам бути конкурентоспроможними навіть з великими гравцями ринку.

Діяльність малого та середнього бізнесу досліджували такі українські та зарубіжні вчені: Р. Т. А. Говорушко, Е. П. Милявська, Л. І. Воротіна, В. Є. Воротін, Л. А. Мартинюк, Т. В. Чер- няк, Н. А. Малиш, Балановська Т. І., Гоголю О. П., Тужик К. Л та ін. Окремі показники діяльності малого підприємництва у своїх наукових працях досліджували О. Благодарний, О. Карпова. Перспективами діяльності малого бізнесу та вирішенням проблем, що виникають, займаються такі українські науковці: В. Збарський, Т. Греджева, І. Максименко, А. Чухно, Т. Меркулова та ін.

Незважаючи на значну кількість наукових робіт у сфері підприємництва, для його розвитку в Україні необхідні подальші дослідження з урахуванням особливостей «підприємницького клімату» України.

Саме необхідність вивчення цього питання задля подальшого розвитку економіки України окреслює *актуальність дослідження* та визначає такий мій вибір теми роботи.

Метою дослідження є розкриття теоретичних засад та удосконалення методологічних положень щодо статистичної оцінки стану та тенденцій розвитку малого підприємництва в Україні.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- розкрити сутність малого підприємництва у сучасній економічній системі;
- дослідити особливості, функціонування та основні етапи розвитку малого підприємства в Україні;
- оцінити сучасний стан малого підприємництва та визначити головні проблеми розвитку;

- розробити алгоритм проведення аналізу фінансового стану малих підприємств;

- визначити перспективи розвитку малого підприємства та шляхи його вдосконалення.

- розробити рекомендації щодо покращення діяльності малих підприємств в Україні

Об'єкт дослідження: — малі підприємства України на прикладі діяльності ФОП Михальчук-Осадча О.І.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та організаційні аспекти статистичного аналізу стану та розвитку малого підприємництва в Україні.

Під час написання роботи були використані метод логічного аналізу, метод порівняльного аналізу, методи спостереження і узагальнення, метод моделювання та анкетування.

Інформаційною базою для дослідження стали: чинні законодавчі акти та нормативні документи з питань розвитку малого підприємництва; наукові дослідження українських та іноземних вчених; наукова література з питань управління підприємствами; інформаційні ресурси мережі Internet; результати досліджень і спостережень автора. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків.

## **РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

### **1.1. Оцінка впливу та особливості функціонування малого бізнесу в Україні**

У всьому світі рівень розвитку малого та середнього підприємництва став показником економічного та соціального достатку населення країни.

Як визначає Європейська Комісія, підприємством можна назвати будь-який суб'єкт, що веде економічну діяльність. Таке визначення не залежить від організаційної форми, а отже підприємством можна вважати і самозайнятих осіб, і товариства та об'єднання і навіть сімейні фірми, які на постійній основі провадять економічну діяльність. [1]

Вплив малого та середнього підприємництва значно зріс у 80-х роках ХХ сторіччя. Як свідчить ООН, половина працездатного населення задіяна в малому та середньому бізнесі, а національного продукту в них виробляється близько 30-60. Та якщо малий та середній бізнес почав розвиватися у Європі понад століття тому, то українському підприємству як соціально-економічному явищу немає і 30 років.

Саме тому, одна з найважливіших економічно-соціальних цілей для України на сьогодні - це розвиток малого та середнього бізнесу, який за собою потягне ріст шикорого пласту населення середнього рівня. Так, як це трапилося у Європі.

В Україні «підприємництво» зазначається в ст. 42 Господарського кодексу України [2] та означає «самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку». У Законі України «Про підприємництво» [3]. Також у Кодексі визначають, що підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична і на влас-

ний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку. Така діяльність здійснюється як фізичними, так і юридичними особами, що зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. Водночас у ст. 55 ГКУ суб'єктами господарювання визнаються громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які зареєстровані відповідно до закону як підприємці, а також здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством [2]. До суб'єктів господарювання належать фізичні особи – підприємці та юридичні особи.

У роз'ясненнях Міністерства Юстиції України [4] можна відмітити головні відрізняючі риси юридичними та фізичними особами-підприємцями. Фізична особа-підприємець – це юридичний статус, що свідчить про право особи на ведення підприємницької діяльності, а саме самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Щодо юридичної особи, то нею є саме організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку. У Цивільному кодексі України [5] юридична особа існує під терміном «організація», що означає певне соціальне утворення, тобто систему соціальних взаємозв'язків, через які люди (або групи людей) об'єднуються для досягнення поставлених цілей в єдине структурне і функціонально диференційоване соціальне ціле.

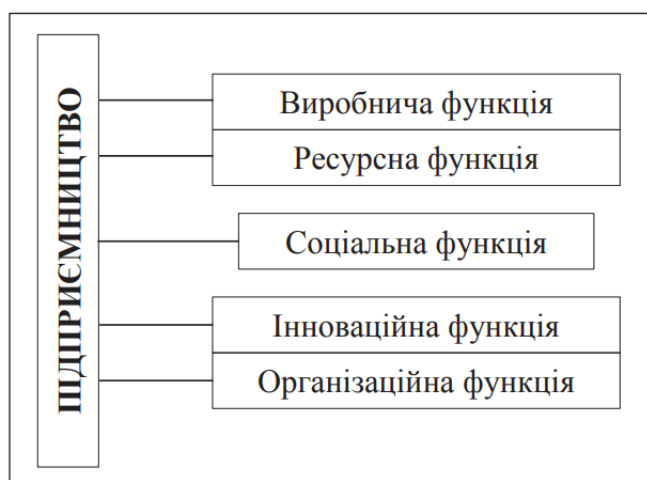
Суб'єкти підприємництва, залежно від кількості найнятих працівників та річної кількості доходів від діяльності, класифікуються як суб'єкти малого (або мікропідприємництва), середнього або великого підприємництва [2] (табл. 1.1.). Розмір річного доходу Господарський кодекс України визначає як суму, що еквівалентна 2 мільйонам євро, яка розрахована за середньорічним курсом Національного банку України [6] Розрахунки розмірів доходів наведені у Таблиці 1.1.

**Таблиця 1.1.** Види суб'єктів господарювання в Україні

Суб'єкт господарювання	Кількість працюючих осіб		Річний дохід	
			євро	грн
Мікропідприємництво	Фізичні	< 10	< 2 000 000	< 66 000 000
	Юридичні			
Мале підприємництво	Фізичні	< 50	< 10 000 000	< 330 000 000
	Юридичні			
Велике підприємництво	Юридичні	> 250	> 50 000 000	> 1 650 000 000
Середнє підприємництво	інше	інше	інше	інше

*Джерело: складено автором на основі даних [2]*

Сам термін «підприємництво» означає економічну одиницю, що веде свою діяльність, виконуючи такі функції (рис.1):

**Рисунок 1.1.** – Функції підприємництва в ринковій економіці

*Джерело: складено автором на основі даних [5]*

Виробнича функція - це така діяльність підприємства, що направлена на виробництво певної продукції, надання послуг, що відповідають споживчим потребам населення. Виробнича функція підпорядковується чинному законодавству відповідної держави, а також правилам ринкової економіки (співвідношення попиту-пропозиції, конкурентність, ціноутворення)



Ресурсна функція - це така функція, суть якої полягає у раціональному використанні підприємством обмежених ресурсів для їхньої діяльності. Ресурси у цьому випадку поділяються на матеріальні (земельні, трудові, природні) та нематеріальні (інтелектуальна власність, творчість, результати наукової діяльності).

Соціальна функція - це така функція, сутність якої полягає у створенні діяльності, що забезпечувала б дієздатне населення робочими місцями, формувала самостійні, соціально активні та стійкі підприємства.

Інноваційна функція - це функція, направлена на розвиток суб'єктів господарювання. Тобто, виконуючи інноваційну функцію, підприємство прагне залучати у своїй роботі нові технології задля збільшення прибутку та, відповідно, зменшення витрат. Так само важливим є те, що інноваційна функція додатково мотивує до створення високотехнологічних розробок працівників інтелектуальної сфери.

Організаційна функція - така складова діяльності підприємства, мета якої полягає у формуванні стилю управління підприємством, стратегії її розвитку а також у організації роботи цього підприємства.

Важливим аспектом у діяльності будь-якого підприємства є вплив з боку держави. Держава на юридичному рівні несе відповідальність за свою діяльність у сфері підприємництва - прийняття державних актів. Таким чином можна визначити головний обов'язок держави у сфері підприємництва - це законотворча та контролююча функція держави, спрямована на створення необхідних умов та забезпечення дотримання прав громадян в процесі ведення ними підприємницької діяльності. [7]

Як і будь-якій іншій розвинутій країні, політика з розвитку підприємництва закріплена у комплексі законодавчих документів. Саме в них містяться головні напрями і форми розвитку підприємництва. Такі законодавчі документи поділяються на групу Конституції України; групу нормативно-правових актів (ЦКУ, ГКУ); та на групу зі спеціальними нормативними актами (ЗУ «Про підприємництво»). У таблиці наведені основні законодавчі документи у сфері підприємницької діяльності

(табл. 1.2). В таблиці, наведеній нижче, можна побачити, що всі законодавчі документи додатково визначають окремі процеси підприємництва та їхню сутність. А також важливим аспектом розробки таких документів є урахування інтересів усіх сторін (суб'єктів господарювання та держави).

**Таблиця 1.2.** Основні законодавчі документи у сфері підприємницької діяльності

№	Назва документа	Остання редакція	Зміст
1	Конституція України	30 вересня 2016 рік	Стаття 42 зазначає, що кожен громадянин має право на підприємницьку діяльність.
2	Кодекс України (ГКУ)	6 листопада 2017 рік	Визначення поняття «підприємництво» та «суб'єкт господарювання». Розділяє підприємства на мікро-, малий, середній та великий бізнеси.
3	Цивільний кодекс України (ЦКУ)	19 липня 2017 рік	Визначення права на підприємницьку діяльність, цивільно-правову відповідальність ФОП, а також поняття юридичної особи.
4	Закон України «Про підприємництво»	5 квітня 2015 рік	Визначення загальний правових, економічних та соціальних засад підприємницької діяльності громадян та юридичних осіб. Встановлення гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки.
5	Закон України «Про господарські товариства»	2 листопада 2016 рік	Визначення форм господарських товариств, а саме товариств з обмеженою, додатковою та повною відповідальністю, командитні та акціонерні товариства.
6	Постанова Кабінету Міністрів України «Про упорядкування діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, створених за участю державних підприємств»	5 серпня 2016 рік	Визначення діяльності господарських товариств, що працюють в інтересах держави (переважно товариства у сфері інтелектуальної власності)

## 1.2 Основні етапи розвитку малого підприємства в Україні

Можна стверджувати, що підприємництво в Україні зароджувалося ще за часів Рюрика, коли в той час панувало натуральне господарство. Саме купці започаткували підприємницьку діяльність. Ґрунтуючись на власних ресурсах та інтуїції, вони встановлювали торговельні стосунки з Візантією, Закавказзям, Середньою Азією, Прибалтикою і Європою.

Згодом, у XII столітті, сформувалися перші торгові центри – купецькі об'єднання. І вже тоді, процес підприємництва з міжнародної торгівлі почав переміщуватися і всередину країни. З часом з'явилося і виробниче підприємництво.

Важливим моментом у розвитку підприємництва вважають видання Олександром I Указу про вільних хліборобів у XIX столітті. Цей указ дозволяв поміщикам за викуп відпускати на волю селян з земельними володіннями. Не менш впливовим було скасування кріпацтва. У селян з'являється можливість вільно займатися господарською діяльністю та створювати перші так звані підприємства. В цей період також стається не менш важлива для розвитку подія – промисловий переворот.

Вже на початку XX століття підприємництво стає досить звичним явищем, проте продовженню активного розвитку перешкодила Перша світова війна та політика «воєнного комунізму».

Період НЕПу дозволив підприємництву відроджуватися та швидко відновлювати господарську діяльність. 27% виробництва у ті часи складав приватний сектор, а також він становив 44% від роздрібної торгівлі. Проте, з появою у 1928 році планів-п'ятирічок та масовою колективізацією у червні 1929 року, вільне підприємництво було згорнуто й оголошено нелегітимним, відбулося повне одержавлення економіки. І тільки наприкінці століття, у другій половині 80-х років та особливо після незалежності у 1991р. підприємництво, вже в рамках Української державності, зароджується знову.

Починаючи з кінця 80-х років період розвитку малого та середнього підприємництва саме в Україні можна розділити на певні етапи.

Перший етап. Прийняття у 1986 році Закону СРСР «Про індивідуальну трудову діяльність громадян в СРСР». Цей закон, по суті, поклав фундаментальний початок формуванню засад розвитку підприємництва, а саме він дозволив легалізувати підприємницьку діяльність та відкрив доступ активному населенню до відкриття власної справи. Відбувся значний ріст суб'єктів індивідуальної трудової діяльності. Найбільша ж частка підприємств випадала на виробничу сферу - промисловість та будівництво.

Другий етап – 1991 - 1993 рр. 7 лютого 1991 року Верховною Радою України був прийнятий Закон України «Про підприємництво», а в травні 1991 року був заснований Державний комітет України зі сприяння малим підприємствам та підприємству. Також важливим кроком для розвитку підприємництва стало прийняття, відповідно до Господарського кодексу України (від 16.01.2003 №436-IV із змінами та доповненнями), нормативу, що визначав категорію малого підприємства. Малим підприємством вважалася юридична особа, де середньооблікова чисельність працюючих за звітний період не перевищувала 50 осіб, а обсяг валового доходу – суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом НБУ [8]

В березні 1993 року Кабінетом Міністрів України Програми була схвалена державна політика підтримки підприємництва в Україні, що стала одним з перших кроків до цілого комплексу заходів щодо сприяння розвитку ринкових відносин та виходу України з економічної кризи.

Вже тоді, одразу з перших років незалежності, незважаючи на об'єктивні перешкоди, пов'язані зі становленням державності та перехідним періодом, відбулося стрімке зростання приватного сектора економіки. З ним – і підприємств малого бізнесу. У часи відбулося найбільш стрімке зростання суб'єктів та темпів

розвитку малого підприємництва. Важливим фактором для такого зростання були сприятливі економічні, нормативно-правові та соціально-психологічні умови.

Дані Держкомстату України свідчать, що найбільший зріст на цьому етапі був у сфері фермерського господарства - за 1992 р. їх стало майже у 7 разів більше, а за 1993 р. - на 88,9%. Так само стрімко збільшувалася кількість малих підприємств. За 1992 р. їх стало на 257,7% більше, а за 1993 р. - на 148,5%. Логічно, що паралельно цей процес супроводжувався зменшенням кількості кооперативів: у 1992 р. - на 37,3%, у 1993 р. - на 43,3%.

Третій етап – 1994-2010 рр. Вже в цей період «бум народжуваності» малих бізнесів почав спадати. І вже у 1996 році приріст кількості малих підприємств складає 1,6%, фермерських господарств - 1,7% щороку. В середньому за рік приріст суб'єктів малого підприємництва становить 5,5%.

12 травня 1998 року був прийнятий Указ Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва». По суті, цей документ проголосив підтримку розвитку малого підприємництва як одне з найважливіших завдань політики та економіки держави.

Вже у XXI столітті настав логічний період необхідності адаптації національних норм до міжнародних (і передусім європейських). Таким чином новим Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 р. №523VI, Законом України про державну підтримку малого підприємництва" та Господарським кодексом України були змінені правила класифікації підприємств до малих, середніх та великих, відповідно до рекомендацій ЄС [9]

Четвертий етап – сьогодення – характеризується вже не поділом або реструктуризацією бізнес-одиниць, а створенням абсолютно нових підприємств. Сьогодні, суб'єктами малого і середнього підприємництва вважаються фізичні особи, що зареєстровані у встановленому порядку у якості суб'єктів підприємницької діяльності відповідно до Закону України «Про державну підтримку малого

підприємництва» та юридичні – визначені відповідно до Господарського кодексу України. [9,10]

Завдяки правильній адаптації світових рекомендацій і успішного досвіду перших років незалежного вітчизняного підприємництва можна сказати, що позитивний вплив малого підприємництва можливий лише за умов виваженої державної політики всебічної підтримки цього сектора.

### 1.3 Світовий досвід розвитку сфери малого підприємництва

Мале та середнє підприємництва у всьому світі визнане важливим сектором розвитку державної економіки, частка якого у ВВП держави є дуже вагомою. Наприклад, мале та середнє підприємництво у сусідній державі – Польщі має частку майже 50% ВВП, у північних країнах Європи частина ВВП ще більша (частка МСП у Данії становить 80% від ВВП). Та середнє значення внеску малого та середнього підприємництва у ВВП по Європі в середньому складає приблизно 63-67% [11] Саме тому, держави з розвинутою економікою так активно підтримують розвиток малого бізнесу, адже від нього залежить один з найголовніших показників успішності країни.

Якщо звернутися до економіки США, то там, окрім частки 60-70% від ВВП, малий бізнес надає вдвічі більше робочих місць, ніж увесь бізнес країни. Так само Канада і Великобританія активно підтримують розвиток МСП, маючи з малого та середнього бізнесу близько 70% ВВП.

Також важливим для України є той факт, що у більшості європейських країн та США, малі та середні підприємства давно беруть участь у експорті продукції. При цьому, утримуючи досить високі показники: Німеччина – 40%; Нідерланди – 40 %; Італія – 25 %; США – 15 %; [12] Важливим аспектом класифікації розміру підприємств у Європі є показник зайнятості, що не має перевищувати 49 осіб для малих підприємств і 250 осіб - для середніх. Натомість, загальне зна-

чення вартісного показника має єдиний критерій. Європейська Комісія з питань підприємництва і промисловості визначає такий параметр: річний товарообіг не має перевищувати €50 млн. або загальна сума балансу не має бути більшою за €43 млн. Класифікація компаній у країнах ЄС подана нижче у Таблиці 1.3.

**Таблиця 1.3.** Класифікація компаній у країнах ЄС

Категорія компаній	Кількість співробітників	Річний оборот	Річний загальний баланс
Середні підприємства	<250	≤ € 50 м.	≤ € 43 млн.
Малі підприємства	<50	≤ € 10 м.	≤ € 10 м.
Мікропідприємства	<10	≤ € 2 м	≤ € 2 м

*Джерело: Складено автором на основі даних [12]*

Станом на сьогодні набирає популярності інноваційний бізнес. До прикладу, для розвитку такого бізнесу у Німеччині були організовані спеціальні консультаційні пункти при Палаті промисловості і торгівлі, а також комісію, що стимулює технологічний трансфер. Також держава активно сприяє створенню та розвитку технопарків, через національні пільгові та дотаційні програми для малих та середніх підприємств. Зараз у Німеччині вже сформована чітка система з підтримки інноваційного бізнесу всередині держави: створені дослідні інститути, технологічні центри і також окрема транспортна мережа. [13] На думку Німеччини, надання пільгових кредитів є вигідним як для підприємців, так і для самої держави. Адже завдяки пільгам зі сторони держави, дотаціям та низьким цінам на оренду приміщень, витрати у малих бізнесів є значно меншими, аніж у їхніх великих конкурентів. Таким чином, великі підприємства зацікавлені у поділі на менші одиниці. Водночас, держава має менші витрати за рахунок такої трансформації великих концернів і це є більш привабливим для притоку іноземних інвестицій. Саме завдяки такій win-win співпраці, за останні роки Німеччина отримала значні кошти на розвиток науково-дослідних підприємств з Японії, Швеції та США. Таким чином, головною особливістю політики Німеччини щодо розвитку суб'єктів МСП є активна фінансова підтримка та направленість на інноваційний розвиток.

У Франції [14] задля розвитку і створення нових суб'єктів МСП було створене особливе державне Національне агентство щодо створення підприємств для допомоги в заснуванні бізнесу, а також запобіганні банкрутству. Їхня державна політика в основному спрямована на рівномірний економічний розвиток усіх регіонів країни, усунення проблеми безробіття та забезпечення стійкості малого та середнього бізнесу. Окрім Національного агентства, активну участь у підтримці МСП надають органи місцевого самоврядування, торгово-промислові палати, фонди, створені великими корпораціями (вони, в свою чергу, за це отримують додаткові пільги з боку держави). Важливим органом підтримки малого та середнього бізнесу на етапі започаткування є гарантійні фонди, що допомагають у пошуку джерел фінансування. Також у Франції існує спеціально утворена для захисту інтеерсів підприємців спілка – «Рух французьких підприємців». Французська стратегія підтримки та розвитку підприємництва робить найбільший акцент на здатності до адаптації, стійкості та захищеності підприємств за сучасних економічних умов, а також прагне виконувати такі цілі: - навчання та перекваліфікація майбутніх суб'єктів підприємництва; - розвиток у сфері інноваційної діяльності та імплементації нових технологій в існуючі бізнеси; - створення міцного зв'язку з державою та якісної комунікації з державними установами; - спрощення бюрократичних процесів у підприємстві. Важливо зазначити, що відкриття підприємства у депресивних зонах Франції не лише активно заохочується, але і частково фінансується. Наприклад, такі підприємства не оподатковуються перші три роки, суб'єкти мають доступ до професійних консультацій у сфері їхньої діяльності, отримують пільгові кредити, позики та субсидії. [15]

Польща ж започаткувала абсолютно нову модель підтримки суб'єктів МСП. Їхня модель характеризується популяризацією ведення власного бізнесу активним втіленням нових технологій через податкові та фінансові пільги (існує можливість використання спрощених форм з низьким рівнем зобов'язань, спрощеним бюрократичним процесом та простотою у щоденному застосуванні суб'єктами СМП). [16] Така сприятлива підприємницька атмосфера допомогла «вийти на світло» великій частині ринки і тим самим Польща значною мірою змогла зни-



зити рівень корупції. На сьогодні Польща сприймає підприємництво не лише як економічно важливий аспект розвитку державної економіки, але і як важіль впливу розвитку населення країни. Спілки польських підприємців характеризується особливим командним духом, а не конкурентністю. Таким чином вони підпримують один одного, створюючи спеціальні клуби, мережі та власні центри розвитку МСП. Такі клуби мають тісний зв'язок з державними органами, таким чином постійно підпримуючи високим рівень комунікації щодо поточного стану підприємництва у країні. Таким чином, після кризи Польща успішно створила дуже сприятливі умови для розвитку підприємництва, популяризуючи його та підкреслюючи важливість суб'єктів господарювання на рівні усієї державної економіки. [15]

Великобританія, маючи достатньо розвинуту і давню політику щодо розвитку малого та середнього підприємництва, на сьогодні активно працює над реформами та знищенням застарілих інструментів регулювання. [16] Вектор державної політики спрямований на створення найкращих у світі умов для розвитку та популяризації підприємництва. Така політика активно підтримує конкурентоспроможність малого та середнього бізнесу, а також знижує адміністративні бар'єри на шляху до створення бізнесу. За даними Світового банку Великобританія є лідером у рейтингу легкості ведення бізнесу, та найпоширенішим інструментом Великобританії є державне гарантування по кредитах та позиках для МСП.

У Канаді існує форма кредитування, згідно якої позика може надаватися на суму до 250 тис. доларів, на десять років під 2-3% річних. Якщо суб'єкт малого та середнього підприємництва з якихось причин не може отримати таку позичку, він так чи інакше має можливість отримати компенсацію по інших позиках та полегшити процес отримання кредиту для ведення бізнесу. Корея ж видає позики виключно на такі три категорії: надання пільгових кредитів (до 8 років і відсоткова ставка буде на 2,5-3% нижче за банківську), використання та створення інноваційних технологій, поповнення обігових коштів. Японія має дуже специфічний та унікальний підхід. Позики у цій державі можна отримати для розвитку коопера-

тивної діяльності (під 2-4% річних). У цій державі дуже підтримується об'єднання малих підприємств в кооперативи. Сінгапур надає кредити під 5% на чотири роки та на 6,5% за умов довшого терміну. Особливе пільгове кредитування можливе лише для мікро бізнесів, у яких працює не більше 10 чоловік. [15]

Отже, головні напрямки підтримки розвитку МСП такі:

1. Полегшення процесу оподаткування. Майже в усіх країнах з розвинутою економікою програми підтримки малого та середнього бізнесу прагнуть створити полегшені умови для оподаткування їхньої діяльності. А також надають можливість спрощувати бухгалтерську звітність та зменшують відсоткові ставки для кредитування;

2. Активне спрямування діяльності на інноваційні технології;

3. Популяризація електронної торгівлі. [17]

Так само активно створюються і недержавні програми допомоги, про які ми зазначали раніше, адже реалізація плану з підтримки розвитку МСП досить тривалий та дороговартісний процес.

Отже, аналізуючи досвід розвинутих країн, можна зробити висновок що, мале та середнє підприємництво є важливою соціальною та економічною складовою життєдіяльності будь-якої держави. Саме тому для кожної з них створення довготривалої стратегії підтримки та розвитку МСП є важливою та невід'ємною задачею.

## **2. ОСОБЛИВОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД**

### **2.1 Сутність, проблеми та особливості підприємництва в Україні**

Враховуючи непросту економіко-політичну ситуацію, розвиток України на сьогодні є нестабільним. Зокрема, це стосується і розвитку сектору малого бізнесу.

Як було зазначено раніше, мале підприємництво має значний вплив на ринкову економіку: стимулює економічне зростання, знижує рівень безробіття населення, а також може виробляти понад 50% ВВП. Тому розробка ефективної державної програми підтримки малого підприємництва постає дуже важливим та нагальним завданням для України.

За даними Державної служби статистики України мале та середнє підприємництво складають левову частку від загальної кількості підприємств в Україні (всього 355877, з них малий та мікробізнес - 339374, що становить 95,4%). Про це свідчить частка малих та середніх підприємств у ВВП України за 2019 рік - 55% ВВП, але якщо виокремити лише малий бізнес - залишиться всього 16%. [18]

«В Європі - у два рази більше» - зазначає член команди підтримки реформ Міністерства економічного розвитку і торгівлі Денис Шемякін [19], що знову таки вказує на гостру необхідність реформування системи підтримки малого та середнього підприємництва в Україні.

Чому настільки гостро стоїть питання розвитку саме цього сектору економіки? Розглянемо останні показники малого та середнього підприємництва в Україні.

Універсальним показником успішності підприємництва у країні є місце в рейтингу Doing Business, у якому Україна за останні 10 років впевнено рухається наверх: [20], проте і цей рейтинг не є «абсолютом».

**Таблиця 2.1** Місце України у рейтингу Doing Business протягом 2010-2020 рр.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Україна</b>	147	145	152	137	112	96	83	80	76	71	64

*Джерело: складено автором на основі [20]*

Як можна побачити, Україна почала активний ріст у цьому рейтингу за часів правління Віктора Януковича, хоча в реальності умови для ведення бізнесу були дуже складними. Також повільно зростала конкурентоспроможність української економіки (за даними Індексу глобальної конкурентоспроможності, що обраховується Всесвітнім економічним форумом). Таким чином, з 2015 по 2020 роки позиція України залишалася на рівні 80 місця, що може вказувати на необхідність надання більших конкурентних переваг суб'єктам МСП.

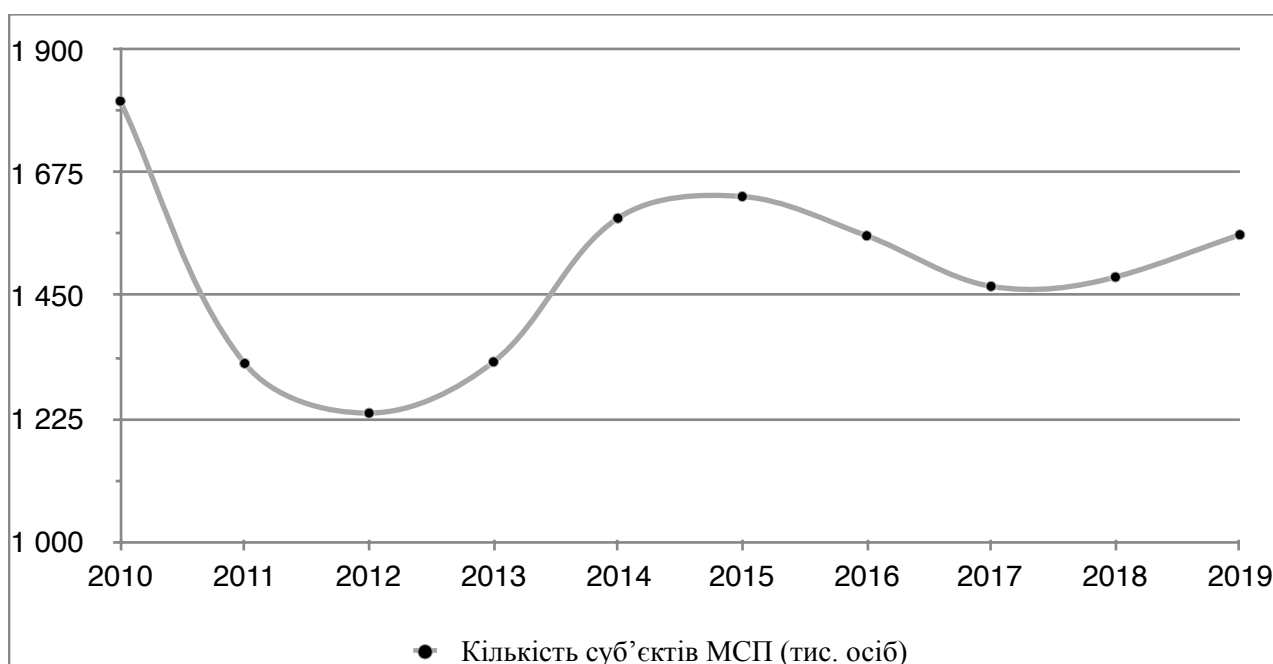
Дослідження Bureaucrasy Index [21], проведене у 2018 році, визначило, що суб'єкти малого підприємництва щороку витрачають більше однієї тисячі євро від прибутку для виконання 63 надлишкових бюрократичних процедур, що вимагає витрат 469 людино-годин. Для прикладу: в Україні, порівняно з Чехією, Словаччиною та Литвою, за приблизно однакової кількості бюрократичних процедур на рік в витрачається майже в два рази більше часу. Це свідчить про можливість оптимізації таких послуг та їхнього спрощення. Станом на 2020 рік за даними індексу політики щодо МСП в Україні, підготовленим Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) в межах Євразійської програми конкурентоспроможності, незважаючи на значне поліпшення умов, порівняно з 2016 роком, все ж Україна відстає за переважною більшістю показників — інноваційною політикою, інституційною структурою, операційним середовищем, процедурами банкрутства та відновлення платоспроможності, екоорієнтованістю економіки, послугами з розвитку бізнесу, інтернаціоналізації, доступу до фінансів, публічними закупівля-

ми та навичками представників МСП. (Показники порівнювалися з іншими країнами Східного партнерства, до складу якого входять Азербайджан, Білорусь, Вірменія, Грузія, Молдова та ЄС)

Джерела: OECD, EC, EBRD, ETF, SME Policy Index: Eastern Partner Countries 2020: Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe, SME Policy Index, OECD Publishing, Paris. OECD, Monitoring Implementation of Ukraine's SME Development Strategy 2020, OECD.

Тепер поглянемо на загальну кількість малих та середніх підприємств в Україні, та їхні основні сфери діяльності: [22]

**Рисунок 2.1** – Кількість суб'єктів МСП протягом 2010-2019 рр.

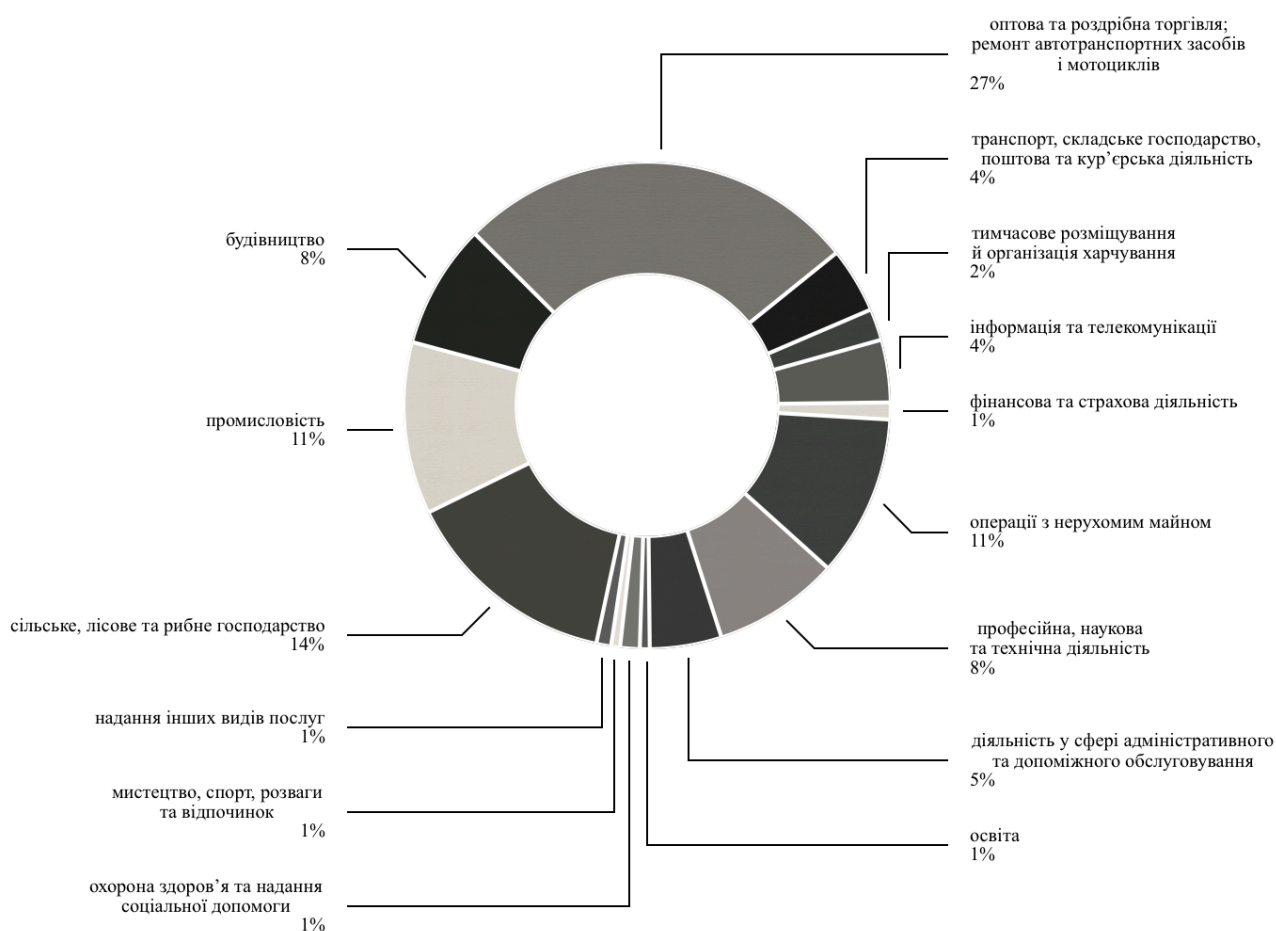


*Джерело: складено автором на основі [22]*

Внаслідок всесвітньої кризи 2008 – 2009 рр. в Україні чисельність малих та середніх підприємств значно скоротилася. Найбільше скорочення відбулося у 2011 р. (на 8,9% у порівнянні з 2010 р.). Проте, кількість представників малого та середнього підприємництва вже після 2012 року почала рости, що може бути пов'язаним з поступовим відновленням після кризи, а також внесенням нововведень до Податкового кодексу щодо розподілення платників податків-фізичних осіб на категорії, за критеріями обсягу доходів, наявності найманих працівників і виду

діяльності (правки до спрощеної системи оподаткування). Тим не менш, кількість представників малого та середнього підприємництва залишається відносно сталою і надалі такий потужний ріс не спостерігається. Разом з тим, від початку АТО на Сході України, очевидно спостерігається відносне падіння кількості суб'єктів МСП, яке з часом почало стабілізуватися.

Серед сфер діяльності малих та середніх підприємств лідируючу позицію займає оптова та роздрібна торгівля, за нею друге місце розділяють сільське та рибне господарство і операції з нерухомим майном. (рис. 2.1)



**Рисунок 2.2** – Частки суб'єктів МСП за сферами діяльності.

*Джерело: складено автором на основі [22]*

Як було зазначено раніше, мале підприємництво відіграє надважливу роль у ринковій економіці. Та незважаючи на це, в Україні цей сектор досі не посів сво-

го місця в економіці, що пояснюється наявністю певних «бар'єрів» у його розвитку – недостатністю власних коштів, труднощів з доступом до кредитних ресурсів, відсутністю сприятливих умов для розвитку та інших.

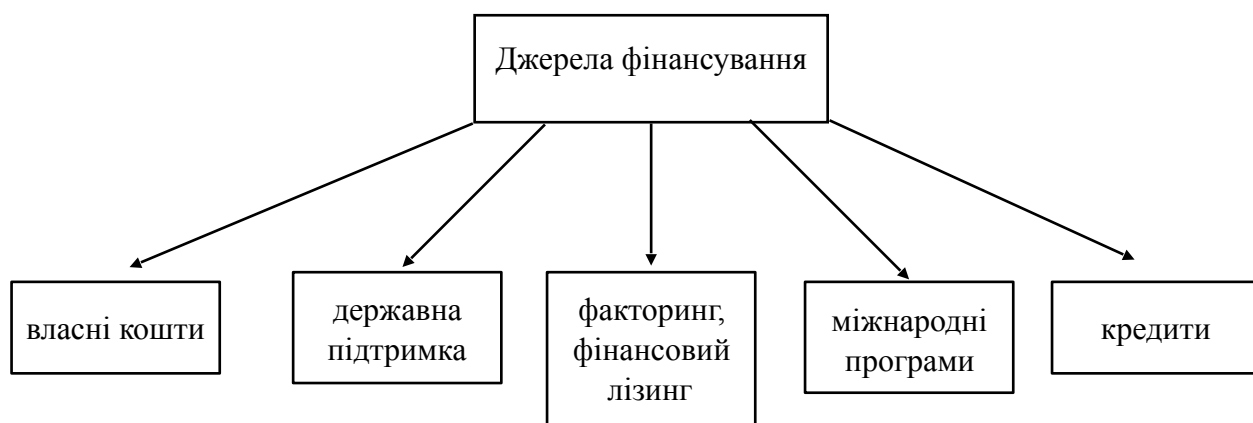
Згідно досліджень, проведених Інститутом економічних досліджень та консультацій, можна визначити 3 найбільші перешкоди для розвитку МСП: низький попит, нестабільна політична ситуація та високі ставки податків у державі [23]

Проте, у сфері дослідників малого підприємництва та самих підприємців існує так званий «рейтинг», який налічує майже два десятки причин, що перешкоджають розвитку МСП. Серед них:

- надміру часті зміни у законодавчій базі;
- високі податки;
- недорозвинутість дієвої фінансово-кредитної системи підтримки;
- нерівні умови у конкурентному середовищі з представниками великих бізнесів;
- недостатня компетенція самих підприємців і т. д.

Одним з найгостріших є питання фінансування для започаткування та подальшого фінансування розвитку малого бізнесу.

Виділяють п'ять основних джерел фінансування: власні кошти, банківські кредити, позики небанківських установ, державні програми фінансування та кредитування і міжнародні програми підтримки бізнесу (рис. 2.2.).



**Рисунок 2.3.** – Види джерел фінансування МСП

*Джерело: складено автором на основі [23]*

Умови сьогодення України значною мірою негативно впливають на можливість фінансування малого бізнесу, саме тому останнім часом великої популярності набули міжнародні програми та гранти. Отримати фінансові ресурси від таких організацій – досить непроста та тривала задача, проте сума фінансування зазвичай досить велика ще і з невисокою відсотковою ставкою. Приклади міжнародних програм, які надають такі послуги: Міжнародна фінансова корпорація (International Finance Corporation); Європейський банк реконструкції та розвитку (European Bank for Reconstruction and Development (EBRD)); Німецько-український фонд; Німецький державний банк розвитку (KfW).

Таким чином, Україна лише виступає посередником між малим бізнесом та вище зазначеними установами, консультує та допомагає налагодженню зв'язків з подібними програмами фінансування. Як вже відомо найбільшу частку малого підприємництва в Україні складають саме фізичні особи-підприємці, а для них мікрофінансування є найефективнішим інструментом. Традиційно такі організації, видають позики тим підприємствам, які ще не набули значного стажу діяльності та часто отримують відмови від банківських установ через надмірно високі ризики неповернення позик. [24]

Згідно опитування, проведеного автором, сума початкових інвестицій, швидкість досягнення точки беззбитковості та повернення інвестованих коштів дуже залежить від сфери діяльності малого бізнесу. Таким чином, найбільше інве-



стицій для страту ведення діяльності потребують бізнеси з ІТ та сфери послуг для населення (офлайн). Найменше – оптова та роздрібна торгівля (табл. 2.2)

**Таблиця 2.2** – Порівняльні дані щодо суми початкових інвестицій та темпу повернення інвестованих коштів.

Сфера діяльності	ІТ	Послуги для населення	Виробництво продукції	Оптова та роздрібна торгівля
Інвестиції до відкриття	~ 200 000\$	~ 50 000\$	~ 10 000\$	~ 1 000\$
Час до досягнення точки беззбитковості	~ 1 рік	~ 1 рік	~ 0,5 року	кілька місяців
Час до повернення інвестованих ресурсів	~ 2 роки	~ 3 роки	~ 1 рік	~ 0,5 року

*Джерело: складено автором на основі опитування*

Разом з тим, найшвидше «окупає» себе сфера оптової та роздрібної торгівлі, адже: а) сума інвестицій у цей бізнес найменша; б) зазвичай такі бізнеси працюють «під реалізацію», а отже отримують прибуток без попередньої закупівлі товарів для продажу. Незважаючи на дуже великий обсяг початкових інвестицій у ІТ сфері, така діяльність швидше повертає інвестовані кошти ніж сфера послуг, наприклад. Така ситуація пояснюється високим рівнем заробітних плат на ринку ІТ, а також значними «вхідними» витратами для виходу на висококонкурентний ринок інформаційних технологій. Власне виробництво також досить швидко «самоокупається». Це пов'язано з інструментами передзамовлення та/або якісним прорахунком майбутнього попиту на продукцію.

Повертаючись до вищезгаданих досліджень, другим, проте не менш болючим питанням для підприємців залишається рівень корупції в Україні. Так, у «Дослідженні ділової думки», Інституту економічних досліджень та політичних кон-

сультатів, 48,5% опитаних підприємців вважають, що для успішного ведення справ потрібно мати «дружні стосунки» з органами влади та працівниками контролюючих органів. Всього 8% респондентів відповіли, що відчувають труднощі, через необхідність сплати хабарів. Та всього 23% вважають корупцію перешкодою діяльності.

Труднощі в респондентів також викликають бюрократичні питання (нестабільність податкового законодавства, часті зміни форм податкової звітності, велика кількість та складність звітних документів). [25]

Розвиток малих підприємств має сприяти удосконаленню ринкових відносин у суспільстві. Враховуючи це, необхідно покращити умови для ведення господарської діяльності малих підприємств, уникаючи різноманітних зовнішніх і внутрішніх загроз, та вдосконалити систему управління економічною безпекою на малих підприємствах.

На сьогодні, пройдений лише початок довгого шляху у правовому і організаційно-му напрямку формування МСП як важливого сектора для розвитку економіки України. Досі не створена програма, що стимулювала б до утворення малих підприємств та водночас не впроваджена і система їх підтримки та розвитку.

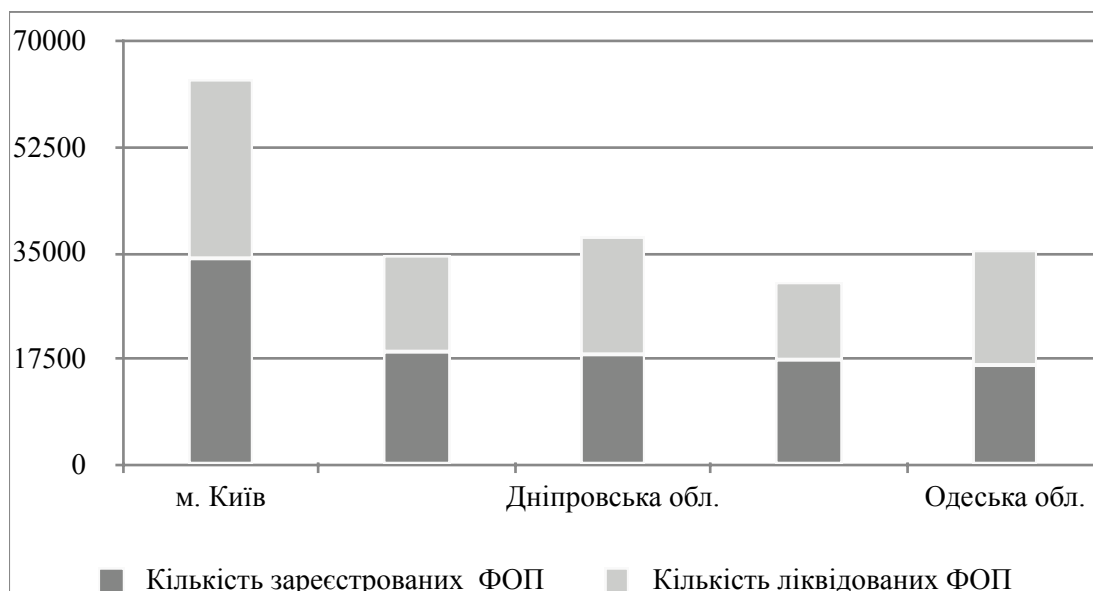
Саме тому, першочерговим завданням зараз є створення комплексу заходів з розвитку малого підприємництва в Україні. Такі заходи мали б однаково бути впроваджені на рівні багатьох сфер регулювання: нормативно-правової; інформаційно-технічної; фінансово-кредитної; організаційної і консультаційної.

## 2.2 Сучасний стан малих підприємств в Україні

У 2020 році, 12 березня в Україні розпочався перший повний локдаун, що сумарно тривав 102 дні. Через ці обмеження підприємці прогнозували закриття більше, ніж половини малих та мікробізнесів. Згодом додалися ще 6 днів «карантину вихідного дня». Сумарно, згідно дослідження аналітичного центру «Слово і діло», Україна посіла 4 місце серед країн, чий карантин тривав найдовше [26].

Проте локдаун не зупинив посністю роботу підприємницького сектору – під час обмежень було відкрито чимало нових бізнесів. І це незважаючи на те, що 2020 рік мав стати найважчим для суб'єктів МСП.

Фізичних осіб-підприємців було зареєстровано у 2020 році понад 247,5 тисяч. Така кількість є на 5% меншою, ніж у попередньому році (261,7 тисяч осіб протягом 2019 року). Вже традиційно лідером серед регіонів є місто Київ. За ним ідуть відомі осередки підприємницької діяльності: Харківська, Львівська, Одеська, Дніпровська області. Наменша кількість ФОПів була зареєстрована у Луганській області – 2760 осіб. (рис. 2.4)



**Рисунок 2.4** – Області, де найбільше було зареєстровано та ліквідовано ФОПів у 2020 році

*Джерело: створено автором на основі [26]*

Найбільша кількість суб'єктів підприємницької діяльності було зареєстровано у лютому (>31 тис. осіб), натомість квітень поставив антирекорд: всього 8549 ФОПів, що є найнижчим показником за останні 4 роки.

Проте, середній темп реєстрації фізичних осіб-підприємців залишався відносно сталим і тримався на рівні 15-20 тисяч нових підприємців щомісяця. Таке падіння кількості зареєстрованих підприємців, безумовно, пов'язане з пан-

демією. Проте якби карантинні обмеження мали прогнозований вплив, показники реєстрації нових ФОПів були б значно нижчими.

Важливо зазначити, що під час локдауну значного розвитку досягли сервіси з доставки, які часто оформлюють своїх кур'єрів як ФОП, а також ІТ-компанії та інші онлайн-сервіси.

Водночас, ліквідувалося ФОПів на 16% більше, ніж попереднього року (2020 рік: 232 тисячі, 2019 рік: 199,8 тисяч). Більше 10% з них припадає на місто Київ. з них більш ніж десята частина припинили свою діяльність у Києві. Та негативну динаміку (перевагу закритих ФОП над відкритими) показали лише Дніпровська та Одеська області. Інші регіони України все ж мали позитивний приріст підприємців за 2020 рік.

Найбільша кількість ФОП припинили свою діяльність у грудні (традиційно) та у липні - 26,7 тисяч та більше 23 тисяч підприємців відповідно. Липень став рекордним по закриттям через відкладений ефект закриття (ліквідувати ФОП довше, ніж його відкривати).

Окрім локдауну, на ріст тенденції до закриття ФОПів повпливали деякі законодавчі події. Наприклад, впровадження обов'язкового використання РРО усіма суб'єктами підприємницької діяльності з 1 січня 2021 року для ризикових бізнесів і з квітня 2021 року для інших бізнесів. Необхідність установки реєстраторів розрахункових операцій, а також подання усієї первинної документації (накладні та чеки) значно ускладнило у перспективі діяльність малих підприємств, що спричинило масові протести. Згодом терміни обов'язкового використання РРО відклали.

Разом з законодавчими проблемами, кроком до закриття підприємства було податкове навантаження. Зростання мінімальної заробітної плати автоматично збільшило розмір єдиного соціального внеску, який фізичні особи-підприємці обов'язково сплачують навіть за умов відсутності доходів. Саме тому для багатьох підприємців простішим рішенням було «закритися до кращих часів», аніж витратити власні відкладені фінансові ресурси.

Важко однозначно стверджувати, що саме обмеження через пандемію стали головною причиною спаду розвитку малого підприємництва, адже на такий стан, як сьогодні проявтом останнього року впливав ряд факторів. Тим не менше, стан підприємництва на сьогодні ще не кризовий, адже критичного спаду не відбулося.

Якщо дивитися на дані початку 2021 року, то у України активно функціонували більше, ніж 1,9 мільйонів осіб-підприємців. Це, звісно, не перевищує рекордних показників у 2016 році (2 млн ФОПів), але є досить непоганим показником для українських реалій. Таким чином динаміка розвитку малого та середнього підприємництва та співвідношення реєстрації та ліквідації ФОПів показує позитивну динаміку.

Спілка українських підприємців [27] провела опитування ФОПів у березні минулого року, на початку карантинних обмежень. Більшість підприємців були налаштовані дуже песимістично: до прикладу, третина мікропідприємств пророкувала собі майже 100% втрати дохідності. Водночас представники малого та середнього бізнесу виявилися оптимістичнішими та прогнозували собі зменшення доходів на 25-50%.

Очевидно, що такі невтішні прогнози передбачають підтримку підприємств з боку держави. Україна виділяє 97 млрд гривень (3% ВВП) на боротьбу з негативними наслідками від пандемії. Програма захисту підприємців передбачає матеріальну допомогу для тих видів бізнесу, що зазнали фінансових втрат через локдаун.

Звісно, така програма підтримки не співрозмірна із заходами підтримки підприємств у країнах з розвинутою економікою. Проте, Україна використовує будь-які можливості для полегшення ведення діяльності бізнесам. Наприклад, існує ряд рішень, що спрямовані на спрощення бюрократичних процесів для підприємців під час карантину. Серез цих заходів: звільнення або часткове зниження орендної плати, скасовані штрафні санкції за невиконання домовленостей з під-

рядниками, партнерами та фінустановами. До 31 травня 2020 року був запроваджений мораторій на перевірки з боку податкових установ, а також була відтермінована сплата податку на доходи фізичних осіб (з 1 серпня на 1 жовтня 2021 року).

Спостерігаючи такі складні економічні умови очевидним стає той факт, що значна частинка малих та, особливо, мікробізнесів у найближчий час піде в тінь. Аби уникнути такої негативної динаміки, важливо правильно полегшити бюрократичні процеси та ослабити податкове навантаження. На сьогодні, вже були збільшені ліміти для ФОПів - платників податків за спрощеною системою.

Також в період першого жорсткого локдауну (з 1 березня по 30 квітня 2020 року) підприємці були звільнені від сплати ЄСВ. Проте, така економія була дуже не суттєвою у порівнянні з втратами бізнесів під час пандемії.

Додатково Нацбанк дозволив відтермінувати виплати за кредитами, проте у той самий час не скасував механізм накопичення відсотків – що означає, що чим довше підприємці будуть затягувати з виплатою, тим більшу суму вони будуть сплачувати потім.

На період роботи локдауну також були скасовані штрафи за несплату комунальних послуг, а також були відтерміновані виплати за іпотечними кредитами. Якщо говорити про рендні виплати, то тут також були скасовані податки на використання землі та орендна плата за земельні ділянки. Хоча опитування стверджують, що такі заходи були корисними радше для великих та середніх, аніж малих та мікробізнесів.

14 січня 2020 року Верховною Радою був прийнятий Закон «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік» щодо забезпечення функціонування Фонду розвитку підприємництва». Цей Закон передбачає збільшення видатків на фінансування Фонду розвитку підприємництва (ФРП) на 2 млрд. грн. за рахунок збільшення надходжень спецфонду Державного бюджету від дострокового погашення векселів Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. У межах зазначеного фінансування ФРП 1,5 млрд. грн. пропонується

спрямувати на надання часткової компенсації відсоткової ставки, а 0,5 млрд. грн. — на надання часткових гарантій виконання зобов'язань за кредитами банків-партнерів.

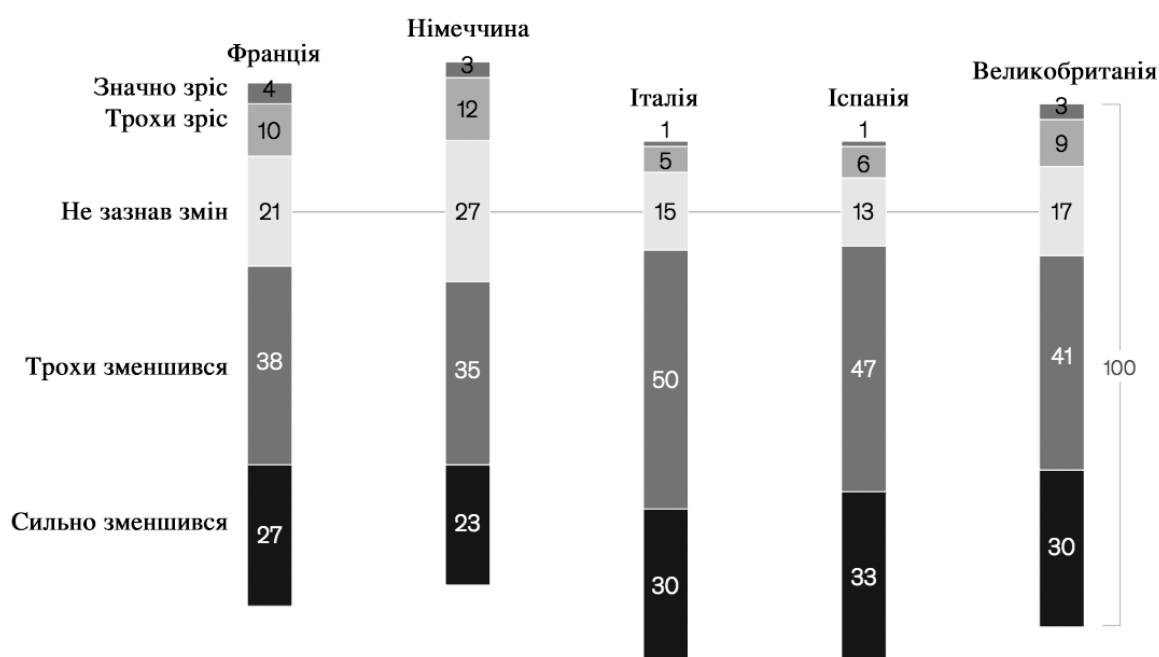
Представники МСП водночас вказують на недостатню кількість інформації про цільові програми покращення доступу МСП до фінансування. Більше 75% опитаних не робили спроб отримати фінансові ресурси через проекти міжнародної технічної допомоги, міжнародні фінансові організації та грантові програми. Водночас, 41,2% опитаних звертались до банків та отримували комерційні кредити. Водночас, згідно з дослідженням РБО на сьогодні діє до 50 програм підтримки МСП міжнародними донорами у партнерстві з українськими банківськими установами, інвестиційними фондами та державними органами. Основними джерелами фінансування виступають Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейський інвестиційний банк, Європейський інвестиційний фонд, Німецький банк розвитку (KfW), НУФ та інші. [28, 29]

### 2.3 Сучасний стан малих підприємств у Європі та США

Малі та середні підприємства завжди були важливим джерелом життєдіяльності європейської економіки, яке забезпечує робочими місцями понад дві третини усього дієздатного населення, а також складає більше, ніж половину ВВП держави. Проте, дослідження міжнародної консалтингової компанії McKinsey & Company свідчать про те, що процвітання МПС у Європі та США все ж сильно постраждало від наслідків COVID-19.

Близько 70 відсотків заявили, що їхні доходи зменшились через пандемію, а це в свою чергу призвело до серйозних наслідків. Кожен п'ятий підприємець занепокоєний тим, що він не зможе вчасно сплачувати кредити і буде змушений звільняти працівників, тоді як 28 відсотків з опитаних боялись, що їм доведеться скасувати стратегічно важливі проекти для розвитку їхніх підприємств. Загалом, з опитаних підприємців (2200 представників європейського бізнесу) більше поло-

вини вважають, що їхній бізнес може не проіснувати довше 12 місяців - незважаючи на той факт, що 20 відсотків опитаних вже скористалися різними формами державної допомоги, спрямованої на полегшення їхнього фінансового становища, наприклад, отримали податкові пільги або виплати для дострокового звільнення персоналу. Переважна більшість опитаних МСП вже відчули на собі суттєве зменшення доходів; хоча, як можна було б очікувати, загальна картина відрізняється залежно від країни. Італійські та іспанські МСП постраждали найбільше: 30% та 33%, відповідно заявили, що їхні доходи значно скоротилися. Це порівняно з 23 відсотками в Німеччині (рис.2.5).



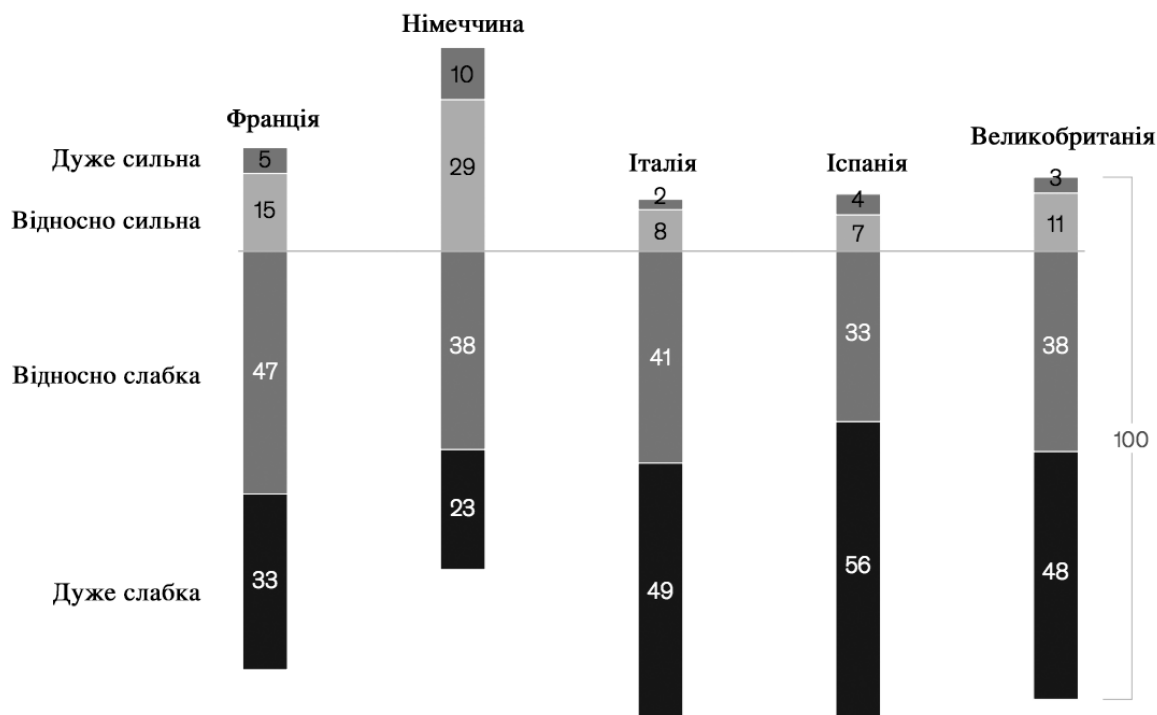
**Рисунок 2.5** – Вплив коронакризи на дохід підприємств у країнах Європи

*Джерело: створено автором на основі [30]*

Невелика кількість малих та середніх підприємств все ж мають оптимістичні прогнози щодо перспектив в майбутньому, враховуючи їхні погляди на стан економіки. Загалом, 80 відсотків вважають сучасний стан економіки як слабкий. Але і тут велике значення має країна опитуваних. У Німеччині, де економічне скорочення прогнозується менше, ніж деінде, 39 відсотків МСП вважають економічний стан від сильного до надзвичайно сильного. Водночас в Італії цей показник становив лише 10 відсотків. Також залежність між країнами спостерігалася і під



час дослідження наслідків пандемії щодо фінансового становища МСП, що прямо впливає на здатність утримувати персонал або платити позики та оренду. Наприклад, іспанські представники малого і середнього бізнесу здебільшого мають песимістичні погляди (рис.2.6).



**Рисунок 2.6** – Як оцінюють сучасний стан економіки у різних країнах Європи

*Джерело: створено автором на основі [30]*

Тридцять відсотків іспанських бізнесменів були стурбовані можливістю оплачувати позики, у той час як цей показник в Німеччині становив всього 14 відсотків. Так само 38% іспанських МСП побоювалися, що не зможуть утримати своїх працівників - цей показник, в Німеччині та Франції складає всього 16 відсотків. Заслуговує на увагу також те, що в середньому по всій Європі 14 відсотків МСП заявили, що намагаються втримати персонал відправляючи їхніх працівників на лікарняний, неоплачувану відпустку або взагалі закривають бізнес на карантин.

Згідно з дослідженнями, найбільше постраждали сфери оренди житла, харчування, мистецтва, розваг та відпочинку. Майже 40% опитуваних зазначили, що,

можливо їхні бізнеси доведеться зовсім закрити. При тому, цей показник є вдвічі меншим з бізнесами, які ведуть свою діяльність у інших сферах (охорона здоров'я, сільське господарство та будівництво).

Загалом, приблизно 11% опитуваних представників МСП відповіли, що передбачають можливість подати заяву про банкрутство протягом найближчих шести місяців.

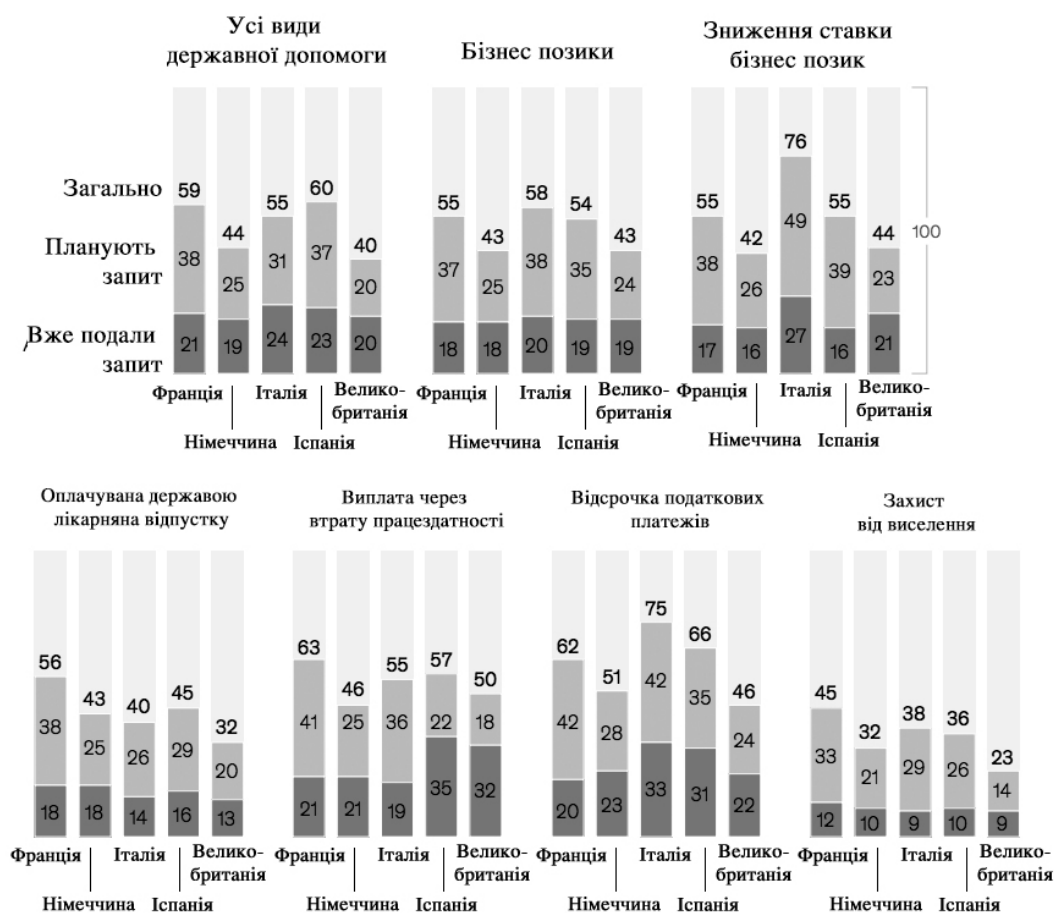
Занепокоєння було найвищим серед великих компаній (ті, що мають від 50 до 249 працівників) в Італії та Франції, де цей показник склав 21% - майже вдвічі більше за середній. Серед промислових секторів сфера логістики показала найбільший показник передбачуваних банкрутств (22 відсотки). Сільське господарство, харчування, послуги, роздрібна торгівля та оптова торгівля мають значно нижчий – 13-15%.

Кількість МСП, які зрештою не виживуть значною мірою залежатиме від невизначеного майбутнього розвитку пандемії.

На сценарії подальшого існування бізнесів також може впливати урядова підтримка. Уряди країн Європейського Союзу раніше в основному запроваджували заходи, що спрямовувались на надання МСП додаткової ліквідності, але тепер політика підтримки малого та середнього бізнесу зміщує акцент допомоги на відновлення МСП після коронакризи. Хоча дані опитування показують, що значна частина МСП все ще планує подати заявку на участь у програмі, рис. 6 показує, що майже 20 відсотків МСП вже мали звернутися за якоюсь формою державної допомоги, а ще 30 відсотків планують це зробити найближчим часом. Знову ж таки, між країнами існують значні відмінності: у Франції та Італії більше 35 відсотків все ще планують подати заявку, тоді як у Великобританії та Німеччині, ця цифра становить 20 та 25 відсотків відповідно. (рис. 2.7)

Різні уряди мають різні підходи до підтримки своїх МСП. Ступінь та розмір їхньої підтримки багато в чому залежить від умов місцевого ринку.

На сьогодні у всьому світі продуктивність МСП є значно нижчою, ніж у великих підприємствах. І те, коли та як криза згасатиме залежить від того, як програми підтримки держав допоможуть відновити стійкість МСП, адже саме малі та середні підприємства мають великий потенціал у відновленні економіки після кризи. [30]



**Рисунок 2.7** – Кількість спланованої та отриманої державної допомоги у країнах Європи

*Джерело: створено автором на основі [30]*

У США криза COVID-19 створила цілий ряд викликів для малого бізнесу на їхньому шляху до одужання. Багато хто зараз зіштовхується зі зниженим попитом, високими очікуваннями нових споживачів та значними труднощами в роботі через карантинні обмеження. Відновлення ринку займе час. Після рецесії у 2008 році, великі компанії відновилися до свого попереднього рівня докризової частки у ВВП в середньому за чотири роки, тоді як менші підприємства лише за шість.

Скільки часу буде потрібно в поточній рецесії, буде залежати від економічної вразливості до COVID-19. У великому бізнесі, цей процес може зайняти від п'яти років або довше, а серед малого бізнесу відновлення, ймовірно, займе ще більше часу. Багато з них можуть ніколи не відкритися знову.

Багатьом малим підприємствам у США потрібно вживати крайніх заходів, щоб вижити. Усім відомі нові тренди у веденні бізнесу (захист здоров'я і довкілля, безпека працівників та споживачів, адаптація бізнес-моделей до нових умов праці, вкладення коштів у таланти та технології). Малий бізнес з маленькою маржею не має достатньо ресурсів для інвестування в інноваційні бізнес-моделі та технології, які їм потрібні для виживання. Для цього потрібна підтримка зі сторони держави, щоб утримати їх на плаву.

Фінансовим моделям малих підприємств у виробництві, роздрібній торгівлі та сфері послуг також не вистачає гнучкості, оскільки значна частина витрат для малого бізнесу відносно фіксована. Наприклад, витрати на оренду приміщення, які не просто переглянути навіть під час коронакризи.

Ресторанна сфера одна з тих, хто зазнали втрат найбільше. Перехід до формату роботи, де більшість процесів відбувається поза межами приміщення - доставка чи винос - ймовірно погіршить їхню прибутковість за рахунок збільшення витрат на упаковку та доставку.

Окрім ресторанного бізнесу, багато малих підприємств і раніше були вразливими до кризи. Майже 40 відсотків малих підприємств зараз працюють у збиток або просто на рівень беззбитковості.

Опитування проведене Бюро перепису населення США виявило, що майже у половини підприємств зменшився дохід у перший тиждень червня 2020 р.

Одна нитка, яка проходить через усі проблеми у коронакризі полягає в тому, що менші підприємства рідко мають великі фінансові ресурси для здійснен-

ня значних інвестицій, які всі рішення для відновлення стійкості бізнесу, ймовірно, потребуватимуть.

Крім винахідливості малого бізнесу, до якої можна адаптувати новіші бізнес-моделі, вони можуть знайти підтримку в іншому місці. Великі компанії можуть зіграти значну роль у підтримці менших суб'єктів підприємництва.

Великі компанії часто залежать від малого бізнесу як постачальники нижчого рівня, тому і стійкість малих підприємств є такою важливою для великих бізнесів.

Також корисною на шляху до відновлення економіки може бути роль державних програм. [31] Навіть після оприлюднення фінансових результатів за 2020 рік, США вирішили не вносити якихось прямих змін до 11 розділу закону про банкрутство. Натомість у березні був ухвалений пакет заходів підтримки, який передбачає допомогу підприємствам, що постраждали під час пандемії. Цей закон містить пакет економічних заходів, сумарна вартість яких становить понад два трильйони доларів. На сьогодні цей пакет – найбільший за усю історію США.

Разом з тим, Центральний Банк Америки також виділив додаткові 500 мільярдів доларів на державну програму кредитування проблемних компаній.

Для підтримки малого та середнього бізнесу США використовує програми кредитування, якими керує Адміністрація з питань малого бізнесу (SBA), а також програму захисту оплати праці.

Під час створення додаткових програм підтримки бізнесів було підвищено поріг кредитування з 2,7 мільйонів доларів до 7,5. При цьому важливим аспектом кредитування є те, що компанія має бути платоспроможною, а також надати бізнес-план з детальною стратегією подальшого розвитку підприємства і виходу з складної ситуації, на яку підприємство планує витратити кошти з програми держпідтримки. [32]

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1 Прогнозування розвитку сфери малих підприємств в Україні на основі даних діяльності ФОП Михальчук-Осадча О.І.

Об'єктом дослідження для визначення перспектив розвитку малого бізнесу став ФОП Михальчук-Осадча О.І. - Дитяча студія краси Mimidou. Цей бізнес надає послуги у сфері побутових та розважальних послуг, основною цільовою аудиторією якого є діти. Даний ФОП був зареєстрований у грудні 2019 року, став платником єдиного податку третьої групи, основний КВЕД: 96.02 Надання послуг перукарнями та салонами краси. Підприємець сплачує такі податки і збори: податок на доходи фізичних осіб, рентна плата, а також єдиний соціальний внесок.

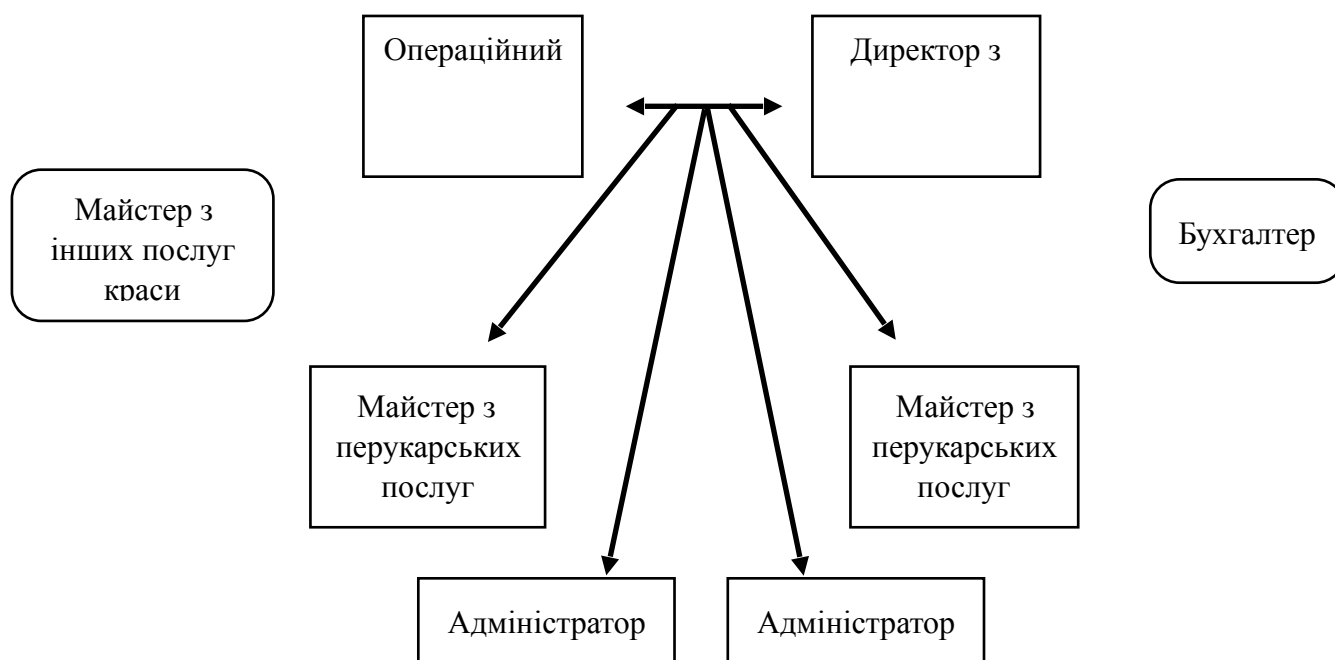
Активну діяльність компанія розпочала 19 січня 2020 року.

Далі проаналізуємо діяльність ФОП Михальчук-Осадча О.І., а саме її торгову марку дитячу студію краси «Mimidou», яка є закладом надання послуг. Студія відкрилася на Оболонській набережній, спеціалізується на наданні дитячих послуг краси, а також організації заходів. Метою діяльності студії «Mimidou» є задоволення потреб населення у наданні дитячих послуг краси, організації їхнього дозвілля, а також одержання прибутку від діяльності підприємства. Предметом діяльності студії є: надання послуг при проведенні святкових заходів; організація; надання побутових послуг краси. Перелік послуг, що надаються, здійснюється відповідно до рекомендацій нормативних документів. Дитяча студія краси Mimidou надавала такі послуги:

- зачіски та стрижки;
- дитячий манікюр;
- проколювання вушок;

- прокат костюмів;
- організація свят.

Для визначення організаційної структури та кількості найманих працівників, розглянемо структуру компанії (рис.3.1)



**Рисунок 3.1** – Організаційна структура компанії Mimidou

*Джерело: створений автором на основі даних про діяльність ФОП Михальчук-Осадча О.І.*

Зі схеми, наведеної вище, можна побачити, що організаційно компанія складалась з 6 працівників та 2 зовнішніх спеціалістів, які виконували свою роботу на замовлення. У лютому 2021 року компанію залишив директор з юридичних питань.

Відповідно до поданої організаційної структури операційний директор підприємства відповідає за:

- процеси фінансової діяльності;
- оплату та матеріальне стимулювання праці;
- розробку економічної стратегії підприємства;
- маркетинг і стратегію розвитку підприємства;
- впровадження прогресивних економічних ідей.

Адміністратори студії відповідальні за:

- організацію робочого процесу;
- рівень обслуговування клієнтів;
- постачання та наявність матеріально-технічних засобів.

Майстри перукарських послуг несуть відповідальність за:

- якість надання послуг краси
- рівень обслуговування клієнтів

ФОП Михальчук-Осадча О. І. створює та впроваджує штатний розклад, форму та систему оплати праці, а також самостійно залучає нових співробітників до діяльності підприємства. Мінімальний розмір заробітної плати встановлений законодавством. ФОП Михальчук-Осадча О.І. несе відповідальність за свою діяльність відповідно до законодавства.

Фінансування для започаткування діяльності було за рахунок власних коштів і становило приблизно 50000\$ (оренда приміщення, ремонт, купівля необхідного устаткування, встановлення необхідних для діяльності приладів (пожежна безпека, охоронна сигналізація) Такий старт не могла б задовільнити програма кредитування 5-7-9 з таких причин:



- ФОП не існував понад 12 місяців і не сплачував ЄСВ протягом цього часу (приблизно 27 тисяч гривень на рік);

- ФОП не міг надати документи про дохідність підприємства (бо ще не почав своєї діяльності);

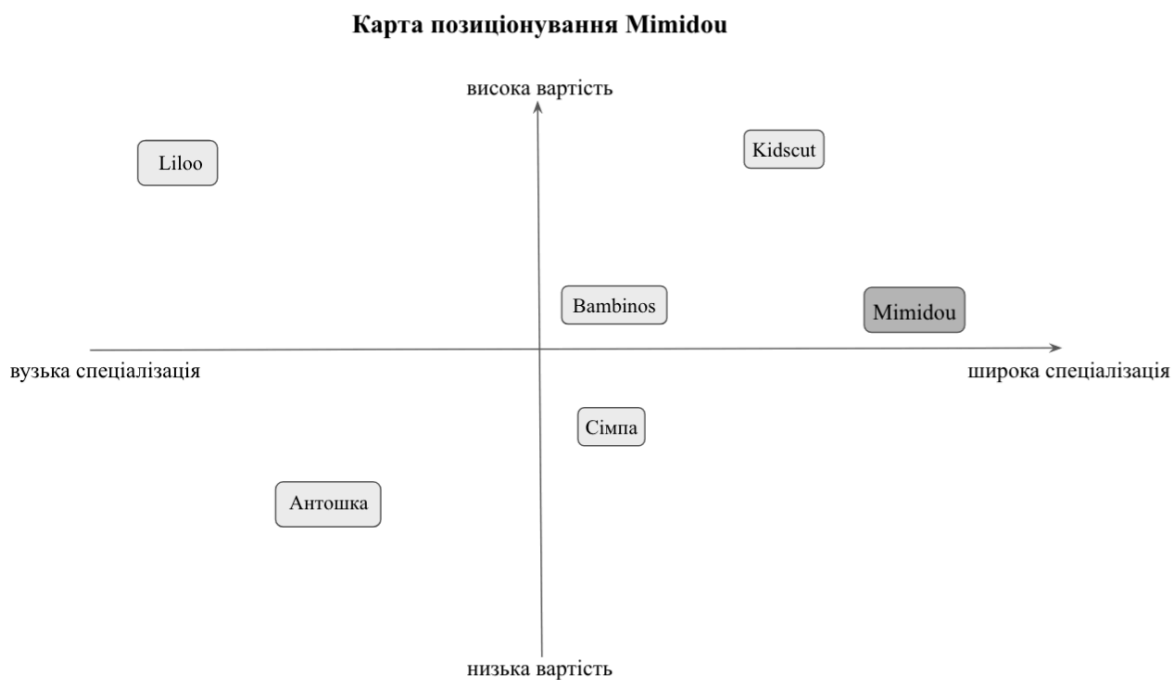
- заставним майном не могло б стати устаткування студії, адже воно відноситься до категорії специфічних товарів;

- заставне майно мало обов'язково бути застрахованим, що означає додаткові витрати;

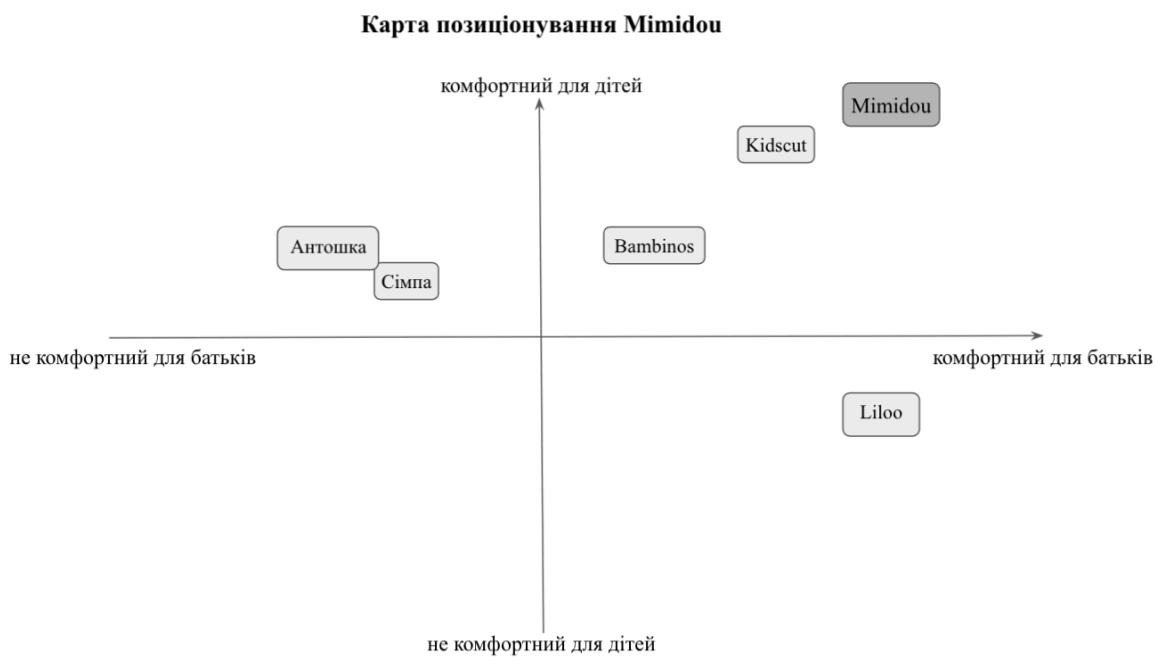
- за умов нестабільності ринку, брати позику на 5 років було б дуже ризиковано.

Наявність бізнес-плану Mimidou дозволяла подати проект на недержавну програму фінансування, проте за умов наявності власних коштів було прийняте рішення започаткувати роботу компанії без залучених інвестицій.

У сегменті ринку, в якому веде діяльність Mimidou, як вдалося виявити, цей бізнес не є лідером, проте такі показники є абсолютно виправданими - адже порівняно з іншими гравцями на ринку дитячих послуг краси та організації свят цей бізнес тільки завойовує свою частку аудиторії та стає впізнаваним. В цілому на ринку дитячих послуг краси є заклади, які можуть бути привабливішим для певних сегментів споживачів (за якістю, ціною, локацією або послугами). Але головною задачею Mimidou було втримання та приріст їхньої цільової аудиторії, для якої, за обраними критеріями, бізнес прагнув до першості. За картами позиціонування, поданими нижче, можна побачити позицію Mimidou через конкурентів (рис. 3.2, 3.3)



**Рисунок 3.2** – Карта позиціонування Mimidou за вартістю та спеціалізацією  
*Джерело: створений автором на основі даних про діяльність ФОП Михальчук-Осадча О.І.*



**Рисунок 3.3** – Карта позиціонування Mimidou за комфортом для батьків та дітей  
*Джерело: створений автором на основі даних про діяльність ФОП Михальчук-Осадча О.І.*

Як можна зазначити на карті позиціонування, головними перевагами студії були помірні ціни без втрати якості, а також кофморт для дітей та батьків. Можливість помірних цін за умови високої якості була досягнута за рахунок великої кількості послуг, а також продажу супутніх товарів. Водночас, комфорт для кожного клієнта (дитини та дорослого) досягався за умов якісно наданих послуг адміністратором та майстром, а також девайсами та ігровою зоною для дітей. Батьки дітей під час надання послуг мали можливість відпочити у комфортній зоні, де їм пропонували якісні та безкоштовні напої (чай, кава, какао, вода)

Постійні витрати бізнесу щомісяця становили приблизно 69 - 70 тисяч гривень (табл. 3.1), при чому найбільші витратами були досить традиційні статті витрат для малих бізнесів: орендна плата та заробітні плати співробітникам - 25 і приблизно 32 тисячі гривень відповідно.

**Таблиця 3.1 – Щомісячні витрати Mimidou**

Стаття витрат	Сума витрат
Зарплати перукарям	20 000,00 грн.
Оренда	25 000,00 грн.
Зарплати адміністраторам	12 000,00 грн.
Зарплата директору	0,00 грн.
Комунальні послуги	4 000,00 грн.
Google & Apple ліцензії	175,58 грн.
Ліцензія YClients	362,17 грн.
LoyaltyPlant	1 500,00 грн.
Розхідні матеріали	3 681,00 грн.
Податки	2 500,00 грн.
<b>Всього</b>	<b>69 218,75 грн.</b>

*Джерело: створений автором на основі даних про діяльність ФОП Михальчук-Осадча О.І.*

Далі розглянемо як впливали зовнішні фактори прямої дії на студію «Mimidou» в таблиці 3.2.

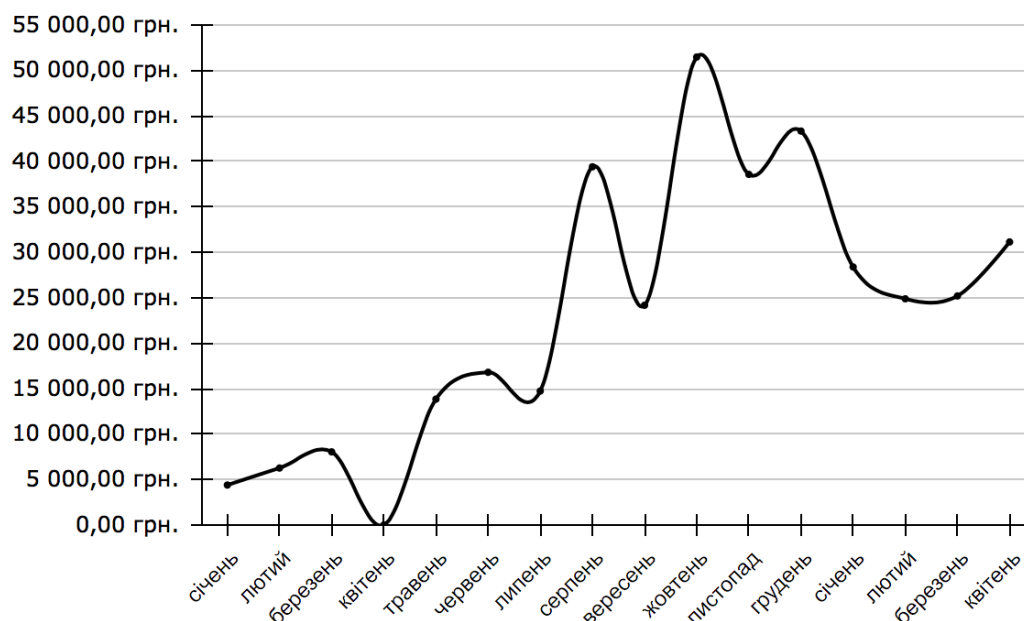
Таблиця 3.2 – Вплив зовнішніх факторів прямої дії на студію «Mimidou»

Група факторів	Фактори	Форма прояву	Вплив на діяльність	Можлива реакція
<b>Законодавчі та нормативні акти України</b>	податкове законодавство	податковий тиск	необхідність підвищення рівня цін на послуги	зниження собівартості, підвищення ефективності використання ресурсів та зниження змінних витрат
	лібералізація зовнішньоекономічної діяльності	можливість виходу на зовнішній ринок	необхідність аналізу «підприємницького клімату» зовнішніх ринків	підвищення якості послуг, розширення бізнесу
	Закон «про підприємництво»	швидкий ріст нових підприємств	зростання конкурентності на ринку послуг	зниження цін, підвищення якості, маркетингові дослідження, пошук нових напрямків діяльності
<b>Місцезнаходження</b>	позиція місцевих громад щодо малого та середнього підприємництва	тиск зі сторони громад щодо діяльності суб'єктів МСП	необхідність постійного врегулювання конфліктів з представниками громад	укладання додаткових угод з громадами, надання громадам окремих послуг, участь у громадській діяльності
	перспективи росту кількості населення	наявність або відсутність у районі розвинутої інфраструктури	можливість самостійного органічного приросту відвідувачів	розширення штату працівників, підвищення якості послуг, маркетингові дослідження
<b>Конкуренти</b>	внутрішній ринок	демпінгування цін на послуги, недобросовісна співпраця	відтік клієнтів, зниження доходів	підвищення якості та кількості послуг, створення системи лояльності серед існуючих клієнтів

Група факторів	Фактори	Форма прояву	Вплив на діяльність	Можлива реакція
Споживачі	лояльні	ріст попиту	зниження доходу, відтік клієнтів	активна робота системи лояльності, покращення якості послуг, створення нових категорій послуг
	незадоволені	спад попиту	підвищення доходу, ріст клієнтів	підвищення якості послуг, маркетингові дослідження, зниження ціни

Найбільший вплив на бізнес був відчутним з боку споживачів та місцезнаходження. З січня 2020 до лютого 2021 студія «Mimidou» знаходилася на вулиці Оболонська набережна, але згодом була переміщена на лівий берег міста, у ЖК «Комфорт Таун». На обох локаціях фактор місцезнаходження грав на користь бізнесу, адже і там, і там завжди знаходилось багато дітей та їхніх батьків, а отже - існував постійний трафік потенційних клієнтів. Якщо говорити щодо фактору споживачів тут також лояльність клієнтів відігравала значущу роль у розвитку компанії, бо за її специфікою, найраше для збільшення кількості клієнтів працювали рекомендації, так зване «сарафанне радіо».

Решта факторів мали посередній вплив та не були вагомими у розвитку бізнесу. Проте, найважливішим фактором, який застала дитяча студія краси «Mimidou» стала пандемія та коронакриза. Оскільки на даному етапі компанія вела свою діяльність всього 15 місяців (з них 3 місяці локдауну), важко точно оцінити її прибутковість та розрахувати прогноз на вихід у точку беззбитковості. Нижче на графіку (рис. 3.4) зображений реальний рівень виручки компанії:



**Рисунок 3.4** – Виручка дитячої студії краси «Mimidou» за період з січня 2020 по квітень 2021 рік

*Джерело: створений автором на основі даних про діяльність ФОП Михальчук-Осадча О.І.*

З графіку вище помітно, що загальна тенденція є позитивною, проте нестабільною. Отже, після першого повного локдауну в Україні (березень 2020) відбувся спад і простоювання бізнесу майже три місяці. Починаючи з травня дохід компанії почав рости, до того ж досить активно. Вересень видався відносно неуспішним, проте така зміна доходу - типова для цього місяця у сфері послуг краси. Вже в жовтні можна помітити найбільший рівень виручки за час роботи компанії (51 488,00 грн.), після того відбувся спад (карантин вихідного дня у листопаді), але відносно попереднього періоду відчувається суттєвий зріст. У поєднанні зі спадом попиту у січні, до нього додався також карантин вихідного дня, який повернув рівень виручки до рівня літа 2020 року. Та на відміну від попереднього року, коли орендодавці були готові йти на поступки та робити знижки або звільняти від сплати за оренду, з початком нового року більшість орендодавців припинили шукати компромісів з орендаторами. Таким чином, вже у лютому дитяча студія краси «Mimidou» змінює собі локацію (лівий берег Києва, ЖК «Комфорт Таун»).

Переїзд також став ускладнюючим фактором для розвитку компанії, проте дозволив продовжити діяльність бізнесу.

Вирішальною подією став другий локдаун 2021 року. І незважаючи на можливість салонів краси працювати за попереднім записом, попит на послуги краси у салонах значно впав. Більшість майстрів-перукарів та майстрів манікюру перейшли на роботу «на дому» та значно демпінгували рівень цін, порівняно з салонами краси. Водночас, з переходом світової економіки у стан «коронакризи», впав попит на послуги для дітей. Оскільки весь цей час бізнес ще не виходив у точку беззбитковості, а існував за рахунок вкладення особистих коштів ФОП Михальчук-Осадча О.І., прогнози щодо подальшої роботи дитячої студії краси «Mimidou» виявилися дуже невтішними.

Усі ці фактори вказували на необхідність пошуку додаткових коштів або припинення діяльності компанії. Нажаль, нестабільна економічна ситуація в Україні та відсутність необхідних державних програм підтримки посприяла припиненню діяльності дитячої студії краси «Mimidou» та ліквідації ФОП Михальчук-Осадча О.І.

Розглянемо шляхи можливого продовження діяльності даного бізнесу:

1. Кредитування за державною програмою 5-7-9;
2. Пошук інвестора для залучення додаткових коштів;
3. Участь у недержавній програмі фінансування малого та середнього підприємництва;
4. Максимальне скорочення постійних витрат для утримання існування бізнесу.

Кредитування за державною програмою 5-7-9 не стало хорошою ідеєю через ряд причин. Причини, описані раніше у розділі були досі актуальними, а до всього важливим фактором стала нестабільність української економіки. Тобто,

цілком можливо, що попереду нас чекають нові локдауни, а відсрочки платежів та призупинення нарахування відсотків – ні.

Пошук інвестора для залучення додаткових коштів. Як було зазначено раніше, зараз, за умов світової кризи, попит на послуги для дітей (особливо послуги краси для дітей) значною мірою знизився. На сьогодні інвестори дуже зацікавлені в онлайн-проектах, у той час як оффлайн підприємства намагаються або просто втримувати у поточному стані, або взагалі продавати.

Участь у недержавній програмі фінансування малого та середнього підприємництва. Схоже як і у сценарії з інвесторами, за сучасних умов, такі фонди зацікавлені у фінансуванні онлайн проектів, а також тих, що вже приносять прибуток. Тому ця опція також не була доступною для «Mimidou»

Останній можливий сценарій - максимальне скорочення постійних витрат для утримання існування бізнесу. Як було зазначено раніше, особливість діяльності студії «Mimidou» була в доступних цінах за високий рівень якості надання послуг. Доступні ціни компенсувалися великим спектром послуг, а також за рахунок продажу супутніх товарів. З початку 2021 року через складні економічні умови більшість контрагентів-постачальників супутніх товарів для продажу почали змінювати формат роботи з формату «під реалізацію» на «повний викуп за спеціальною ціною». В свою чергу для бізнесу це збільшувало витрати. Також підтримка високого рівня сервісу несумісна з максимальним скороченням витрат. А отже, така економія з часом неодмінно призвела б до погіршення сервісу, росту кількості незадоволених клієнтів та зменшенню прибутку.

Нажаль, такий сценарій спіткав дуже багато малих та мікробізнесів. За даними дослідження Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА) кожне третє мікро- та мале підприємство втратило понад половину (55-75%) доходів. За даними ЄБА 44% з опитаних представників-підприємців зазнали втрат до 50% доходів, ще 7% серйозно розглядають сценарій закриття бізнесу і тільки 14% опитуваних зазначили, що не відчули ніяких змін або навіть відмітили ріст доходів від діяльності. Ре-



зультати опитування показують, що менше, ніж половина (48%) малих підприємств змогли зберегти зарплатню своїм працівникам незмінною, 29% з респондентів скоротили зарплати, а 19% бізнесменів відправили своїх працівників у неоплачувану відпустку.

Зазнали змін і організаційні структури підприємств. Трохи більше половини (59%) змогли зберегти працівників у колишньому стані, третина визнала, що штат працівників довелося скоротити і ще 6% опитаних перебувають у пошуку нових працівників. [33]

Тим не менш, прогнози на 2021 рік оптимістичніші. Перш за все тому, що малий та мікробізнес швидше та легше реагує на зміни, а також через адаптацію.

Таким чином, можна стверджувати, що після спаду, наступні 5 років ми можемо очікувати відновлення попередніх показників, а в деяких сферах (оптова та роздрібна торгівля, ІТ, сервіси доставки) навіть спостерігати активний ріст.

### 3.2 Основні напрями вдосконалення існуючих шляхів поліпшення сучасного стану підприємництва

Аналізуючи сучасний стан, у якому опинилися сучасні малі та середні підприємства, можна побачити, що сфера МСП потребує значного розвитку, адже відсутність чітко сформованої політики щодо розвитку МСП може призвести до тінізації цього сектору економіки і, як наслідок, викликати загострення економічних проблем та загальної соціальної напруги.

І такий очікуваний якісний розвиток неможливий без активного втручання держави. Підкреслити важливість розвитку та росту малого підприємництва є одним з найважливіших завдань державної політики підтримки МСП.

На сьогодні можуть бути запропоновані наступні шляхи для розвитку малого та середнього бізнесу:

- створення якісної нормативно-правової бази;

- продовження процесу спрощення та оптимізації бюрократичних процесів (впровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності малих підприємств);

- впровадження програм, що адаптовані до особливостей кожного регіону, які допоможуть підтримати розвиток малого та середнього підприємництва у фінансових та організаційних питаннях;

- створення та втілення в роботу вертикальної системи органів виконавчої влади, які б діяли в інтересах питань малого підприємництва та починалися від Кабінету Міністрів України і закінчувалися областними та районними державними адміністраціями;

- підвищити ефективність, якість та кількість громадських об'єднань, що провадять свою діяльність у сфері малого підприємництва;

- продовження розробки системи фінансової підтримки малого бізнесу: внесення змін до Закону України «Про систему оподаткування» з подальшими пропозиціями, які передбачатимуть звільнення від оподаткування тієї частини доходів, що буде направлена на рефінансування суб'єкту малого та середнього підприємництва;

- продовження роботи над системами доступного кредитування (таких як 5-7-9), що передбачатимуть фінансування стартапів, надання коштів на покриття збитків від коронакризи, а також передбачатимуть додаткові пільги на початку діяльності бізнесу;

- задля активізації фінансування малих підприємств комерційними банками, введення додаткових пільг на оподаткування доходів комерційних банків, отриманих від кредитування малого та середнього підприємництва;

- розробка спеціальних методик започаткування, організації діяльності, а також прогнозування розвитку малих підприємств;

- створення спеціального онлайн-порталу та офлайн мережі інформаційно-консультаційних центрів для обслуговування суб'єктів діяльності малого підприємства;

- для формування позитивної громадської думки та створення сприятливого «підприємницького клімату» необхідне створення спеціальної інформаційної підтримки та освітньої системи на тему популяризації підприємницької діяльності;

- організація спеціальних закладів підготовки та перепідготовки фахівців (бізнес-центри, стартап-інкубатори, ІТ-хаби та інші);

- впровадження у програму освіти в навчальних закладах спеціальних курсів з організації підприємницької діяльності, економічних основ, а також бізнес-освіту;

- спрощення та оптимізація процесу отримання дозвільних документів (ліцензії, дозволи, погодження, експертні висновки у будівництві).

Такі реформи у державній політиці стосовно підтримки малого та середнього підприємництва мають перестати бути поточною необхідністю і перетворитися на невід'ємну частину функціонування економічної системи держави. Таким чином, поступово формуватиметься окремий клас суспільства, що завдяки веденню своєї діяльності буде активно сприяти і економічному розвитку самої держави, і забезпечувати соціальний розвиток всередині країни. Такий процес зміцнить економіку держави та знизить рівень загальної напруги через взяття на себе частини робочих місць та покращення ситуації з безробіттям.

Ще один аспект, на який важливо звернути увагу, це те, що в Україні досі не створені окремі інституції з підтримки та розвитку малого та середнього бізне-

су, які були б розміщені на регіональних рівнях з урахуванням усіх особливостей тієї чи іншої області. У такому випадку важливо також звернути увагу на такі шляхи розвитку МСП в Україні:

- кастомізувати інвестиційні пропозиції для підприємств відповідно до їхніх регіональних особливостей;

- перекласти частину відшкодування відсоткових ставок програм державного фінансування на відповідальність місцевих бюджетів;

- створити систему заходів, яка б стимулювала до започаткування власної справи у сільській місцевості: у сфері сільського господарства (виборництво еко-продукції), «зеленому туризмі» (створення готельних комплексів або туристичних програм);

- створити сприятливі умови для участі у регіональних тендерах малих підприємств, а також залучати мале та середнє підприємництво у виконанні державних замовлень на регіональному рівні);

- створити ефективну модель співпраці між державою та приватним бізнесом для ефективної комунікації та взаємовигоди. Залучати суб'єктів малого та середнього підприємництва у процеси законотворення та реформування економічної системи в питаннях МСП;

- створення доступної бази даних у кожному регіоні, що могла б забезпечувати необхідною інформацією щодо розвитку підприємництва регіону, цінової ситуації, регуляторної політики, наявних банківських установ та кредитних спілок, що надають послуги у сфері кредитування суб'єктів малого підприємництва.

Зі слів самих підприємців в Україні досі існують невирішені проблеми, що перешкоджають розвитку малого підприємництва. Серед них вже згадувані: податковий тиск, незрозуміла система звітності, значне державне втручання у діяль-

нічть бізнесу, корупція, недосконала система фінансування та відсутність досконалої інфраструктури для підприємців - усе це досі лишається в ТОПі серед перешкод. Важливим фактовом також є нерівні умови конкуренції з великими підприємствами, які, маючи більші фінансові та впливові ресурси, можуть лобіювати власні інтереси.

Тим не менш, значна частина відповідальності також лежить і на самих підприємцях. Наприклад, дієвими кроками на шляху до розвитку підприємництва в Україні можуть бути:

- активна громадянська позиція у законотворчих процесах;
- протидія корупції;
- розробка власних спілок підприємців для обміну досвідом;
- створення спеціальних освітніх програм для студентів старшої школи, коледжів та університетів;
- впровадження інноваційних технологій у власному бізнесі;
- популяризація підприємництва як окремого класу населення;
- ведення якісної комунікації з органами державної влади.

## ВИСНОВКИ

Розвиток малого та середнього підприємництва є невід'ємним аспектом розвитку економіки усієї країни. Саме підприємництво прокладає шлях до стабільної ринкової економіки, забезпечення великої кількості робочих місць, активного використання інноваційних технологій та високому рівню соціального розвитку населення. На сьогодні досвід європейських країн та США може стати джерелом фундаментальних знань для становлення розвинутої системи підприємництва. Адже саме стійкий розвиток суб'єктів МСП може стати надійною платформою для розвитку та зростання державної економіки.

Мале підприємництво у країнах з розвинутою економікою залучає ті економічні, фінансові, людські, природні та інформаційні ресурси, які не попадають у поле зору великим компаніям. Саме малі бізнеси відрізняються особливою гнучкістю до нових умов, умінням швидко імплементувати інноваційні технології у діяльність, а також є дуже мобільними. Завдяки ним створюються додаткові робочі місця, регулюється баланс попиту та пропозиції, знижується рівень прихованого безробіття та соціальна напруга. Саме тому стає очевидним, що для України важливою метою є досягнення високих показників у розвитку малого та середнього підприємництва.

Додатковою перевагою малих підприємств є також те, що вони здатні знаходити та швидко втілювати у виробництві нові вимоги споживачів. Також часто малі бізнеси створюють нові ніші продуктів та послуг, що дозволяє конкурентному середовищу постійно перебувати «у тонусі». Разом з тим, саме мале підприємництво потребує найменше коштів для започаткування діяльності і водночас такі бізнеси найшвидше з усіх категорій підприємств повертають початкові капіталовкладення. Позитивним моментом розвитку також є те, що вкладаючись у розвиток малого бізнесу держава водночас підтримує вітчизняних виробників.

Звісно, разом з позитивними аспектами діяльності, малий бізнес має ряд недоліків: такі бізнеси найчастіше не мають достатньої «фінансової подушки» для забезпечення діяльності під час кризового періоду, такі бізнеси часто не мають доступів до необхідного професійного устаткування, постачальників робочих матеріалів та мають відносно невеликий ринок збуту. Не менш значимим є те, що система обліку та звітності, яка існує в Україні, історично була створена для великих підприємств і саме тому сьогодні потребує залучення висококваліфікованих співробітників. Але малий бізнес, нажаль, не може утримувати таких співробітників (особливо в перші роки існування) і тому підприємці орієнтуються на власні сили. Більшість негативних факторів, описаних вище, властиві як українському ринку, так і поза його межами.

За сучасних умов український малий бізнес щоденно має долати ряд макроекономічних перешкод, які найбільшою мірою формує саме нестабільна ситуація в економіці держави. Також серед проблем представники українського малого підприємництва мають недосконалу законодавчу систему, майже відсутню фінансову підтримку, труднощі з доступними кредитними коштами, серйозний податковий тиск та високий рівень корупції. І саме тому створення сприятливих умов є рішенням на шляху до успішного розвитку малого підприємництва. Та найгострішою проблемою, що постає на сьогодні, є важка доступність фінансових коштів, що необхідні на етапі започаткування бізнесу, а також для фінансової підтримки під час кризових ситуацій, таких як коронакриза. Для вирішення даної ситуації важливо звернути увагу одразу на всі чинники, які призупиняють процес безпроблемного фінансування суб'єктів МСП. До них належать: відсутній інтерес з боку банків до фінансування малого підприємництва, майже відсутня система небанківської фінансової допомоги, труднощі з доступом до іноземних програм фінансової підтримки, недостатня кількість державних коштів, поганий інвестиційний клімат.

Водночас, перешкоди на шляху до розвитку є також і зі сторони самих підприємців. Перш за все, це погана освітня підготовка у веденні бізнесу. Далі - від-

сутність якісної комунікації з державними органами та до всього - занадто сильна зосередженість на швидкому поверненні вкладених коштів та отриманні прибутку.

Саме тому у роботі були досліджені шляхи для розвитку малого та середнього підприємництва з обох боків – державного та з боку самих підприємців.

З боку України гостро стоїть питання створення та проведення такої державної політики, що буде спрямована саме на розвиток правильних кредитних та інших фінансових механізмів, які будуть допомагати малим підприємствам не лише для вирішення питань зі збільшенням активів, але і для покриття збитків від кризових ситуацій (COVID-19) та фінансування на початкових етапах заснування бізнесу. Також важливий є формування зрозумілої та ефективної бюрократичної системи, за умов роботи якої оформлення дозвільних документів, відкриття та закриття ФОП будуть спрощені та пришвидшені. Та не менш важливий аспект розвитку підприємництва з боку держави – популяризація ведення бізнесу та створення додаткових освітніх та інформаційних проектів, що допоможуть майбутнім або існуючим підприємцям уникнути фатальних помилок у веденні власної справи.

Робота над розвитком підприємництва як важливої складової процвітання економіки має бути і зі сторони підприємців. Важливо створити якісні канали комунікації з державними органами та брати активну участь у формуванні «підприємницького клімату» держави. Водночас, гарним кроком також стане активний розвиток громадських об'єднань для можливості обміну досвідом та захисту прав. І останній, але не менш важливий аспект – активна робота над освітньою складовою підприємництва, а саме: проведення освітніх заходів, створення «тренду» на підприємницьку діяльність.

Сьогодні головна мета для України у сфері підприємництва – досягнути рівня показників країн з розвинутою економікою і перетворити малий бізнес на потужний канал для економічного, соціального та технологічного розвитку країни. Для цього надважливо знайти точки дотику та компроміси між державою та перд-



ставниками підприємництва та створити єдину ефективну систему розвитку малого бізнесу. Стимулювати розвиток фінансово-кредитної системи для підвищення фінансових можливостей молодих підприємств, полегшити бюрократичні процеси для створення простих умов реєстрації, управління та ліквідації ФОП, зменшити податковий тиск на малих підприємців. Разом з тим активно працювати над освітніми процесами та популяризувати ведення власної справи для покращення «бізнес-клімату».

Розвиток даного сектора економіки напряму залежить від комплексної політики у сфері малого підприємництва, що і є вектором для майбутніх досліджень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Матеріал виступу на науково-практичній конференції "Інноваційні ідеї в економічній науці: пошуки вирішення сучасних проблем", 19-20 квітня 2018 р.
2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV: коментар. 2-ге вид. Харків: ТОВ «Одіссей», 2005. 896 с
3. Про підприємництво: Закон України; поточна редакція від 5 квітня 2015
4. Статус фізичної особи – підприємця: проблеми застосування законодавства: Роз'яснення Міністерства Юстиції України; прийняття від 14 січня 2011 р.
5. Цивільний кодекс України; поточна редакція від 19 липня 2017 р. URL: [http:// zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15).
6. Офіційний сайт Національного банку України. URL: [www.bank.gov.ua/files/Exchange\\_r.xls](http://www.bank.gov.ua/files/Exchange_r.xls)
7. Коротич О.Б., Орел Ю.Л., Рябічко О.В. Підприємництво як соціально-економічне явище. Теорія та практика державного управління. 2010. № 4. С. 211–216.
8. Ларіна Р.Р. Малий бізнес в Україні: роль та особливості розвитку в національній економіці (монографія). / Р.Р. Ларіна, О.В. Азаров – Донецьк : «Вебер» (Донецька філія), 2007. – 300 с.
9. Статистичний щорічник України / за ред. О.Г. Осауленка. – К.: Держкомстат України, 2010.
10. Алексєєв С. Становлення та розвиток малого і середнього підприємництва в Україні у 1991-2004 рр.: історичний аспект [Електронний ресурс]/С. Алексєєв. - Схід. - 2005. - №7. – Режим доступу: [http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT\\_ID=36226](http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=36226)

11.Берницька Д.І. Проблеми розвитку підприємництва в умовах фінансової та економічної нестабільності /Д.І. Берницька /Економічний форум. Науковий журнал № 3, 2016. Луцький національний технічний університет. с.170-177.

12. Марченко О. І. Розвиток малого бізнесу: вітчизняний і зарубіжний досвід / О. І. Марченко, Р. В. Моткалюк // Фінансовий простір. - 2015. - № 1. - С. 190-195. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin\\_pr\\_2015\\_1\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2015_1_26).

13.Зілгалова О.А. Становлення малого і середнього підприємництва: корисні уроки з досвіду країн європейського союзу. Режим доступу: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/.../Article\\_Kurei\\_VisnykLDFA.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/.../Article_Kurei_VisnykLDFA.pdf)

14.Толмачова Г.Ф. Регулювання розвитку малого і середнього підприємництва: досвід зарубіжних країн для України / Г. Ф. Толмачова, В. І. Ляшенко, Г. В. Колеснікова / Економічний вісник Донбасу № 1(47), 2017. С.157-185.

15.Марченко О. І. Розвиток малого бізнесу: вітчизняний і зарубіжний досвід / О. І. Марченко, Р. В. Моткалюк // Фінансовий простір. - 2015. - № 1. - С. 190-195. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin\\_pr\\_2015\\_1\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2015_1_26).

16.Берницька Д.І. Дослідження процесів розвитку та підтримки малого бізнесу в Україні та Польщі / Д.І.Берницька / Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. Науковий журнал. Випуск 22, 2017 рік. с.47-51.

17.Апостолук О.Ю. Державна фінансова політика підтримки розвитку малого підприємництва Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук 2017 рік <https://www.knteu.kiev.ua/file/Mg>

18. Business Ombudsmen Council. Системний звіт «Великі проблеми малого бізнесу. Оцінка реалізації стратегії розвитку малого та середнього підприємства в Україні на період до 2020 року та подальші напрямки політики. URL: [https://boi.org.ua/media/uploads/system\\_bigproblemssmalbusiness/3\\_2020\\_system\\_ua.pdf](https://boi.org.ua/media/uploads/system_bigproblemssmalbusiness/3_2020_system_ua.pdf)

19. Інформаційна агенція «Уніан»: Малий та середній бізнес в Україні дає 55% ВВП – Кабмін, Київ, 2019 URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10596576-maliy-ta-seredniy-biznes-v-ukrajini-daye-55-vvp-kabmin.html>
20. Щорічний звіт сіттового рейтингу Doing Business 2020 URL: <https://www.doingbusiness.org/en/data/exploreeconomies/ukraine>
21. Дослідження Bureaucracy Index URL, 2018 : <https://bureaucracyindex.in.ua/>
22. Сайт державної служби статистики 2019, URL: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/fin/osp/ksg/ksg\\_u/ksg\\_u\\_18.html](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/fin/osp/ksg/ksg_u/ksg_u_18.html)
23. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ier.com.ua>
24. Касьян О.Ю. Фінансування малого бізнесу в Україні: проблеми та можливості розширення / О.Ю. Касьян // Управління розвитком. – 2013. – № 5. – С. 85–87
25. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій «Дослідження ділової думки», URL: [http://www.ier.com.ua/ua/proekt\\_dilova\\_dumka](http://www.ier.com.ua/ua/proekt_dilova_dumka)
26. «Слово і діло: Як змінювалася кількість ФОПів та юридичних осіб в Україні в 2013-2020 роках» [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/27/infografika/biznes/yak-zminyuvalasya-kilkist-fopiv-ta-yurydychnyx-osib-ukrayini-2013-2020-rokax>
27. Дослідження Спілки українських підприємців [Електронний ресурс] URL: (<https://sup.org.ua/uk/news/675>)
28. Дослідження YouControl «"Ревучий" 2020-й: як український бізнес пережив карантинно-кризовий рік» 2021р. [Електронний ресурс] – URL: <https://youcontrol.com.ua/data-research/biznes-2020-analitika/>

29. Відкриті дані Єдиного державного реєстру Міністерства Юстиції України [Електронний ресурс] – URL: <https://usr.minjust.gov.ua/>
30. Дослідження міжнародної консалтингової компанії McKinsey & Company «COVID-19 and European small and medium-size enterprises: How they are weathering the storm» [Електронний ресурс] – URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/public%20and%20social%20sector/our%20insights/covid%2019%20and%20european%20small%20and%20medium%20size%20enterprises%20how%20they%20are%20weathering%20the%20storm/covid-19-and-european-small-and-medium-size-enterprises-how-they-are-weathering-the-storm.pdf?shouldIndex=false>
31. Дослідження міжнародної консалтингової компанії McKinsey & Company «Public Sector Practice US small-business recovery after the COVID-19 crisis» [Електронний ресурс] – URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/public%20and%20social%20sector/our%20insights/us%20small%20business%20recovery%20after%20the%20covid%2019%20crisis/us-small-business-recovery-after-the-covid-19-crisis-vf.pdf?shouldIndex=false>
32. Уве Гесслер, Валерій Сааков. Deutsche Welle «Як світові гіганти рятують бізнес від банкрутства через коронавірус» 2020р. [Електронний ресурс] – URL: <https://p.dw.com/p/3gRYr>
33. Дані з дослідження Європейської Бізнес Асоціації у сфері малого та мікропідприємництва. [Електронний ресурс] – URL: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analityka/>
34. Черніченко Л.Ю. Основні аспекти організації обліку на малому підприємстві / Л.Ю. Черніченко [Електронний ресурс] – URL: <http://intkonf.org/kand-ekonom-nauk-hmelyuk-a-v-osoblivosti-organizatsiyi-obliku-namalih-pidpriemstvah-zgidno-z-podatkovim-kodeksom-ukrayini/>

35. Господарський кодекс України, затверджений постановою Верховної Ради №436-IV від 16.01.03 в редакції Кодексу від 20.09.2015, підстава 1602-18 // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс] – URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

36. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 № 523-VI в редакції Закону від 19.04.2012, підстава 4618-17 // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/523-17>

37. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності» від 04.11.2011 № 4014-VI в редакції Закону від 01.01.2013, підстава 2755-17 // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4014-17>

38. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 № 4618-VI // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

39. Корнецький А.О. Законодавче регулювання малого підприємництва України / А.О. Корнецький // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 6. – с. 77 – 80.