

торгового персоналу, для інших це, перш за все, управління каналами збуту. Отже, управління продажами – це те, про що повинен турбуватися кожен генеральний директор. Якщо цей процес погано налагоджений, значна частка прибутку втрачається. Він включає багато аспектів продажів, від планування до мотивації менеджерів. І все має працювати як годинник.

Література:

1. Данилюк В.О., Дашкевич Д.Р. Особливості управління збутовою діяльністю в бізнес-організаціях різних галузей. БізнесІнформ. 2020. №9. С. 276-283.
2. Дячун О. Продаж у системі маркетингу: природа, функції та види. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2016. Вип. 3. С. 106-112.
3. Штефанич Д., Дячун О. Управління продажем, його функції та об'єктна орієнтація. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2016. Вип. 2. С. 124-132.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Вацлавський О. І., к.е.н., доцент кафедри фінансового менеджменту та страхування

Іванова А. М., к.е.н., старший викладач кафедри податків та фіскальної політики

Західноукраїнський національний університет

Малий бізнес як інституційний сектор економіки давно став домінуючим за чисельністю та обсягами виробництва у провідних країнах світу. Малі підприємства забезпечують гнучкість та стійкість економічної системи, наближують її до потреб конкретних споживачів, а водночас - виконують важливу соціальну роль, надаючи робочі місця та забезпечуючи джерело доходу для значних верст населення. В процесі впровадження економічних реформ вітчизняні та зарубіжні фахівці зазначали про необхідність розвитку в Україні малого бізнесу, в дійсності стан його розвитку залишається незадовільним. Проблема полягає навіть не в кількісних параметрах цієї сфери, які поступово поліпшуються, а насамперед - у структурі вітчизняного малого бізнесу, його зосередженості на посередницьких операціях, роздробленості та практичній відсутності дієвої співпраці з великими підприємствами та державою.

Малі підприємства є одним із основних інструментів розвитку вітчизняної економіки. Вони становлять основу дрібного виробництва; встановлюють темпи зростання економіки, формують структуру та якісну складову внутрішнього валового продукту, підвищують ступінь демократизації суспільства; сприяють зростанню економіки, швидкій окупності витрат, забезпечують насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, створюють додаткові робочі місця; характеризуються значною мобільністю,

раціональними формами управління; сприяють послабленню монополізму та розвитку здорової конкуренції на ринку [1, с. 35].

Розвиток малого бізнесу, який у всьому світі є основним з двигунів економіки. Наприклад, в Данії малий бізнес створює 80% ВВП, в Італії – 60 %, а в середньому в країнах ЄС близько 55-60 %. У той же час в Україні, незважаючи на те, що малими вважаються 90 % всіх зареєстрованих приватних підприємств, їх питома вага у ВВП не перевищує 12-14 % [2] .

Територіальна структура кількості малих підприємств за регіонами характеризується нерівномірністю їх розподілу. Із загальної кількості малих підприємств, що здійснювали свою діяльність в Україні, більше половини припадає на 7 регіонів України (зокрема, Київську (25,1% від загальної кількості малих підприємств країни), Дніпропетровську (8,4%), Харківську (7,8%), Львівську (6,5%), Одеську (6,2%), Запорізьку (5,8%) та Вінницьку (5,3%) області) [3].

За останній час в Україні відбулись вагомі зрушення у питанні розвитку малого сектора економіки. Проте, залишаються чинники які гальмують потенційний розвиток малого бізнесу, зокрема:

- обмеженість внутрішнього попиту та наявність кризи збуту на внутрішньому ринку у зв'язку з нестачею вільних фінансових коштів підприємств та зниженням реальних доходів населення;

- вкрай незначну інвестиційну активність, відсутність переливу коштів з фінансового в реальний сектор економіки, обмеженість кредитів;

- низький рівень технічної озброєності при значному інноваційному потенціалі;

- низький рівень менеджменту, нестача знань, досвіду та культури ринкових відносин;

- відсутність повної і достовірної інформації про стан та кон'юнктуру ринку, низький рівень консультаційних послуг та спеціальних освітніх програм, тощо [4, с. 2].

На здатність малих підприємств виживати й розвиватися виявляє вплив комбінації внутрішніх і зовнішніх факторів. У той час, як внутрішні проблеми можуть часто вирішуватися самими малими підприємствами на місцевому рівні, подолання багатьох зовнішніх бар'єрів вимагає дій зі сторони держави на регіональному рівні. Одна з основних труднощів у розв'язку «зовнішніх» проблем – це те, що заходи, прийняті різними державними органами в підтримку малого бізнесу та програми дії для його впровадження зазвичай погано скоординовані. Важко розділити відповідальність за реалізацію політики, коли функції виконавчої влади й розподіл компетенції в бюджетній, податковій, кредитно-фінансовій й тарифній сферах не складається в єдину політику підтримки малого бізнесу, тому державі вкрай необхідно сконцентрувати свої зусилля на усуненні протиріч між різними установами (регіональними, секторальними, галузевими), що мають відношення до малого бізнесу [5, с.105].

Малий бізнес відіграє важливу роль в економіці нашої країни, оскільки є невід'ємною частиною її соціально-економічної системи. Проте їх нормальний

розвиток можливий лише за наявності виваженого механізму державної підтримки. Сприяти розвитку малого бізнесу можна лише шляхом поєднання різних методів регулювання і підтримки, головними серед яких є такі:

- фінансово-кредитна підтримка;
- сприятлива податкова політика;
- створення політики структурних перетворень;
- оптимізація та прискорення процесів інтеграції України в європейське співтовариство.

Отже, можна зробити висновок, що сьогодні провідну роль у створенні ефективної економіки нашої країни відіграє малий бізнес. Хоча його розвиток відбувається нерівномірно, але якщо будуть успішно прийняті запропоновані шляхи його вдосконалення, то малий бізнес в Україні матиме великі перспективи у майбутньому. Поза як, в малих підприємствах значно більше виражена здатність до саморегулювання та самовідтворення.

Література:

1. Білоус Г. П. Розвиток малого підприємництва в Україні. Економіка України. 2016. № 5. С. 34 – 36.
2. Матеріали з порталу виконавчої влади «Урядовий портал». URL: <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Максименко Н.Д. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. Вісник НТУ «ХПІ». 2013. №6 (980). С. 128 – 131.
5. Варналій З. С., Кузнецова І. С. Державна регуляторна політика у сфері малого підприємництва. К.: Ін-т екон. прогнозування. 2002. 243 с.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Вербова О. С., студентка 2 курсу факультету менеджменту і маркетингу

Кривда О. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У ринкових умовах, що спостерігаються у сучасній економіці світу та нашої країни, вагоме значення для формування цілісного й збалансованого економічного середовища надається саме підприємництву. У зв'язку з цим, сьогодні питання створення високоефективної підприємницької діяльності – це одна з основних умов для досягнення стабільного розвитку регіонів та територій України, вирішення соціальних проблем й забезпечення сприятливого економічного клімату для існування бізнесу.

Першим науковцем, який досліджував підприємницьку діяльність в економіці, був Р. Кантільйон. Під поняттям «підприємництво» він розумів економічну функцію особливого роду та підкреслював завжди присутні у ній