

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту і маркетингу

**Курсова робота
з курсу Економіка підприємства
на тему: «Малі підприємства та їх роль у ринкових умовах
господарювання»**

**Студентки групи Ма 02-21
факультету туризму, бізнесу і психології
спеціальності 075 Маркетинг
освітня програма «Маркетинг і реклама»
Стецюк Аліни Юріївни**

Члени комісії:

Науковий керівник: Лиса С. С.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2023

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	5
1.1. Підприємництво в цілому.....	5
1.2. Функції підприємств.....	11
1.3. Особливості малих підприємств.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКІ КРУАСАНИ»)	20
2.1. Аналіз кількості та розподілу малих підприємств в Україні та світі. ...	20
2.2. Фактори, що впливають на розвиток та успішність малих підприємств	29
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	33
Висновок	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ	39

ВСТУП

Малий бізнес є важливим стимулятором розвитку економіки країни, а його роль у господарських умовах ринку набуває все більшої значущості. У контексті сучасної глобалізації, швидких технологічних змін та зростаючої конкуренції, малі підприємства мають унікальні можливості та виклики, які впливають на їхню роль у формуванні ринкової економіки.

Актуальність теми: «Малі підприємства та їх роль у ринкових умовах господарювання» залишається дуже актуальною темою в сучасному світі, оскільки малі підприємства є важливим фактором сталого розвитку економіки країни. Зокрема, в умовах зростаючої конкуренції та швидких технологічних змін, малі підприємства мають унікальні можливості для створення нових технологій та інновацій, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни в цілому. Крім того, важливо розуміти, що малі підприємства є головним джерелом зайнятості, особливо в регіонах, де великі корпорації не знаходяться. Отже, розвиток малих підприємств може допомогти підвищити рівень зайнятості та забезпечити сталий розвиток економіки країни в цілому.

Мета: проведення аналізу особливостей функціонування малих підприємств, визначення факторів, які впливають на їх розвиток та успішність, а також вивчення специфіки розвитку малих підприємств в Україні.

Завдання:

- Розкрити економічну сутність, функції та особливості розвитку малих підприємств
- Аналіз стану малих підприємств
- Особливості малих підприємств в Україні

Об'єкт дослідження: малі підприємства, а також конкретне підприємство - кав'ярня "Львівські круасани", яке є прикладом малого підприємства.

Предмет дослідження: малі підприємства та їх роль у ринкових умовах господарювання загалом, а також конкретна кав'ярня "Львівські круасани", яка є об'єктом дослідження та буде проаналізована з точки зору її стану, функціонування та особливостей.

Методи дослідження: Аналіз статистичних даних, що стосуються малих підприємств в Україні, включаючи дані про кількість підприємств, їх розмір, склад праці та інше.

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

1.1. Підприємництво в цілому

Підприємництво - це процес створення, розвитку та управління бізнесом з метою отримання прибутку. Це може бути створення нового підприємства або розвиток вже існуючого. Основною ідеєю підприємництва є створення та впровадження нових ідей та концепцій у виробництві, соціумі або суспільстві, що дозволяє досягнути позитивних змін та зробити життя людей кращим. Англійський науковець Річард Кантільон започаткував використання терміну "підприємництво" в наукових дослідженнях. У західних країнах підприємництво розглядається як особливий тип господарювання, що базується на створенні нових можливостей для виробництва товарів та послуг шляхом інновацій та ефективного використання ресурсів з різних джерел.

Підприємництво є важливим фактором економічного зростання та розвитку, оскільки створює нові робочі місця, забезпечує інновації та сприяє підвищенню рівня життя населення.

Теорії підприємництва включають різноманітні підходи та концепції, такі як теорія ризику, теорія інновацій, теорія підприємницького середовища, теорія економічної ефективності та інші.

Теорія ризику відноситься до визначення та управління ризиками в бізнесі. Ця теорія вважає, що підприємники повинні вміти розуміти та приймати ризики, оскільки успіх бізнесу залежить від їхньої здатності доцільно приймати рішення в умовах невизначеності.

Теорія інновацій акцентується на здатності підприємців до створення нових технологій, продуктів та послуг. За цією теорією, підприємники можуть створити конкурентну перевагу через інновації, що дозволяє їм зайняти лідируючі позиції на ринку.

Теорія підприємницького середовища відображає те, що успіх підприємства залежить від рівня конкуренції на ринку, наявності підтримки з боку держави та наявності ресурсів.

Теорія економічної ефективності визнає, що підприємство повинно максимізувати свою прибутковість та ефективність використання ресурсів.

У сучасному українському законодавстві та засобах масової інформації вживається поняття "підприємницька діяльність", що означає ініціативну та самостійну діяльність осіб або підприємств з метою отримання прибутку або особистого доходу, що здійснюється на власний ризик та під власну майнову відповідальність.

Підприємництво є дозволеним у будь-якій галузі господарської діяльності, яка не заборонена законом, включаючи промисловість, сільське господарство, торгівлю, побутове обслуговування, операції з цінними паперами, банківську, юридичну, видавничу та інформаційно-консультативну діяльність. Основними напрямками підприємницької діяльності є виробництво, комерція та фінансове та комерційне посередництво, що передбачає організацію виробничої діяльності для випуску товарів та надання послуг.

Для здійснення підприємницької діяльності важливою є форма власності, яка може бути різною: приватна, акціонерна, державна, кооперативна. Однак, суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути не тільки підприємства з різними формами власності, але й фізичні особи, які не обмежені законом у правоздатності, а також юридичні особи усіх форм власності.

Існує кілька видів підприємництва, таких як соціальне підприємництво, інтелектуальне підприємництво та інші. Соціальне підприємництво зосереджене на досягненні соціальних та екологічних цілей, а не на максимізації прибутку. Інтелектуальне підприємництво забезпечує створення

та розвиток інноваційних продуктів та послуг на основі знань та інтелектуальної власності.

Існує декілька видів підприємництва (рис.1.1):



Рис. 1.1 Види підприємництва [1]

Можна розподілити підприємства на різні категорії залежно від різних ознак, що дозволяє провести їх класифікацію та групування

1. За формою власності:

- приватне підприємництво – належить одній особі;
- державне підприємництво – належить суспільству;
- колективне підприємництво – належить колективу людей;
- акціонерне підприємництво.

2. За сферою діяльності:

- виробниче підприємництво;
- торгівельне підприємництво;
- послугове підприємництво;
- транспортне підприємництво;
- сільське господарство;

- будівельне підприємництво;
 - туристичне підприємництво та інше.
3. За ступенем охоплення ринку (рис.1.2):
- мале підприємництво;
 - середнє підприємництво;
 - велике підприємництво.

Параметри оцінки	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Зайняті (осіб)	до 50	від 51 до 250	більш ніж 250
Оборот (валовий продукт)	до 10 млн.євро	від 11 до 50 млн.євро	більше 50 млн.євро

Рис.1.2 Розподіл підприємств за ступенем охоплення ринку [2]

4. За місцем здійснення діяльності:
- внутрішнє підприємництво;
 - зовнішнє підприємництво;
 - міжнародне підприємництво.
5. За формою організації:
- індивідуальне підприємництво;
 - партнерське підприємництво;
 - корпоративне підприємництво;
 - франчайзингове підприємництво та інше.

Усі європейські країни-учасниці ЄС при визначені малих підприємств дотримуються кількісного показника зайнятості, який не повинен перевищувати 49 осіб, а при визначені середніх підприємств цей показник обмежений чисельністю зайнятих до 250 осіб.

Згідно з рекомендаціями Європейської Комісії з питань підприємництва і промисловості для групи малих та середніх підприємств встановлений

єдиний вартісний параметр: річний товарообіг не може перевищувати 50 млн €. або загальна сума балансу не може перевищувати 43 млн.

Європейська Комісія встановлює високий пороговий вартісний параметр з метою забезпечення державної підтримки ефективного розвитку більшої кількості малих та середніх підприємств, що призводить до підвищення конкурентоздатності національної та континентальної економічних систем.

Відповідно до розрахунків, на підставі звіту Європейської Комісії з питань підприємництва та промисловості, річний товарооборот, що здійснювало у середньому одне мале підприємство, серед п'яти найпотужніших європейських країн склав: у Великій Британії 3,7 млн. €, у Німеччині 2,5 млн. €, у Іспанії 2,7 млн. €, у Італії 3,4 млн. € та у Франції 4,4 млн. €. Цей показник відносно середніх підприємств склав у цих країнах відповідно €26,4 млн., 19,6 млн. €, 18,9 млн. €, 27 млн. € та 24,1 млн. €.

Таке свідчить про достатньо вагомий резерв, що залишається для подальшого нарощування економічних ефектів малими та, особливо, середніми підприємствами для забезпечення конкурентних переваг національними системами господарювання.

Основні принципи підприємництва включають:

- свободний вибір напрямку діяльності;
- залучення до підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян на добровільних засадах;
- самостійна розробка програм діяльності, вибір постачальників та споживачів продукції, встановлення цін відповідно до законодавства;
- вільний найм працівників;
- використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, які не заборонені або не обмежені законодавством;

– вільне розпорядження прибутком після сплати встановлених законодавством податків та інших платежів;

– самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємцем-юридичною особою, використання валютної виручки на власний розсуд.

Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації.

Згідно з чинним законодавством державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності проводиться у виконавчому комітеті міської, районної в місті ради або в районній, районній міст Києва і Севастополя державній адміністрації за місцезнаходженням або місцем проживання даного суб'єкта, якщо інше не передбачено законом. Для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи подаються такі документи:

— рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу про створення юридичної особи (крім приватного підприємства). Якщо власників або уповноважених ними органів два і більше, таким рішенням є установчий договір, а також протокол установчих зборів (конференції) — у випадках, передбачених законом;

— статут, якщо це необхідно для створюваної організаційної форми бізнесу;

— реєстраційна картка встановленого зразка, яка водночас є заявою про державну реєстрацію;

— документ, що засвідчує сплату власником (власниками) внеску до статутного фонду суб'єкта підприємницької діяльності в розмірі, передбаченому законом;

— документ, який засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

За наявності необхідних документів, державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності проводиться за заявочним принципом протягом

п'яти робочих днів. У разі бажання відкрити філії або представництва, суб'єкт підприємницької діяльності має право це зробити без створення юридичної особи. Зазначені підрозділи не потребують державної реєстрації, але суб'єкт підприємницької діяльності повинен повідомити про їх відкриття орган державної реєстрації, додавши додаткову інформацію до своєї реєстраційної картки.

У сучасному світі підприємництво є одним з ключових факторів економічного розвитку. Він сприяє створенню нових робочих місць, інновацій та розвитку нових технологій. Тому підприємництво є важливим для підвищення рівня життя населення та економічного зростання країни.

1.2. Функції підприємств

Підприємство можна розглядати як систему, що здійснює певні функції для досягнення своїх цілей. Основні функції підприємства можна описати наступним чином (рис. 1.3):

1. ресурсна — мобілізація капіталу (фінансів), трудових, матеріальних, інформаційних та інтелектуальних ресурсів;
2. організаційна — поєднання передових методів організації праці та виробництва із сучасною структурою управління й контролю господарської діяльності підприємств і фірм;
3. інноваційна — сприяння матеріалізації нових ідей, здійсненню техніко-економічних розробок, проектів у процесі ринкових перетворень.



Рис. 1.3 Основні функції підприємства [1]

Також, сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його наступні функції.

1. Виробництво. Основна функція підприємства полягає в виробництві продукту або наданні послуги, які задовольняють потреби споживачів.

2. Фінансування. Підприємство потребує фінансування для розвитку та забезпечення стабільності. Фінансування може здійснюватися шляхом приватних інвестицій, банківських кредитів або продажу акцій.

3. Маркетинг. Функція маркетингу включає в себе вивчення потреб споживачів та розвиток стратегії продажу продукту або послуги. Маркетинг також займається рекламою та продажами.

4. Управління. Управління підприємством включає в себе розробку стратегії, планування бізнес-процесів, організацію роботи персоналу, контроль над виконанням плану.

5. Інновації. Інноваційна діяльність включає в себе розробку нових продуктів, технологій та послуг, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства та розвиток на ринку.

6. Соціальна відповідальність. Функція соціальної відповідальності полягає в тому, щоб підприємство приймало участь у соціально-економічному розвитку місцевої громади та дотримувалося етичних та соціальних стандартів.

Крім цих основних функцій, підприємство може здійснювати такі додаткові функції, як:

Логістика. Ця функція забезпечує ефективне управління поставками, складським господарством та доставкою продуктів до клієнтів.

Підтримка клієнтів. Функція підтримки клієнтів передбачає забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Кадрова діяльність. Ця функція включає в себе пошук, відбір та навчання працівників, забезпечення безпеки та охорони здоров'я на робочому місці.

Аналітика та контроль. Ця функція полягає в зборі та аналізі даних про фінансову та виробничу діяльність підприємства, щоб забезпечити ефективне управління та прийняття стратегічних рішень.

Юридична підтримка. Функція юридичної підтримки забезпечує дотримання законодавства, захист прав підприємства та забезпечення юридичної чистоти діяльності підприємства.

Розвиток бізнесу. Ця функція включає в себе розвиток нових напрямків діяльності, пошук нових ринків та партнерів, а також планування та реалізацію проектів.

У кожного підприємства можуть бути свої особливості та нюанси у здійсненні функцій, проте взагалі функції підприємства мають загальний характер та спрямовані на досягнення мети підприємства - отримання прибутку та задоволення потреб споживачів.

1.3. Особливості малих підприємств

Малі підприємства мають свою специфіку, яка визначає їх економічну сутність, тому їх категоріальне визначення повинно поєднувати як загальні, так і особливі риси підприємництва.

Важливо розрізнити поняття "мале підприємство" та "мале підприємництво", оскільки перше визначає реальних суб'єктів економічної діяльності, а друге - певний економічний процес.

Сектор малого підприємництва є неоднорідним і включає в себе різноманітні економічні гравці, включаючи мікросуб'єкти та малих підприємств з низькою продуктивністю. Кожен з них має свою мету діяльності та специфіку, характеризується особливими перевагами і недоліками.

Отже, мале підприємництво - це особливий підвид підприємництва, пов'язаний з підприємницькою діяльністю окремих фізичних осіб-підприємців та з функціонуванням малих підприємницьких структур будь-якої форми власності та правової форми організації бізнесу з метою отримання прибутку.

Малі підприємства мають свої особливості порівняно з великими компаніями. Деякі з найбільш значущих особливостей малих підприємств включають:

Розмір: Малі підприємства мають невелику кількість співробітників та менші обсяги продукції і послуг порівняно з великими компаніями.

Власницька структура: Малі підприємства, зазвичай, є приватними компаніями з власником або кількома власниками, які керують бізнесом.

Гнучкість: Малі підприємства можуть бути більш гнучкими в прийнятті рішень, що дозволяє їм адаптуватися до змін у ринкових умовах швидше, ніж великі компанії.

Залежність від власника: У малих підприємств часто є висока залежність від власника, який може бути ключовою фігурою в прийнятті рішень та управлінні бізнесом.

Обмежені ресурси: Малі підприємства, зазвичай, мають обмежені фінансові та людські ресурси, що може ускладнювати їх розвиток та зміцнення позицій на ринку.

Несприятливі умови: Малі підприємства можуть бути вразливі до небезпек, таких як економічні кризи, конкуренція від більших компаній або зміни регулювання.

Менша формалізація: Малі підприємства, зазвичай, мають меншу формалізацію управління, більш просту бухгалтерську звітність та менші вимоги до документообігу.

Ці особливості можуть впливати на різноманітні аспекти бізнесу, включаючи стратегії розвитку, фінансовий управління, управління персоналом, маркетинг, продажі та інші. Так, малі підприємства можуть використовувати більш гнучкі стратегії розвитку, такі як розвиток на основі унікальності продукту або на основі лояльності клієнтів, в той час як великі компанії можуть використовувати стратегії скорочення витрат та масштабування. Управління фінансами та ресурсами також може відрізнятися у малих підприємств, де необхідно максимально ефективно використовувати обмежені ресурси та шукати нові джерела фінансування.

Окрім того, управління персоналом у малих підприємств може бути менш формалізованим, але більш особистим, з великою увагою до індивідуальних потреб та здібностей працівників. Маркетинг та продажі також можуть відрізнятися, де малі підприємства можуть використовувати менші бюджети та більш особистий підхід до клієнтів.

Так, Законодавство України встановлює особливості створення та функціонування малих підприємств, які можуть бути як новостворюваними, так і діючими, залежно від чисельності працівників. Зокрема, в промисловості

та будівництві малі підприємства мають чисельність працюючих до 200 осіб, у інших галузях виробничої сфери - до 50 осіб, у науці та науковому обслуговуванні - до 100 осіб, у галузях невиробничої сфери - до 25 осіб, а у роздрібній торгівлі - до 15 осіб.

Відповідно до методичних рекомендацій з П(С)БО та обліку, визначення категорії підприємств (мікро-, малі, середні та великі) наступне (з 01.01.2018 нова класифікація підприємств з поділом на мікро-, малі, середні та великі, визначена ст. 2 Закону про бухоблік):

Категорія підприємства	Критерії оцінки за рік, що передує звітному		
	Балансована вартість активів, євро*	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), євро*	Середня кількість працівників, осіб
Мікропідприємства	До 350 тис.	До 700 тис.	До 10
Малі	До 4 млн	До 8 млн.	До 50
Середні	До 20	До 40 млн	До 250
Великі	Понад 20 млн	Понад 40 млн	Понад 250
*Застосовується офіційний курс гривні до іноземної валюти (середній за період), розрахований на підставі курсів НБУ, які встановлювалися для євро протягом відповідного року.			

Рис. 1.4 Нова класифікація підприємств з поділом на мікро-, малі, середні та великі, визначена ст. 2 Закону про бух облік (застосовується офіційний курс гривні до іноземної валюти (середній за період), розрахований на підставі курсів НБУ, які встановлювалися для євро протягом відповідного року) [4]

Заслуговують уваги наступні аспекти:

1. Належність до тієї чи іншої класифікаційної групи підприємств визначають, орієнтуючись на:

- балансову вартість активів,
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

Стецюк Аліна Юріївна

Група Ма 02-21

Факультет туризму, бізнесу і психології

- середня кількість працівників.

При визначенні того, до якої категорії підприємство належить, використовуються показники річної фінансової звітності за минулий рік («показники на дату складання річної фінзвітності, за рік, що передуює звітному»). Для переходу до іншої категорії підприємство повинно щонайменше два роки не відповідати критеріям попередньої категорії (останній абз. п 2. ст. 2 Закону про бухоблік).

Відповідно до Господарського кодексу за критеріями Мінекономрозвитку віднесення суб'єктів господарювання до мікропідприємництва, малого, середнього або великого підприємництва, конкретизується наступне:

конкретизується критерії суб'єктів середнього підприємництва - юрособи будь-якої організаційно-правової форми і форми власності, у яких середня чисельність працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 250 чоловік і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену по середньорічному курсу НБУ.

Таким чином, суб'єкти підприємництва відносяться до наступних категорій:

Види суб'єктів	Критерії	
	середня кількість працівників	річний дохід
мікропідприємництво (ФОП, юрособи)	не перевищує 10 чоловік	не перевищує 2млн євро по середньому курсу НБУ
мале підприємництво (ФОП, юрособи)	не перевищує 50 чоловік	не перевищує 10 млн євро по середньому курсу НБУ
середнє підприємництво (юрособи)	не перевищує 250 чоловік	не перевищує 50 млн євро по середньому курсу НБУ

велике підприємництво (юрособи)	перевищує 250 чоловік	перевищує 50 млн євро по середньому курсу НБУ
------------------------------------	-----------------------	---

Рис. 1.5 Категорії суб'єктів підприємництва за Господарським кодексом України [4]

В підприємстві не існує ідеальної бізнес моделі, а її створення та впровадження залежить від характеру власника, його контрагентів, стратегічних та тактичних цілей, загального законодавчого середовища в конкретний момент часу.

Вирішуючи та обираючи ту чи іншу структуру слід виходити з трьох аспектів: застосування штрафів з боку державних органів в рамках проведення різного роду перевірок, податкова оптимізація, потенційні спори та вимоги з боку контрагентів та партнерів.

Загалом, положення ст. 55 Господарського кодексу України виокремлюють дві групи суб'єктів господарської діяльності – юридичні особи та фізичні особи-підприємці.

Як зазначається в ст. 50 та ст. 80 Цивільного кодексу України отримати статус фізичної особи-підприємця, створити юридичну особу можна лише пройшовши стадію державної реєстрації відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань».

Відповідно до ст. 52 ЦКУ фізична особа-підприємець відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з підприємницькою діяльністю, усім своїм майном, крім майна, на яке згідно із законом не може бути звернено стягнення.

Двома найпоширенішими формами ведення бізнесу через створення юридичних осіб є товариство з обмеженою діяльністю та приватне підприємство. Зазначені юридичні особи несуть відповідальність окремо за

своїми зобов'язаннями, та не відповідають за зобов'язаннями свого засновника, про це йдеться в ст. 96 ЦКУ.

Товариство з обмеженою відповідальністю є найбільш поширеною формою юридичної особи для ведення бізнесу.

Узагальнюючи, Малі підприємства в Україні відіграють важливу роль у розвитку економіки та забезпеченні зайнятості населення. Малі підприємства мають свої особливості, які відрізняють їх від великих компаній, зокрема, гнучкість у прийнятті рішень, швидкість реакції на зміни в економічному середовищі та можливість використання новітніх технологій. Знання та розуміння цих особливостей може допомогти власникам малих підприємств у побудові ефективної стратегії та управлінні своїм бізнесом.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ МАЛИХ ПІДПРЕМСТВ (НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКІ КРУАСАНИ»)

2.1. Аналіз кількості та розподілу малих підприємств в Україні та світі.

Малий та середній бізнес є важливим елементом соціальної стабільності в Україні, оскільки вони грають важливу роль у забезпеченні робочих місць та доходів для значної частини населення.

За даними Державної служби статистики України, станом на 2021 рік в Україні зареєстровано понад 2,5 млн малих підприємств, що становить більше 95% від загальної кількості підприємств країни (рис.2.1). З них більше половини (близько 1,5 млн) є мікропідприємствами з чисельністю працівників до 10 осіб.

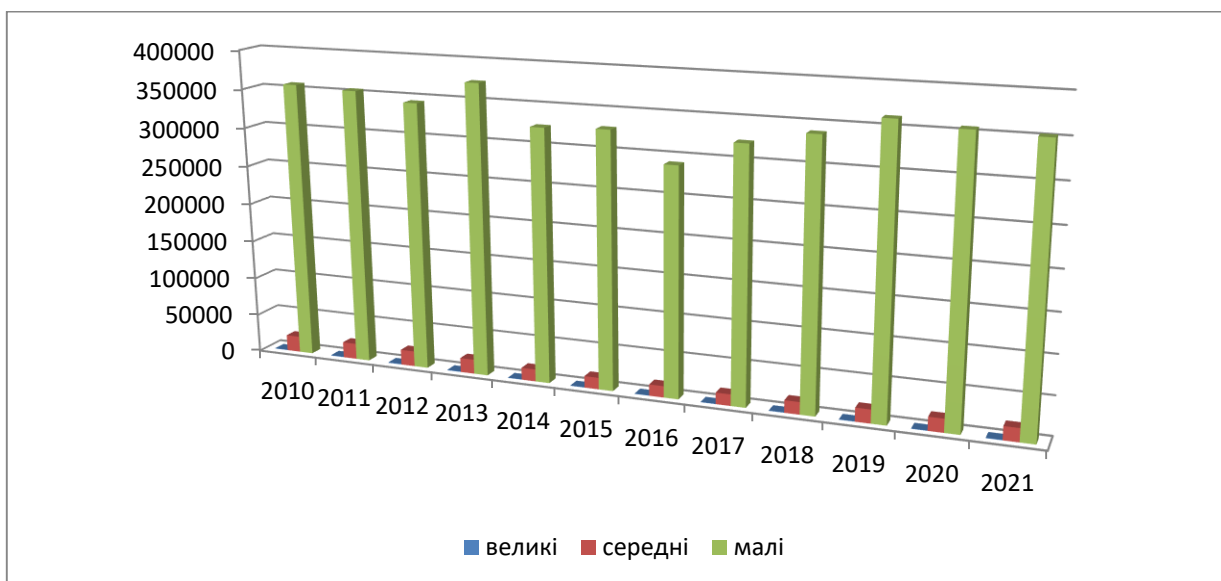


Рис. 2.1 Динаміка розподілу кількості суб'єктів господарювання

Найбільшу кількість підприємств у секторі бізнесу в Україні складають малі підприємства. Тож, в Україні сектор МСП охоплює 99,9 % від загальної кількості підприємств та фізичних осіб-підприємців.

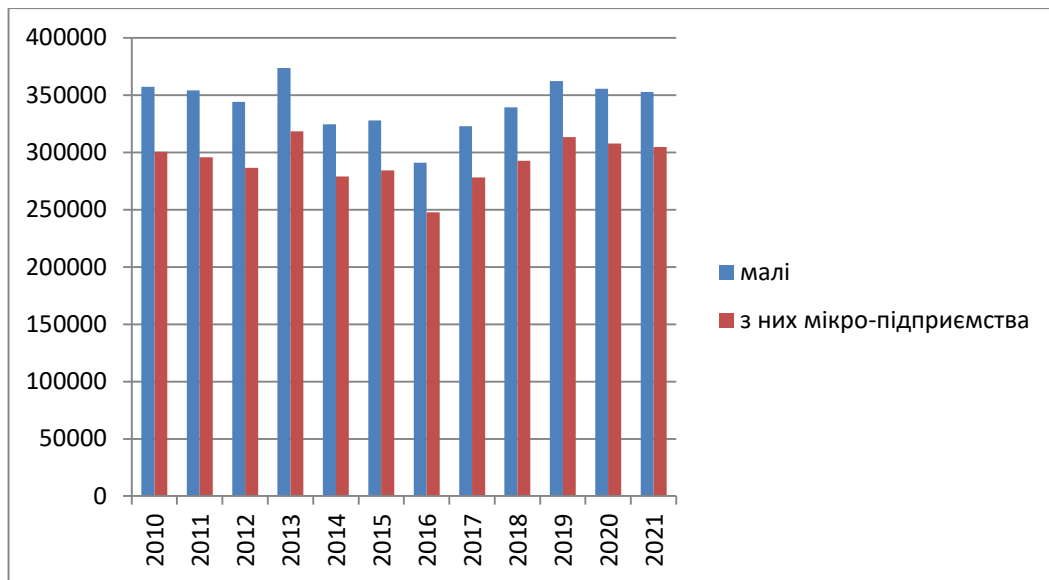


Рис. 2.2 Питома вага мікропідприємств у складі малих підприємств

Більшість з них - це мікропідприємства з менше ніж 10 співробітниками.

За видами економічної діяльності, найбільшу кількість малих підприємств складають:

- Оптова та роздрібна торгівля
- Готельно-ресторанний бізнес
- Будівництво
- Діяльність у сфері інформаційної та комунікаційної технологій
- Промисловість.

Так, торгівля – найпопулярніший напрямок діяльності. За 2021 рік кількість юридичних осіб в Україні зросла на 33 745, або майже на 3%

Щодо світової практики, кількість та розподіл малих підприємств значно відрізняється в залежності від країни та регіону. Загалом, у країнах з розвинутою економікою малі підприємства становлять значну частину економіки та працевлаштування. Наприклад, в ЄС малі підприємства складають близько 99% від загальної кількості підприємств та забезпечують більше 65% робочих місць. У США кількість малих підприємств перевищує 30 млн, з яких більше 80% мають менше 10 працівників.

Кількість малих підприємств на 10 тис. населення у різних країнах світу у 2019 році була різною. Наприклад, в Китаї цей показник становив лише 27,28, в Німеччині - 30,35, в Польщі - 45,29, в Франції - 45,52, в Іспанії - 59,43, в Італії - 62,78, у Великій Британії - 87,32, тоді як в США - 93,54. У порівнянні з деякими розвинутими країнами, Україна має вищий рівень кількості малих підприємств на 10 тис. населення.

У різних країнах світу існують різні критерії визначення суб'єктів малого підприємництва (рис. 2.3)

Країна	Критерії визначення суб'єктів малого підприємства			
	Чисельність зайнятих , осіб	Річний обсяг реалізації	Валовий дохід	Уставний фонд
Європейський союз	до 50	до 4,0 млн. євро	–	до 2,0 млн. євро
США	– обробна промисловість: – до 1000; інші сфери до 100.	–	–	–
Росія	до 100;	400 млн.руб	–	–

Японія	– обробна промисловість, транспорт: до 300; – оптова торгівля: до 100; – роздрібна торгівля та інші: до 50.	–	–	– обробна промисловість, транспорт: до 100 млн. йєн. – оптова торгівля: до 30 млн. йєн.; – роздрібна торгівля та інші: до 50.
Україна	до 50	–	до 10 млн. євро	–

Рис. 2.3 Критерії визначення суб'єктів малого підприємництва у країнах світу [3]

Загалом, малі підприємства відіграють важливу роль у розвитку економіки та забезпеченні робочих місць у більшості країн світу.

Аналіз стану малих підприємств на прикладі кав'ярні «Львівські круасани» можна провести, враховуючи різні аспекти діяльності підприємства, такі як фінансовий стан, конкурентність, репутація, маркетингова стратегія та інше.

Кав'ярня-пекарня «Львівські круасани» (рис. 2.4). Компанія представлена у 42 містах України, загалом має більше 100 торгових точок. Окрім кавових напоїв, компанія пропонує споживачам круасани власного приготування. Компанія також має широкий та глибокий асортимент напоїв та випічки.



Рис. 2.4 Кав'ярня-пекарня «Львівські круасани» (логотип) [1]

Офіційний веб-сайт кав'ярні «Львівські круасани» надає інформацію про продукцію та послуги, які надаються у закладі (рис. 2.5). Сайт містить розділи з меню, замовленням онлайн, інформацією про кав'ярню, блогом з новинами та подіями, а також контактну інформацію. Користувачі можуть дізнатись про різноманітні види круасанів, випічку, десерти, напої та інші страви, які пропонуються в кав'ярні. Сайт також містить фото та відео матеріали, які дають можливість побачити якість та вигляд продукції. В цілому, сайт допомагає знайти та дізнатись про кав'ярню, а також замовити продукцію онлайн.



Рис. 2.5 Загальна інформація про кав'ярню «Львівські круасани» [1]

Один із ключових показників стану підприємства є його фінансовий стан. Для кав'ярні «Львівські круасани» це означає аналіз прибутку, витрат та інвестицій. Також потрібно враховувати фінансовий ризик та ліквідність підприємства.

Інший важливий аспект - конкурентність. У сфері кавового бізнесу конкуренція досить висока, тому важливо визначити сильні та слабкі сторони

конкурентів, їхню маркетингову стратегію та пропозиції. За допомогою SWOT-аналізу можна визначити переваги та недоліки кав'ярні «Львівські круасани», порівняти їх з конкурентами та розробити стратегію для покращення позицій на ринку.

SWOT-аналіз - це інструмент стратегічного планування, який допомагає оцінити внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на бізнес. Розглянемо SWOT-аналіз кав'ярні «Львівські круасани» (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз кав'ярні «Львівські круасани»

<p>Strengths (Сильні сторони): Висока якість кави та випічки, що виготовляється на місці. Розташування у центрі міста та біля туристичних визначних місць, що забезпечує потік клієнтів. Досвідчені та кваліфіковані баристи та персонал. Зручний та приємний інтер'єр, що створює атмосферу комфорту та затишку.</p>	<p>Weaknesses (Слабкі сторони): Високі ціни на каву та випічку порівняно з конкурентами. Обмежені можливості для сидячих місць, що може зменшувати затребуваність серед деяких клієнтів. Обмежена кількість варіантів меню, що може не задовольнити деяких клієнтів.</p>
<p>Opportunities (Можливості): Збільшення кількості сидячих місць та розширення меню, що може збільшити кількість клієнтів. Розширення мережі кав'ярень та відкриття нових підрозділів у різних містах. Використання соціальних мереж та маркетингових стратегій для залучення нових клієнтів.</p>	<p>Threats (Загрози): Зростання конкуренції в галузі кав'ярень та зменшення ринкової долі компанії. Зміни в економічному середовищі, такі як зростання цін на сировину та зменшення попиту на послуги кав'ярень. Негативний вплив екологічних факторів, таких як погіршення погодних умов, недостатня доступність екологічно чистої сировини та інше. Закриття туристичних об'єктів, які становлять значну частину клієнтів кав'ярні, через карантинні обмеження та інші обставини. Зміни в законодавстві щодо обмеження роботи кав'ярень в певні години або днів, що може призвести до зменшення обсягів продажів та прибутку.</p>

Загальний підсумок SWOT-аналізу показав, що кав'ярня «Львівські круасани» має потенціал для подальшого розвитку та збільшення прибутку. Для цього потрібно вдосконалити сервіс та рівень обслуговування, розширити

асортимент продуктів, збільшити рекламний бюджет та залучити нових клієнтів через розширення ринків збуту.

Так, в результаті SWOT-аналізу конкурентними перевагами підприємства є сильні сторони, як то:

- висока якість продукції;
- унікальна концепція;
- розташування кав'ярні у центрі міста та на вулиці з великим потоком людей;
- наявність власної обсмажувальні кави;
- досвідчений персонал з високою кваліфікацією.

Звідси, на підставі визначених слабких сторін підприємства, визначимо напрямки розвитку:

Розширення асортименту: додавання нових сортів кави, десертів та інших закусок.

Вдосконалення сервісу та підвищення рівня обслуговування: проведення навчання персоналу, встановлення високоякісного обладнання та меблів.

Розширення ринків збуту: пошук нових клієнтів та співпраці з іншими кав'ярнями, ресторанами та закладами харчування.

Розвиток онлайн-продажів: створення сайту та можливості замовлення кави та інших продуктів онлайн.

Збільшення рекламного бюджету: використання різноманітних каналів реклами, таких як соціальні мережі, рекламні банери та інше.

Загальний підсумок SWOT-аналізу показав, що кав'ярня «Львівські круасани» має потенціал для подальшого розвитку та збільшення прибутку. Для цього потрібно вдосконалити сервіс та рівень обслуговування, Розширити асортимент продуктів, збільшити рекламний бюджет та залучити нових клієнтів через розширення ринків збуту.

Репутація - це також важливий аспект успішної діяльності кав'ярні. Оцінюючи репутацію, можна враховувати відгуки клієнтів, їх задоволеність та ступінь лояльності. Для цього можна провести опитування або вивчення відгуків у соціальних мережах.

Останнім аспектом, який потрібно враховувати, є маркетингова стратегія. Для кав'ярні «Львівські круасани» вона може включати в себе такі елементи, як реклама у соціальних мережах, проведення акцій та знижок, розвиток лояльності клієнтів (рис. 2.6)

«Львівські круасани»	
1.	Можливість онлайн-замовлення у месенджерах через сканування QR-коду
2.	Безкоштовні стікери до месенджеру Telegram
3.	Періодично проводяться акції для підписників сторінки компанії в Instagram
4.	Мобільний додаток з накопичуваною системою бонусів

Рис.2.6 Опис програми лояльності кав'ярні

Мобільний додаток кав'ярні

пекарні «Львівські круасани» працює справно, бали були нараховані протягом 5 хвилин після замовлення. За кожні 2 гривні у чеку нараховується 1 бал. При оплаті покупки бонусами, кожні 10 балів дорівнюють 1 гривні. Можливість онлайн-замовлення у месенджерах через сканування QR коду діє не на всіх торгових точках мережі.

А за результатами опитування, більшість споживачів купує товари за порадою блогерів 3-6 разів на рік. Відповіді респондентів наведені на рис. 2.7.

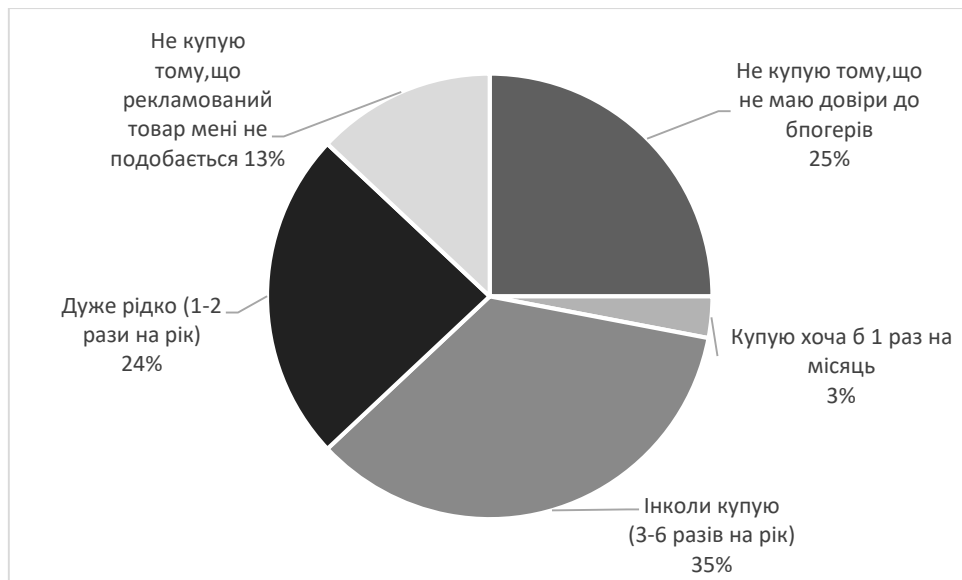


Рис.2.7 Відповіді респондентів на питання «Ви часто купуєте товари за порадою блогерів у соціальних мережах?» [1]

Більшість респондентів інколи купує товари за порадою блогерів у соціальних мережах, що свідчить про те, що вплив блогерів на споживачів є помітним. Проте не менш великою за кількістю відповідей були ті, хто не купує товари за порадою блогерів через недовіру до них. Це може бути пов'язано з поганою репутацією деяких блогерів, а також зі скептицизмом щодо об'єктивності їхніх рекомендацій. Також невелика кількість респондентів відповіла, що не купує товари за порадою блогерів через те, що рекламований товар їм не подобається, що може свідчити про те, що вплив блогерів на споживачів може бути значним, навіть якщо товар не є ідеальним.

Для оцінки використовувались наступні критерії (рис.2.8):

- ввічливість персоналу;
- обізнаність персоналу про асортимент та складові напоїв;
- зовнішній вигляд та охайність персоналу;
- знання технології приготування кави.

«Львівські круасани»	
показник	оцінка
Ввічливість персоналу	4
Обізнаність про асортимент та складові напоїв	5

Зовнішній вигляд та охайність персоналу	3
Знання технології приготування кави	3

Рис. 2.8 Оцінка рівня обслуговування споживачів

Тож, проведений аналіз стану кав'ярні "Львівські круасани" вказує на те, що підприємство знаходиться у доброму стані, має стабільний обіг та прибуток, а також здійснює різноманітні маркетингові та організаційні заходи для збільшення своєї клієнтської бази та розширення асортименту послуг. Проте, підприємству необхідно і надалі продовжувати здійснювати маркетингові заходи та розглянути можливість розширення своєї діяльності на нові ринки, зокрема в інших містах України або за її межами.

В цілому, Україна має значну кількість малих підприємств, що свідчить про потужний сектор малого бізнесу у країні. Однак, порівняно з деякими розвиненими країнами, такими як США та Велика Британія, показники кількості малих підприємств в Україні є вищими. Світовий досвід показує, що розвинені країни з підвищеним рівнем економічного розвитку мають досить високу кількість малих підприємств, що сприяє розвитку економіки та забезпеченню зростання зайнятості.

2.2. Фактори, що впливають на розвиток та успішність малих підприємств

Розвиток та успішність малих підприємств залежить від багатьох факторів, серед яких можна виділити наступні [4]:

1. Людський капітал: кваліфікація та мотивація персоналу, який є ключовим ресурсом малого підприємства.
2. Фінансові ресурси: наявність достатнього капіталу для запуску та розвитку бізнесу.
3. Ринок: розуміння та аналіз ринку, дослідження потреб та попиту на товари та послуги малого підприємства.

4. Конкуренція: аналіз та вивчення конкурентного середовища, визначення конкурентних переваг та недоліків в порівнянні з іншими гравцями на ринку.

5. Інновації та технології: використання новітніх технологій та інноваційних рішень для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

6. Регулювання та законодавство: знання та дотримання правових вимог та стандартів, що регулюють діяльність малого підприємства.

7. Співпраця та партнерство: встановлення співпраці з постачальниками, партнерами та клієнтами для забезпечення стабільного розвитку та успіху бізнесу.

Зазначені фактори взаємодіють між собою та впливають на успішність малого підприємства, тому їх врахування та оптимізація є важливим для досягнення успіху у бізнесі.

Успішність малих підприємств може бути сильно залежною від обраної моделі підприємництва. Існують дві моделі підприємництва: класична та інноваційна.

Класична модель зосереджена на максимізації прибутку, використовуючи наявні ресурси фірми. Спочатку визначається наявність ресурсів, потім вивчаються можливості досягнення мети і обирається найбільш вигідний варіант.

Інноваційна модель передбачає використання будь-яких можливостей (в межах закону) для досягнення мети. Спочатку визначається мета, потім вивчається зовнішнє середовище і шукаються альтернативні можливості. Потім оцінюються власні ресурси та шукаються додаткові джерела у зовнішньому середовищі, якщо потрібно. Обирається найбільш вигідний альтернативний варіант і використовуються власні та зовнішні ресурси для його реалізації. А зовнішнє середовище - це умови, які не залежать від фірми, але мають важливе значення для її розвитку та бізнес-стратегії.

Класична модель може бути вдалою, якщо компанія має досвід та надійних партнерів, які забезпечують стабільний попит на її товари або послуги. Однак, ця модель може бути недостатньо ефективною в умовах зростаючої конкуренції та швидкоплинних змін на ринку.

Інноваційна модель підприємництва, з іншого боку, може забезпечити більшу успішність в умовах зростаючої конкуренції та змінного ринкового середовища. Ця модель сприяє створенню інноваційних продуктів та послуг, що можуть привернути нових клієнтів.

Отже, успішність малих підприємств може бути залежною від моделі підприємництва, обраної компанією. Вибір моделі повинен здійснюватися з урахуванням конкретної ситуації на ринку та можливостей компанії.

Для розвитку підприємництва також необхідні відповідні умови, які можна об'єднати в чотири основні групи: економічні, політичні, психологічні та юридичні. Розглянемо їх детальніше:

1. Основні економічні моменти для відродження підприємництва включають роздержавлення, приватизацію, усунення монополізму, наявність ринкової інфраструктури (банки, біржі, постачально-збутові організації, транспортна система тощо), а також самостійність та свободу вибору й ухвалення рішень.

2. Першочергові політичні умови включають стабільність в країні та розвиток процесу демократизації, підвищення авторитету уряду та довіри до нього народу.

3. Наявність сприятливого психологічного клімату серед населення також є важливим фактором для розвитку підприємництва.

4. Наявність юридичних законів, які сприяють розвитку підприємництва, захищають його та підтримують, є не менш важливою умовою.

5. Важливо розрізняти підприємництво від наукових досліджень, конструювання нових виробів, розробки дизайну чи торговельної марки,

побудови типового технологічного процесу. Хоча ці складові є передумовами для виробництва та бізнесу, їх впровадження без підприємництва може залишитись лише на папері.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Великий бізнес досить швидко адаптується до викликів економічних криз, має певний фінансовий резерв для запобігання банкрутству. В той же час найбільш уразливими в нинішніх умовах порушення макроекономічної стабільності виявилися суб'єкти малого підприємництва, які не мають достатньої «подушки безпеки». Проте, на відміну від великого, малий бізнес – більш мобільний. Через меншу кількість формальностей та погоджень він швидше реагує на вимоги ринку, оперативніше впроваджує новації, звичайно, якщо має на це певні бюджети.

На сьогодні, уряд України визнає мале підприємництво провідною силою в здоланні негативних тенденцій в економіці і у сталому розвитку суспільства. Суб'єкти малого підприємництва в Україні й по всьому світу докладають багато зусиль для адаптації до нової ситуації в економіці.

Сьогодні формується потужний прошарок українських виробників, які пропонують якісні товари і послуги та можуть конкурувати на міжнародних ринках. Однак, вибудовування ефективної діяльності підприємства складний процес, особливо помітно у трансформаційні для країни часи.

На жаль, в умовах військової агресії РФ проти України, крім позитивних чинників, що сприяють розвитку малого підприємництва, є й негативні. Труднощі з придбанням необхідного обладнання, недостатній розвиток ринку збуту продукції, незахищеність працівників цих підприємств тощо. Однак ключовим є недостатність фінансових ресурсів.

Увага держави сьогодні зосереджена на особливостях роботи в умовах воєнного стану. Зокрема, це відновлення роботи ради підприємців при Кабінеті Міністрів України; відшкодування збитків бізнесу внаслідок військової агресії РФ; оплата бізнесом тарифів на комунальні послуги;

особливості приватизації та оренди державного майна у період воєнного стану [3].

Україна має розвинену сферу малого підприємництва, яка забезпечує значну частину зайнятості та внесок до економіки країни. Однак, розвиток малих підприємств в Україні має свої особливості, серед яких можна виділити наступні:

Перешкоди від держави: не прозоре законодавств, процедури реєстрації та отримання дозволів довгі та складні, високі податки та регулювання з боку держави змушують малі підприємства працювати в умовах високої незабезпеченості.

Низький рівень фінансування: не готовність банків кредитувати малі бізнеси через високі ризики та невелику кількість гарантій.

Отже, уряду країни й надалі потрібно покращувати ситуацію у цій сфері, зокрема шляхом. створення відповідної правової бази розвитку малого підприємництва, фінансово-кредитної та матеріально-технічної підтримки, науково-методичного, інформаційно-консультативного та кадрового забезпечення малого підприємництва [10].

Наразі, за словами заступниці Міністра економіки України Урядом передбачено у 2023 році на програму мікрогрантів “Власна справа” 1,8 млрд грн, що дозволить видати українцям понад 7000 мікрогрантів на започаткування та розвиток бізнесу. Отримувачі цих коштів, створять багато робочих місць, адже обов’язковою умовою надання мікрогранту є створення підприємцем одного-двох робочих місць, залежно від суми гранту. І це позитивно вплине на ринок праці.

В результаті аналізу програми мікрогрантів 2022: близько 30% отримувачів працюють в сфері оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспорту, 20% - в сфері переробної промисловості, 13% - тимчасового розміщування й організації харчування. Найбільше грантоотримувачів було у Києві, Львові та Рівному.

Таким чином, мале підприємництво є важливою складовою економіки України. Основні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні на сьогоднішній день наступні:

– Зростання кількості малих підприємств. За офіційними даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, станом на кінець 2021 року в Україні було зареєстровано більше 1,6 млн малих підприємств.

– Розвиток ІТ-сектору та креативної економіки. Україна має значний потенціал у сфері ІТ-технологій та креативної економіки, що є популярними серед молодих підприємців.

– Розвиток експортного потенціалу. Україна має високий потенціал для розвитку експорту, зокрема малі підприємства, що активно займаються виробництвом та експортом товарів і послуг.

– Популяризація соціального підприємництва. Соціальне підприємництво – це напрямок, який спрямований на досягнення соціальної мети, а не максимізацію прибутку. Україна є однією з країн, де цей напрямок стає все більш популярним.

– Розвиток франчайзингу. Франчайзинг – це форма співпраці між франчайзером та франчайзі, за якої франчайзер надає франчайзі право використовувати свій бізнес-формат, товари та послуги.

Тож, такі тенденції вказують на те, що малий бізнес в Україні має перспективи для подальшого розвитку та становить важливий рушій економіки країни.

Висновок

Малі підприємства є важливим сегментом економіки України, оскільки вони сприяють забезпеченню зайнятості населення, зростанню ВВП країни та збільшенню обсягу виробництва. Економічна сутність малих підприємств полягає в тому, що вони є самостійними підприємницькими структурами, які мають обмежені ресурси та здатні до маневрування на ринку в умовах конкуренції.

В роботі визначено основні функції малих підприємств полягають у задоволенні попиту населення на товари та послуги, створенні нових робочих місць, використанні інноваційних технологій та розвитку соціально-економічного потенціалу регіонів. Також розглянуто особливості розвитку малих підприємств України, які полягають у відсутності стабільного законодавства та бізнес-клімату, недостатньому рівні доступу до фінансування та кваліфікованої робочої сили, обмеженості ринку збуту, високій конкуренції, труднощах у підготовці та впровадженні інновацій та відсутності сприятливих умов для розвитку франчайзингу.

Аналіз стану малих підприємств в Україні показує, що вони є важливим сегментом економіки країни, який має значний потенціал для подальшого розвитку. Однак, деякі проблеми є перешкодою для досягнення повного потенціалу малих підприємств.

За даними Державної служби статистики України, український малий бізнес становить понад 97% від загальної кількості підприємств в країні. Більше половини малих підприємств працюють у сфері торгівлі та ремонту автомобілів, а також у сфері послуг та оптово-роздрібної торгівлі.

За результатами досліджень, основними проблемами малих підприємств в Україні є високі податкові та бюрократичні навантаження, недостатній доступ до фінансування, нестабільний бізнес-клімат та високі ризики корупції. Крім того, існують проблеми з розвитком інфраструктури та відсутністю

підтримки від держави, включаючи підтримку інноваційного та експортного потенціалу малих підприємств.

Отже, зведення всіх досліджень та аналізів дає можливість зробити наступний висновок щодо тенденцій розвитку малого підприємництва в Україні: малі підприємства у нашій країні мають значний потенціал для подальшого розвитку та відтворення, але потребують підтримки з боку держави, зокрема шляхом спрощення процедур реєстрації та оподаткування, підвищення рівня доступності кредитів та створення сприятливих умов для розвитку нових технологій та інноваційних проектів.

РЕЗЮМЕ

Малі підприємства в Україні відіграють важливу роль у розвитку економіки та забезпеченні зайнятості населення. Вони мають свої особливості, які відрізняють їх від великих компаній, зокрема, гнучкість у прийнятті рішень, швидкість реакції на зміни в економічному середовищі та можливість використання новітніх технологій.

Також є важливим сегментом економіки України, оскільки сприяють забезпеченню зайнятості населення, зростанню ВВП країни та збільшенню обсягу виробництва. Їх економічна сутність полягає в тому, що вони є самостійними підприємницькими структурами, які мають обмежені ресурси та здатні до маневрування на ринку в умовах конкуренції.

Мале підприємництво в Україні є важливою галуззю економіки, яка розвивається відповідно до деяких тенденцій. Ці тенденції включають збільшення кількості малих підприємств, розвиток ІТ-сектору, експортного потенціалу, соціального підприємництва та франчайзингу. Враховуючи ці фактори, малий бізнес в Україні має перспективи для подальшого розвитку та становить важливий рушій економіки країни.

Успішність малих підприємств залежить від різних факторів, таких як людський капітал, фінансові ресурси, ринок, конкуренція, інновації та технології, регулювання та законодавство, співпраця та партнерство. Взаємодія цих факторів впливає на успішність малого підприємства, тому їх оптимізація є важливим для досягнення успіху в бізнесі.

Малий бізнес є важливим стимулятором розвитку економіки країни, а його роль у господарських умовах ринку набуває все більшої значущості. У контексті сучасної глобалізації, швидких технологічних змін та зростаючої конкуренції, малі підприємства мають унікальні можливості та виклики, які впливають на їхню роль у формуванні ринкової економіки.

Було проведено аналіз стану кав'ярні "Львівські круасани", згідно з яким можна сказати, що підприємство є стабільним та успішним, яке активно залучає клієнтів та збільшує свій асортимент. Щоб зберегти свої позиції та розширитися, варто продовжувати проводити маркетингові заходи та розглянути можливість виходу на нові ринки.

Мале підприємництво є провідною силою у сталому розвитку України і світу, але будівництво ефективної діяльності складний процес, особливо в трансформаційні для країни часи. На сьогодні, умови військової агресії РФ проти України ускладнюють ситуацію, особливо в недостатності фінансових ресурсів. Проте, українські виробники формують потужний прошарок, що може конкурувати на міжнародних ринках малого бізнесу у країні.

Підприємства малого бізнесу стикаються з перешкодами у вигляді непрозорого законодавства, складних процедур реєстрації та отримання дозволів, високих податків та державного регулювання. Банки не готові кредитувати малі бізнеси через високі ризики та невелику кількість гарантій. Уряд повинен створювати відповідну правову базу, фінансову та матеріально-технічну підтримку, науково-методичну, інформаційно-консультативну та кадрову підтримку малого підприємництва.

Отже, після аналізу всіх досліджень та даних можна зробити висновок, що малі підприємства в Україні мають великий потенціал для подальшого розвитку та збільшення їх кількості. Проте, для цього необхідна підтримка від держави, яка має полягати у спрощенні процедур реєстрації та оподаткування, поліпшенні доступності кредитів та створенні сприятливих умов для розвитку нових технологій та інноваційних проектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Основи галузевої економіки і підприємництва <http://surl.li/gzhme>
2. Коротка характеристика та класифікація підприємств <http://surl.li/gzhmi>

Стецюк Аліна Юріївна

Група Ма 02-21

Факультет туризму, бізнесу і психології

3. Король С.П. Сучасні тенденції розвитку малого бізнесу в країнах Європейського союзу
4. Руденко Г.Г. «Теорія і практика сучасної підприємницької діяльності» // Персонал. - 2006. - №1 - с.86-88;
5. Я. Малик, О. Киричук, І. Залуцький. «Європейський Союз» Львів, 2006. — 610 с
6. У Господарському кодексі збираються розкрити критерії середнього бізнесу URL: <https://cutt.ly/f6bGFLf>
7. Національна мережа пекарень - Lviv Croissants URL: <https://cutt.ly/X6bGwle>
8. Іванілов О.С. Економіка підприємства : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О. С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
9. Організація обліку на підприємствах малого бізнесу: нормативно-правовий аспект Хмелюк А.В URL: <http://surl.li/gzhol>
10. Уряд видасть у 2023 році понад 7000 мікрогрантів на старт і розвиток малого бізнесу в рамках проекту єробота, - тетяна бережна <http://surl.li/evjik>
11. У 2023 році продовжує діяти обласна програма підтримки малого та середнього бізнесу URL: <http://surl.li/gzhoy>
12. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України / О.І. Тимченко // Ефективна економіка № 6, 2015.
13. Васильєва Д.В. Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Д.В. Васильєва // Механізм регулювання економіки, 2011, № 3.
14. Терещенко Я.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в Україні URL: