

інших маркетингових інструментів. Це забезпечить надходження інвестицій, розвиток туристичної та інших галузей, більш ефективне використання наявних ресурсів, підвищення рівня і якості життя населення, а в кінцевому рахунку – комплексний розвиток регіону і підвищення його конкурентоспроможності як у короткостроковому, так і у довгостроковому горизонтах.

Отже, територіальний маркетинг має велике значення для розвитку території, проводиться в інтересах її як єдиного цілого і структурних елементів її складових і спрямований на внутрішніх і на зовнішніх суб'єктів, в увазі яких зацікавлена територія. Для його впровадження потрібна добра воля місцевої влади і співпраця з представниками бізнесу, громадськості і членами територіальної громади, хоча при цьому існують ризики формального підходу до процесу і зосередження уваги на впровадженні проектів, які мають короткостроковий ефект.

Анастасія Сергіївна Левченко – студентка III курсу Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ

Неля Олександрівна Чмиркова – студентка III курсу Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: **Вадим Іванович Сапич** – доцент кафедри соціально-
економічних дисциплін Сумської філії Харківського національного
університету внутрішніх справ, кандидат економічних наук, доцент

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Світовий досвід і практика господарювання показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Найбільш динамічним елементом структури народного господарства, що постійно змінюється, є малий бізнес.

Розвиток малого бізнесу, який у всьому світі є основним із рушіїв економіки, в Україні не має суттєвих змін. Наприклад, у Данії малий бізнес створює 80% ВВП, в Італії – 60%, а в середньому в країнах ЄС близько 55 – 60%. Разом із тим в Україні, незважаючи на те, що малими вважаються 90% всіх зареєстрованих приватних підприємств, їх питома вага у ВВП не перевищує 12-14% [1].

Згідно зі ст. 55 Господарського кодексу України під поняттям «мале підприємство» розуміється:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи-суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України[2].

Разом із тим малий бізнес в Україні має певні риси, які суттєво відрізняють його від підприємництва більшості зарубіжних країн, а саме:

1) неймовірно важкий тягар оподаткування, що примушує багатьох суб'єктів малого підприємництва звернути в тіньову економіку;

2) обмеженість або повна відсутність матеріально-фінансових ресурсів;

3) низький рівень технічної озброєності при значному інноваційному потенціалі;

4) прагнення до максимальної самостійності (більшість зарубіжних малих підприємств працює за умов франчайзингу, субпідряду тощо, а у нас це відсутнє);

5) поєднання в межах одного малого підприємства декількох видів діяльності, неможливість у більшості випадків орієнтуватися на однопродуктову модель розвитку;

6) відсутність повної і вірогідної інформації про стан та кон'юнктуру ринку, низький рівень консультаційних послуг та спеціальних освітніх програм;

7) практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки, недовіра західних партнерів та негативне психологічне ставлення населення до підприємців.

Аналіз стану та проблем розвитку малого бізнесу в Україні свідчить про те, що подальший розвиток ситуації без активного та позитивного втручання держави може привести до згортання (в основному – через подальшу тінізацію) даного сектора економіки з відповідним загостренням економічних проблем та посиленням соціальної напруги. Тому виникає необхідність дієвої державної політики підтримки малого бізнесу. Вирішення цього завдання має зосереджуватися на таких основних напрямках:

- вирішення питань щодо організаційного забезпечення малого підприємництва, насамперед: розробити та прийняти цільові і регіональні програми розвитку та підтримки малого підприємництва з відповідним фінансовим та організаційним забезпеченням;

- впровадити єдину вертикальну систему органів виконавчої влади з питань малого підприємництва від Кабінету Міністрів України до обласних та районних державних адміністрацій;

- передбачити використання державних кредитних ліній для підтримки малого підприємництва із зазначенням середнього розміру

позики, процентної ставки та секторів кредитування за умови створення нових робочих місць;

- створити спеціалізовану банківську установу або установи з кредитування малого підприємництва;
- розробити механізм цільового використання коштів Фонду сприяння зайнятості населення на розвиток малого підприємництва;
- запровадити у навчальні програми навчальних закладів основи підприємницької діяльності та організації малого підприємництва;
- знизити рівень податків та обмежити їх кількість.

Отже, розвиток малого бізнесу має, безперечно, позитивне значення для національної економіки, що значно обумовить створення сучасної ринкової економіки з соціальною спрямованістю. Малий бізнес має низку економіко-виробничих та соціально-економічних переваг, а саме: гнучкість, динамізм, пристосування до мінливостей технології, здатність оперативно створювати та упроваджувати нову техніку та технології, забезпечення соціальної стабільності, насичення ринку праці новими робочими місцями, відкритість доступу та легкість входження до цього сектора економіки. Для ефективного розвитку малого підприємництва в Україні необхідно створити механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором. Становлення малого бізнесу в Україні – це тривалий процес, який повинен мати певну етапність, враховуються економічний стан країни, існуючі проблеми на макро – та мікрорівнях.

Література

1. Матеріали з порталу виконавчої влади «Урядовий портал» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua>.

Олександра Михайлівна Маринич – студентка I курсу
факультету № 6 Харківського національного університету
внутрішніх справ

Науковий керівник: **Вячеслав Ксенофонович Васенко** –
професор кафедри соціально-економічних дисциплін Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ,
доктор економічних наук, професор

СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Ринкова трансформація економіки зумовлює підвищення ролі страхового ринку, визначає необхідність створення дієвої системи страхового захисту з метою забезпечення стабільності розвитку та