

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК 334.012.64 (477)

Жадько Костянтин Степанович

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університет митної справи та фінансів*

Жадько Константин Степанович

*доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой предпринимательства и экономики предприятия
Университет таможенного дела и финансов*

Zhadko Kostiantyn

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Entrepreneurship and Enterprise Economics
University of Customs and Finance*

Фещенко Ольга Михайлівна

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університет митної справи та фінансів*

Фещенко Ольга Михайловна

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры предпринимательства и экономики предприятия
Университет таможенного дела и финансов*

Feschenko Olga

*Candidate of Sciences in Technology, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Entrepreneurship and Enterprise Economics
University of Customs and Finance*

ORCID: 0000-0003-2379-9452

Онищенко Ульяна Віталіївна

студентка

Університету митної справи та фінансів

Онищенко Ульяна Витальевна

студентка

Университета таможенного дела и финансов

Onyshchenko Uliana

Student of the

University of Customs and Finance

**РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНОЇ
ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ
СОВРЕМЕННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

**THE DEVELOPMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE
CONDITIONS OF MODERN TRANSFORMATION OF THE ECONOMY
OF UKRAINE**

***Анотація.** У статті, на основі статистичного огляду, розглянуті основні напрямки розвитку торговельного підприємництва, виявлені сучасні тенденції розвитку торгівельного підприємництва в Україні, дослідженні стан та основні проблеми розвитку малого підприємництва. Запропоновані шляхи розвитку малого бізнесу.*

Підприємництво – провідний сектор ринкової економіки, який забезпечує насиченість ринку товарами і послугами, сприяє здоровій конкуренції, створює новий прошарок підприємця – власника. Сьогодні саме з малим підприємництвом держава пов'язує надію на швидкі позитивні

структурні зміни в економіці, боротьбу з економічними кризами та створення умов для розширеного відтворення господарства.

Передумовами та визначальними факторами розвитку підприємницької діяльності являються приватна власність, вільна діяльність та конкуренція.

Утвердження і розвиток приватної власності, свободи підприємницької діяльності неможливі без малого бізнесу. Як зазначено в Законі України «Про державну підтримку малого підприємництва», воно розглядається як «провідна сила в подоланні негативних процесів в економіці та забезпеченні сталого позитивного розвитку суспільства як одна із сфер забезпечення зайнятості населення, запобіганню безробіттю, створенню нових робочих місць».

Малі підприємства є невід'ємною частиною соціально-економічної країни. По-перше, вони сприяють підтримці стабільності ринкових відносин, оскільки значна частина населення втягується в цю систему відносин (на думку зарубіжних вчених, стабільність системи забезпечується за умови, що 20-30 % громадян України мають власну справу). По-друге, вони гарантують необхідну мобільність виробництва в умовах ринку, поглиблення спеціалізації й широкий розвиток кооперації виробництва, без яких немислима його висока ефективність. Зрештою, це веде до динамічності господарського розвитку й зростання національної економіки. По-третє, роль малих підприємств у діяльності великих і середніх підприємств постійно зростає. Особливе значення має здатність малих підприємств розширювати сферу доповнення праці, створювати нові можливості не тільки для працевлаштування, а й, насамперед, для підприємницької діяльності населення та використання вільних виробничих можливостей.

Підприємства, які здійснюють декілька видів діяльності (багатопрофільні), належать до малих на підставі критерію того виду діяльності, який приносить найбільшу частку сумарної виручки від реалізації продукції (виконаних робіт, наданих послуг). Під суб'єктами малого підприємництва розуміються також фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю без утворення юридичної особи.

Як показує досвід, малий бізнес дає змогу створити умови для підвищення зацікавленості кожного працівника в кінцевих результатах праці.

Кабінет Міністрів України в межах своїх повноважень здійснює фінансову підтримку розвитку малого підприємництва, спрямовує, координує і контролює діяльність органів виконавчої влади, які забезпечують проведення державної політики щодо її підтримки.

Ключові слова: мале підприємництво, малий бізнес, суб'єкти малого підприємництва, торговельне підприємництво.

Анотація. В статье, на основе статистического обзора, рассмотрены основные направления развития торгового предпринимательства, выявлены современные тенденции развития торгового предпринимательства в Украине, исследованы состояние и основные проблемы развития малого предпринимательства. Предложены пути развития малого бизнеса.

Предпринимательство - ведущий сектор рыночной экономики, который обеспечивает насыщенность рынка товарами и услугами, способствует здоровой конкуренции, создает новый слой предприниматель - собственник. Сегодня именно с малым предпринимательством государство связывает надежду на быстрые позитивные структурные изменения в экономике, борьбу с экономическими кризисами и создание условий для расширенного воспроизводства хозяйства.

Предпосылками и определяющими факторами развития предпринимательской деятельности являются частная собственность, свободная деятельность и конкуренция.

Утверждение и развитие частной собственности, свободы предпринимательской деятельности невозможно без малого бизнеса. Как указано в Законе Украины «О государственной поддержке малого предпринимательства», оно рассматривается как «ведущая сила в преодолении негативных процессов в экономике и обеспечении устойчивого позитивного развития общества как одна из сфер обеспечения занятости населения, предотвращения безработицы, создания новых рабочих мест».

Малые предприятия являются неотъемлемой частью социально-экономической страны. Во-первых, они способствуют поддержанию стабильности рыночных отношений, поскольку значительная часть населения вовлекается в эту систему отношений (по мнению зарубежных ученых, стабильность системы обеспечивается при условии, что 20-30% граждан Украины имеют собственное дело). Во-вторых, они гарантируют необходимую мобильность производства в условиях рынка, углубление специализации и широкое развитие кооперации производства, без которых немислима его высокая эффективность. В конце концов это ведет к динамичности хозяйственного развития и роста национальной экономики. В-третьих, роль малых предприятий в деятельности крупных и средних предприятий постоянно растет. Особое значение имеет способность малых предприятий расширять сферу дополнения труда, создавать новые возможности не только для трудоустройства, но и, прежде всего, для предпринимательской деятельности населения и использования свободных производственных возможностей.

Предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к малым на основании критерия того вида деятельности, который приносит наибольшую долю суммарной выручки от реализации продукции (выполненных работ, оказанных услуг). Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Как показывает опыт, малый бизнес позволяет создать условия для повышения заинтересованности каждого работника в конечных результатах труда.

Кабинет Министров Украины в пределах своих полномочий осуществляет финансовую поддержку развития малого предпринимательства, направляет координирует и контролирует деятельность органов исполнительной власти, обеспечивающих проведение государственной политики по ее поддержке.

Ключевые слова: *малое предпринимательство, малый бизнес, субъекты малого предпринимательства, торговое предпринимательство.*

Summary. *The article, based on a statistical review, considers the main directions of trade entrepreneurship, identifies current trends in trade entrepreneurship in Ukraine, the study of the state and main problems of small business development. The ways of development of small business are offered.*

Entrepreneurship is a leading sector of the market economy, which provides market saturation with goods and services, promotes healthy competition, creates a new layer of entrepreneur - owner. Today, the state connects with small business the hope for quick positive structural changes in the economy, the fight against

economic crises and the creation of conditions for expanded reproduction of the economy.

Prerequisites and determining factors for the development of entrepreneurial activity are private property, free activity and competition.

The establishment and development of private property, freedom of entrepreneurial activity is impossible without small business. As stated in the Law of Ukraine "On State Support of Small Business", it is considered as "a leading force in overcoming negative processes in the economy and ensuring sustainable positive development of society as one of the areas of employment, unemployment prevention, job creation."

Small enterprises are an integral part of the socio-economic country. Firstly, they help maintain the stability of market relations, as a significant part of the population is involved in this system of relations (according to foreign scholars, the stability of the system is provided provided that 20-30% of Ukrainian citizens have their own business). Secondly, they guarantee the necessary mobility of production in market conditions, deepening specialization and broad development of production cooperation, without which its high efficiency is inconceivable. Ultimately, this leads to the dynamics of economic development and growth of the national economy. Thirdly, the role of small enterprises in the activities of large and medium-sized enterprises is constantly growing. Of particular importance is the ability of small businesses to expand the scope of supplementation of labor, to create new opportunities not only for employment, but also, above all, for entrepreneurial activity of the population and the use of free production opportunities.

Enterprises that carry out several types of activity (multidisciplinary) are small on the basis of the criterion of the type of activity that brings the largest share of total revenue from sales (work performed, services rendered). Small

businesses also include individuals who engage in entrepreneurial activities without forming a legal entity.

Experience shows that small business makes it possible to create conditions for increasing the interest of each employee in the final results of work.

The Cabinet of Ministers of Ukraine, within its powers, provides financial support for the development of small business, directs and coordinates the activities of executive bodies that ensure the implementation of state policy to support it.

Key words: *small entrepreneurship, small business, small entrepreneurship entities, trade entrepreneurship.*

Постановка проблеми. Останнім часом актуальним питанням є дослідження стану та проблем розвитку малого підприємництва, що дає змогу отримати точну інформацію щодо ефективності його діяльності та визначити рівень впливу на національну економіку, адже саме малий бізнес є показником рівня розвитку держави.

Діяльність малих підприємств, направлена, насамперед, на реалізацію власних економічних інтересів, охоплює виробничу, комерційну, фінансову, страхову галузі. Успішне функціонування малого бізнесу позитивно впливає на формування конкурентного середовища, обумовлюючи його роль як потужного двигуна економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошуками ролі та аналізом малого підприємництва в Україні займалися такі вітчизняні науковці, як: К. Жадько [3], В.К. Збарський [4], І.М. Рєпіна [9], О.М. Фещенко [14], Т.В. Черничко [16], Г. Чижиков [17], І.В. Юрко [18] та інші.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Потребують уваги і більш детального дослідження проблеми розвитку малого

підприємництва, різноманітних форм підтримки суб'єктів малого підприємництва, застосування спрощеної системи оподаткування, фінансування малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах системної перебудови національної економіки підприємницький сектор виконує свою провідну роль і виступає гарантом стабільності економіки та підвищення рівня життя її громадян [16, с. 153]. Він представлений малим, середнім та великим підприємництвом, які гармонійно співіснують та доповнюють один одного. Але, на відміну від двох останніх, малий бізнес є найбільш чисельним, а тому і визначальним сектором економіки (рис. 1).

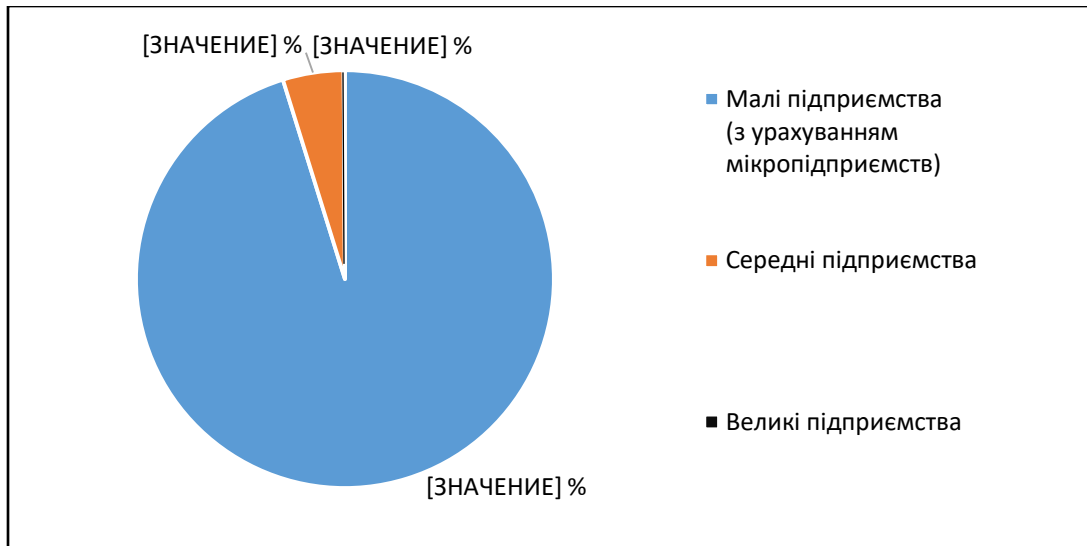


Рис. 1. Структура підприємств України, 2019 рік

Джерело: складено авторами на основі даних [2]

Аналіз показників кількості малих підприємств, протягом 2016–2019 років, на території України вказав: у 2016 році в економіці України існувало 291154 малих підприємств; наступного року з'явилася позитивна динаміка, і у 2017 році їх кількість була вже 322920 підприємств, у 2018 році цей показник становив 339374 одиниць. У 2019 році відбулося значне збільшення кількості підприємств на 22954 одиниць, що сягає позначки 362328 суб'єктів малого

підприємництва, і є найбільшим показником обсягу підприємств у 2016–2019 роках. Отже, можна зробити висновок, що відбувалось збільшення кількості малих підприємств протягом 4 років.

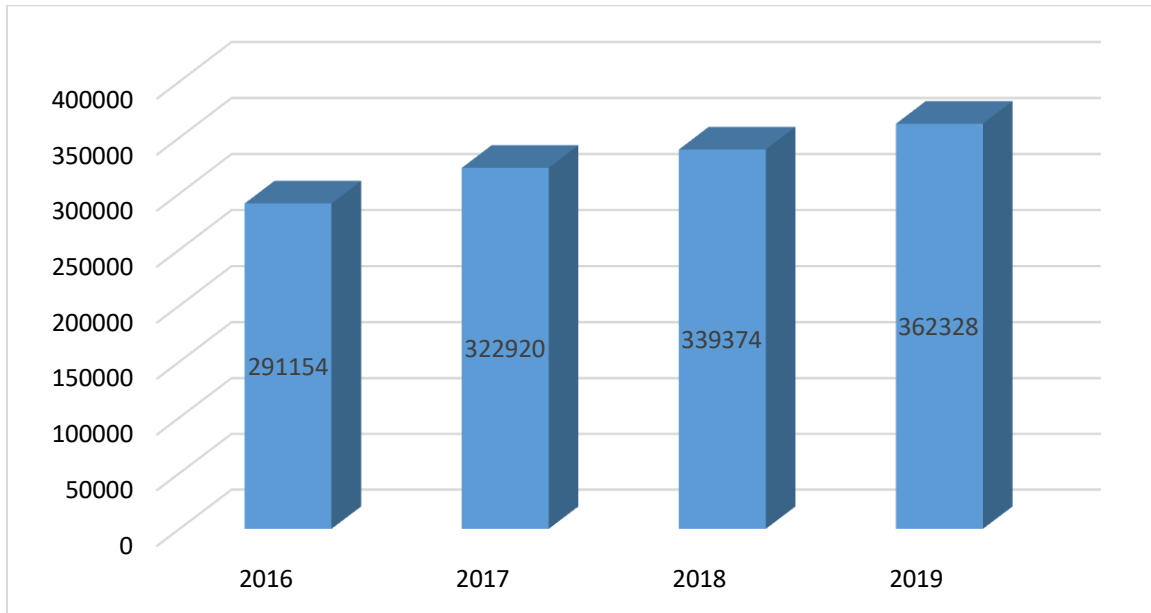


Рис. 2. Кількість малих підприємств в Україні, станом на 2016–2019 роки

Джерело: складено авторами на основі даних [2]

Малий бізнес – це також створення нових робочих місць та альтернатива найманій праці. Розвиток малого бізнесу є дуже важливим для формування середнього класу суспільства [12, с. 848]. За підсумками 2019 р. кількість зайнятих працівників у малому бізнесі становила 1746,6 тис. осіб. Загалом, впродовж 4 років спостерігалась позитивна динаміка, з 2016 по 2019 рр. кількість зайнятих працівників зросла на 154,9 тис. осіб, а кількість зайнятих працівників – на 77,4 тис. осіб, що можна побачити на рисунку 3.

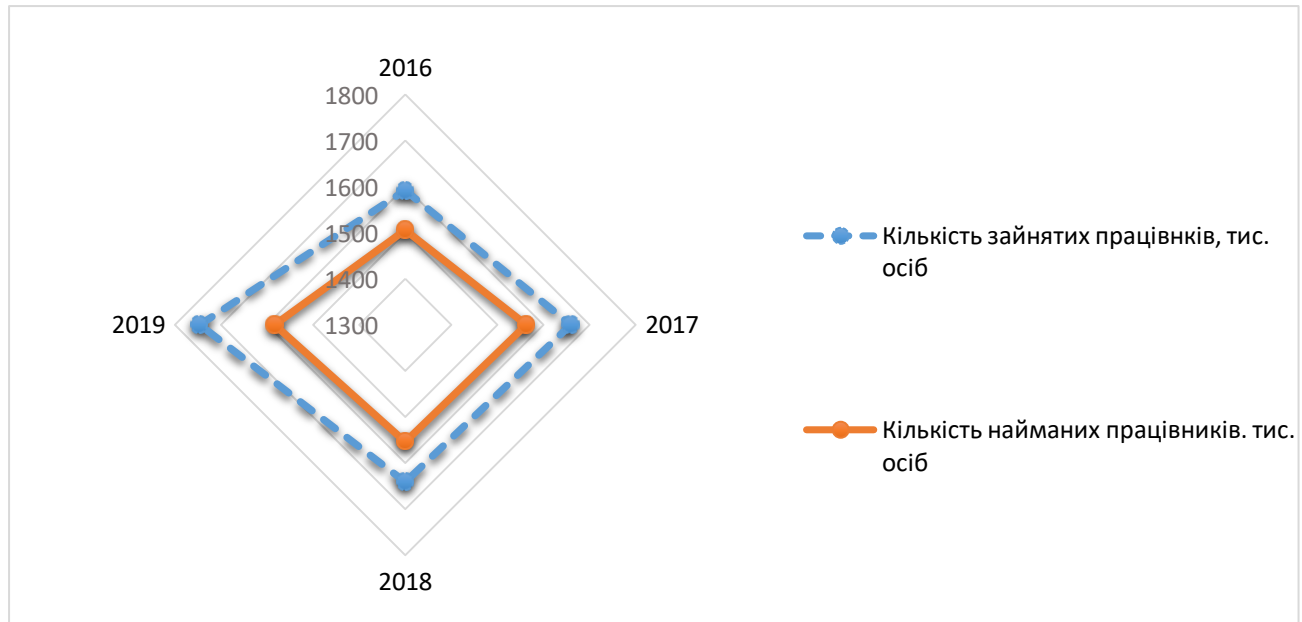


Рис. 3. Показники діяльності малих підприємств в Україні за 2016-2019 рр.

Джерело: складено авторами на основі даних [2]

Взагалі, малий бізнес – це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та громадян-підприємців (фізичних осіб), здійснювана на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично – це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, спрямована на реалізацію власного економічного інтересу [4, с.127].

Аналіз досвіду промислово розвинених європейських країн показує, що мале підприємництво - основа господарської системи і стабільної, конкурентоспроможної економіки держави. Саме малий бізнес може позитивно вплинути на економіку країни: забезпечити подолання стагнаційних тенденцій розвитку регіонів, розвиток сприятливого середовища для впровадження інновацій у всі сфери господарської діяльності з метою подолання регіональних диспропорцій та досягнення якісного економічного зростання. Більш детально вплив малого підприємництва проаналізовано у таблиці 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки розвитку малого підприємництва в економіці України

Переваги	Недоліки
<i>Для бізнесу:</i>	
– запроваджуються досягнення науково-технічного прогресу; – висока гнучкість виробництва; – зменшення кількості управлінських структур; – оперативне прийняття рішень; – високий досвід і кваліфікація персоналу; – мають високу швидкість обігу капіталу; – швидкість реагування на зміни кон'юнктури ринку; – гармонійно співпрацюють з великим і середнім бізнесом	– обмеження номенклатури товарів і послуг; – зростає ризик банкрутства; – чутливість до впливу фінансової кризи; – постійне пристосування до умов ринку; – обмеження власних фінансових ресурсів; – незначні можливості для розширення підприємства; – обмеженість отримання кредитних ресурсів; – велика залежність від рівня державної підтримки
<i>Для держави:</i>	
– зростає зайнятість населення; – працюють у неперспективних галузях; – зростає кількість власників; – швидко насичується ринок товарами і послугами; – зростає надходження податків і зборів; – збалансування галузей народного господарства	– надання пільг в оподаткуванні, ліцензуванні, кредитуванні підприємств; – зростає кількість підприємств-банкрутів; – зростають державні витрати на інформаційну, матеріально-технічну, фінансово-кредитну, інвестиційну підтримку підприємств малого бізнесу

Джерело: складено авторами на основі даних [15, с. 102]

Розвиток малого торговельного підприємництва в Україні є об'єктивним процесом, зумовленим тими ринковими перетвореннями, що здійснюються в державі. Підприємництво у різних формах виступає як невід'ємна частина сучасного суспільного процесу, як рушій економічного прогресу.

Основними сучасними тенденціями розвитку малого торговельного підприємництва в Україні є:

- інтенсивне розширення підприємництва, що виявляється у територіальному охопленні сфери бізнесу, зростанні кількості фізичних осіб-підприємців;
- відбувається інтеграція комерції з виробничою діяльністю. В результаті таких процесів з'являються складні організаційні утворення у формі корпорацій, концернів, асоціацій;
- відбувається зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємців шляхом створення спільних підприємств;
- інтенсивний розвиток комерційного посередництва при стриманому розвитку виробничого;
- розширення сфери послуг (юридичні, страхові, рекламні, мобільний зв'язок) [18, с. 42-44].

Але на сучасному етапі розвитку держави, в умовах нестабільності національної економіки та пандемії коронавірусу, малий бізнес має низку нагальних проблем, таких як фінансування, а саме недоступність кредитних коштів та складність залучення іноземних інвестицій; неможливість забезпечити оплату праці та соціальні гарантії на рівні великих підприємств; значний податковий тягар; складність процедур сертифікації і стандартизації товарів та послуг; неналежний рівень розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва; низький рівень залучення молоді та сільського населення до малого підприємництва тощо.

Під час карантину більша частка малих підприємств була вимушена припинити свою діяльність, що спричинило втрату доходів. В першу чергу, значних втрат зазнали туристичні компанії, перевізники, готелі, хостели, заклади громадського харчування, побутового обслуговування, ТРЦ

(торговельно - розважальні центри), більшість магазинів, спортивних клубів, а також кінотеатри, театри та інші розважальні заклади. Повністю або частково була паралізована робота багатьох комерційних компаній, послуги яких виявилися незатребуваними в умовах карантину. Серед них – івент-агенції та маркетингові компанії. Більшість підприємств малого бізнесу, а це близько 4 млн робочих місць, втратили до 75% доходів. За даними Торгово-промислової палати України, через карантин повністю зупинили роботу 600 - 700 тис. підприємців та підприємств малого бізнесу [17].

Також до проблем, з якими зіткнувся малий бізнес, відносяться й такі: зменшення обсягів замовлень, зрив термінів закупок та поставок, гальмування каналів збуту, нестача коштів для оплати оренди та зарплати персоналу, а також нерівне положення з великими корпораціями.

У цілому, розвиток та діяльність підприємства ґрунтуються на аналізі досягнутого рівня виробництва, на розробці планів подальшої діяльності підприємства, на систематичному контролі, на ухваленні ефективних рішень. Для здійснення цих функцій необхідна об'єктивна інформація про можливості підприємства в досягненні певної мети в різних напрямках діяльності, тобто про його потенціал.

Потенціал підприємства – це атрибутивна динамічна характеристика підприємства як бізнес-системи, виступаюча у вигляді сукупності кадрових, виробничих, інформаційних, фінансових та управлінських складових, які притаманні потенціалу підприємства, не дивлячись на його організаційно-правову форму, сфери його діяльності, форми власності та інших характеристик [1, с. 125].

В теорії потенціалу підприємства використовуються економічні прийоми, алгоритми та методичний інструментарій щодо його формування та оцінки. У практиці підприємств України постають питання удосконалення

механізму оцінки їх потенціалу [11, с. 280]. Оцінка потенціалу підприємства – це упорядкований, цілеспрямований процес визначення в грошовому виразі вартості об'єкта з урахуванням потенційного і реального доходу, який має місце в певний проміжок часу за умов конкретного ринку [13, с. 78].

Зараз існує багато методик оцінки потенціалу підприємства. Однією з них є графоаналітичний метод «квадрат потенціалу», який враховує 4 структурних елементи потенціалу: виробництво, маркетинг, організаційну структуру й менеджмент та фінанси.

Графоаналітичний метод аналізу, названий «квадрат потенціалу», дозволяє системно встановити кількісні і якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку й конкурентоздатності, і на основі цього вчасно обґрунтувати та реалізувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства. Він має кілька особливих теоретичних аспектів, які необхідно враховувати при обґрунтуванні управлінських рішень, особливо тих, які пов'язані з розвитком [5, с. 25].

Форма квадрату потенціалу може бути двох типів. Перший тип має форму правильного квадрата, тобто вектори, що створюють його, повинні бути рівними або прагнути до того, і якщо в результаті аналізу буде отримана фігура, візуально близька до квадрата, то розглянуте підприємство має збалансований потенціал, що є основою успіху його діяльності (рис.4) [5, с. 28].

Другий тип має викривлену форму квадрата. На це можуть бути дві причини: або один вектор розвинений більше другого (хворобливий вектор), або усі вектори розвинуті по-різному (дисгармонія векторів) (рис.5).

Якщо підприємство має другий тип форми квадрата, то його підприємницький потенціал вимагає негайних перетворень, що повинні сприяти поліпшенню збалансованості елементів потенціалу [5, с. 28].

Потенціали підприємств можуть бути проранжовані за величиною: великі, середні і малі. Великий потенціал мають, підприємства, якщо довжина векторів, що створюють квадрат потенціалу підприємства, знаходиться в границях 70-100 умовних одиниць (у.о.); середній – в межах 30-70 у.о.; малий – до 30 у.о. Зовнішній контур квадрата окреслює можливості підприємства для розвитку потенціалу до оптимальних параметрів [5, с. 28].

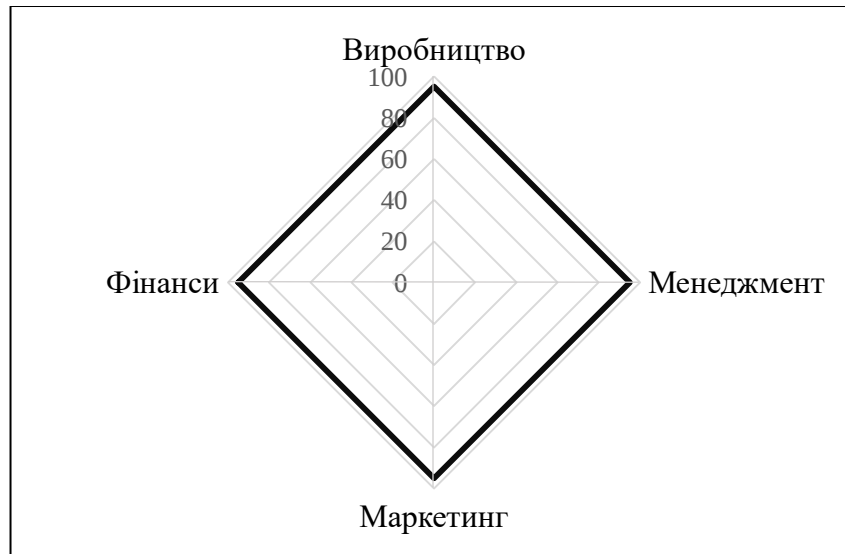


Рис. 4. Квадрат потенціалу першого типу

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

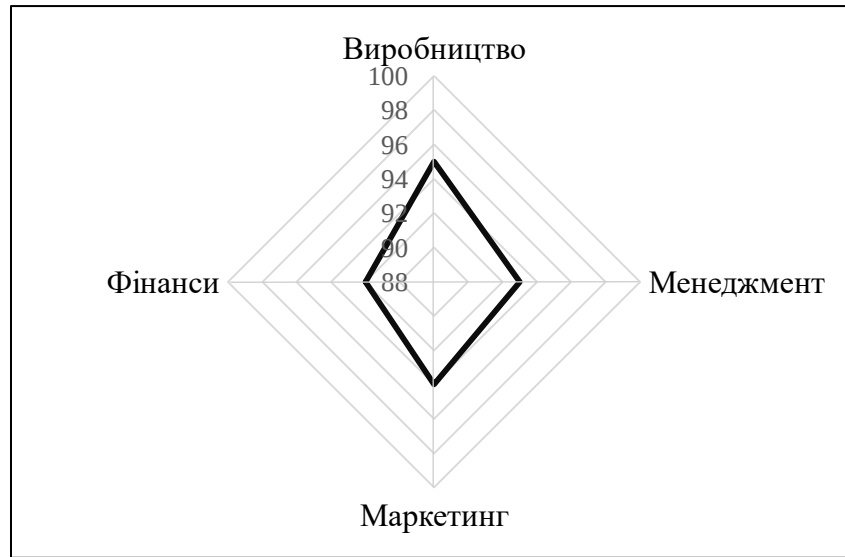


Рис. 5. Квадрат потенціалу другого типу

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

Другий і третій вектори квадрата потенціалу («менеджмент» і «маркетинг») виступають передумовою подальшого розвитку потенціалу підприємства. Четвертий вектор «фінанси» є результативним і характеризує успішність функціонування підприємства.

Існує зв'язок між формою і розміром квадрата потенціалу підприємства і його життєвим циклом. На «стадії розвитку» знаходяться підприємства з формою потенціалу другого типу і розміром, що перетворюється від маленького до середнього в міру розвитку підприємства. На «стадії успіху» розташовані підприємства, форма потенціалу яких належить до першого типу, а його розмір перетворюється із середнього у великий. Стадія занепаду свідчить про негативні явища, що відбуваються з потенціалом підприємства, а саме – про перехід до другої форми потенціалу і зменшенні його розміру йде від великого до середнього, а потім і до малого [5, с. 29].

Продемонструємо алгоритм побудови квадрату потенціалу на уявному підприємстві «Х», порівнявши його потенціал з підприємством-лідером на

ринку «W». Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу буде не суб'єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, а найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі. Такий підхід відповідає практиці ринкової конкуренції, де кожний самостійний товаровиробник намагається за всіма показниками діяльності бути ліпшим за свого конкурента [14, с. 230].

1. Вихідні дані подаються у вигляді матриці (a_{ij}), тобто таблиці, де по рядках записані номери показників ($i = 1, 2, 3, \dots, n$), а по стовпцях – назва підприємств, що розглядаються ($j = 1, 2, 3, \dots, m$) (табл. 2, 3, 4, 5) [5, с. 27].

2. Для кожного показника знаходиться найкраще значення при врахуванні його ваги (k_q), і проводиться ранжирування підприємств із визначенням відповідного місця (колонки 6, 7 у табл. 2, 3, 4, 5).

Таблиця 2

Виробництво, розподіл і збут продукції

№ з/п	Показник	Коеф. чутлив., k_q	«W»	«X»	«W»	«X»
1	Потужність підприємства, тис. т	1,13	20	18,2	1	2
2	Якість продукції, %	1,1	62	65	2	1
3	Фондовіддача, грн	1,02	1,95	1,8	1	2
4	Витрати на 1 грн товарної продукції	1,05	0,81	0,72	2	1
5	Екологія виробництва (штрафи, тис. грн)	1,02	290	360	1	2
6	Прибуток, тис. грн	1,13	19000	21000	2	1
7	Рентабельність виробництва, %	1,11	8	6,5	1	2

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

Таблиця 3

Організаційна структура і менеджмент

№ з/п	Показник	Коеф. чутлив., $k_{\text{ч}}$	«W»	«X»	«W»	«X»
1	Професійність менеджерів, балів	1,2	85	98	2	1
2	Ефективність ОСУ, балів	1,15	27	24	1	2
3	Вік персоналу, % до 45 років	1,15	15	33	1	2
4	Рівень освіти, % з вищою освітою	1,05	10	29	2	1
5	Продуктивність роботи, тис. грн	1,2	68	57	1	2
6	Середньомісячна оплата роботи, грн	1,25	3600	2900	1	2

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

Таблиця 4

Маркетинг

№ з/п	Показник	Коеф. чутлив., $k_{\text{ч}}$	«W»	«X»	«W»	«X»
1	Обсяги постачань на внутрішній ринок, тис. т	1,2	800	960	2	1
2	Місце в експорті, тис. т	1,15	400	640	2	1
3	Фінансування рекламної діяльності, % до загальних витрат підприємства	1,15	0,012	0,1	1	2
4	Фірмовий стиль (розвинуті напрямки), од.	1,15	3	5	1	2
5	Ціна за одиницю продукції, грн	1,1	96	81	1	2
6	Витрати на інноваційну діяльність, тис. грн	1,25	30	18	1	2

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

Таблиця 5

Фінанси

№ з/п	Показник	Коеф. чутлив., $k_{\text{ч}}$	Еталон	«W»	«X»	«W»	«X»
1	2	3	4	5	6	7	8
	Коефіцієнти ліквідності:						
1	Коефіцієнт поточної оцінки	1,05	2-3	2,78	2,95	2	1

2	Коефіцієнт критичної оцінки	1,1	2-3	2,92	2,75	1	2
3	Оборот товарно-матеріальних запасів	1,05	1-5	5	4,6	1	2
4	Термін погашення дебіторської заборгованості	1,05	до 60 днів	1,2	1,5	2	1
Коефіцієнти рентабельності:							
5	Рентабельність продажу	1,15	> 10 %	6,6	9,3	2	1
6	Рентабельність активів	1,05	> 20 %	36,9	31,2	1	2
7	Рентабельність власного капіталу	1,1	близько 100 %	108	141,4	2	1
Показники ефективності:							
8	Оборотність активів, обертів	1,1	3-7	0,16	0,2	1	2
9	Прибуток на одного працюючого, тис. грн	1,05	1,54	1,6	1,58	1	2
10	Виторг на одного працюючого, тис. грн	1,05	39	25	37	2	1
Коефіцієнти залежності:							
11	Коефіцієнт заборгованості	1,1	до 0,7	0,3	0,45	1	2
12	Коефіцієнт капіталізації	1,15	до 10	4,3	3,9	1	2

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

3. Для кожного підприємства знаходимо суму місць (P_j), отриманих у процесі ранжирування, за формулою:

$$P_j = \sum a_{ij} (i = 1, n) \quad (1)$$

За формулою (1) обчислюємо суму місць (P_j), отриманих у процесі ранжирування:

Для вектора «виробництво» кожного з підприємств:

$$P_w = 1,13 \times 1 + 1,1 \times 2 + 1,02 \times 1 + 1,05 \times 2 + 1,02 \times 1 + 1,13 \times 2 + 1,11 \times 1 = 10,84$$

$$P_x = 1,13 \times 2 + 1,1 \times 1 + 1,02 \times 2 + 1,05 \times 1 + 1,02 \times 2 + 1,13 \times 1 + 1,11 \times 2 = 11,84$$

Для вектора «менеджмент» кожного з підприємств:

$$P_w = 1,2 \times 2 + 1,15 \times 1 + 1,15 \times 1 + 1,05 \times 2 + 1,2 \times 1 + 1,25 \times 1 = 9,25$$

$$P_x = 1,2 \times 1 + 1,15 \times 2 + 1,15 \times 2 + 1,05 \times 1 + 1,2 \times 2 + 1,25 \times 2 = 11,75$$

Для вектора «маркетинг» кожного з підприємств:

$$P_w = 1,2 \times 2 + 1,15 \times 2 + 1,15 \times 1 + 1,15 \times 1 + 1,1 \times 1 + 1,25 \times 1 = 9,35$$

$$P_x = 1,2 \times 1 + 1,15 \times 1 + 1,15 \times 2 + 1,15 \times 2 + 1,1 \times 2 + 1,25 \times 2 = 11,65$$

Для вектора «фінанси» кожного з підприємств:

$$P_w = 1,05 \times 2 + 1,1 \times 1 + 1,05 \times 1 + 1,05 \times 2 + 1,15 \times 2 + 1,05 \times 1 + 1,1 \times 2 + 1,1 \times 1 + 1,05 \times 1 + 1,05 \times 2 + 1,1 \times 1 + 1,15 \times 1 = 18,4$$

$$P_w = 1,05 \times 1 + 1,1 \times 2 + 1,05 \times 2 + 1,05 \times 1 + 1,15 \times 1 + 1,05 \times 2 + 1,1 \times 1 + 1,1 \times 2 + 1,05 \times 2 + 1,05 \times 1 + 1,1 \times 2 + 1,15 \times 2 = 20,6$$

4. Трансформуємо отриману в ході ранжування суму місць (P_j) у довжину вектора, що створює квадрат потенціалу підприємства. Квадрат потенціалу підприємства має чотири зони, відповідно до розділів (k), які застосовані у розглянутій системі показників, та чотири вектори (B), що створюють його. Отже, довжину вектора, що формує квадрат потенціалу підприємства (B_k , де $k=1,2,3,4$), знаходимо за допомогою формули:

$$B_k = 100 - (P_j - n) \times \frac{100}{n(m-1)} \quad (2)$$

За формулою (2) визначаємо величину вектору «виробництво» кожного з підприємств:

$$B_{1W} = 100 - (10,84 - 7) \times \frac{100}{7 \times (2-1)} = 45,14$$

$$B_{1X} = 100 - (11,84 - 7) \times \frac{100}{7 \times (2-1)} = 30,86$$

За формулою (2) визначаємо величину вектору «менеджмент» кожного з підприємств:

$$B_{2W} = 100 - (9,25 - 6) \times \frac{100}{6 \times (2-1)} = 45,83$$

$$B_{2X} = 100 - (11,75 - 6) \times \frac{100}{6 \times (2-1)} = 4,17$$

За формулою (2) визначаємо величину вектору «маркетинг» кожного з підприємств:

$$B_{3W} = 100 - (9,35 - 6) \times \frac{100}{6 \times (2-1)} = 44,17$$

$$B_{3X} = 100 - (11,65 - 6) \times \frac{100}{6 \times (2-1)} = 5,83$$

За формулою (2) визначаємо величину вектору «фінанси» кожного з підприємств:

$$B_{4W} = 100 - (18,4 - 12) \times \frac{100}{12 \times (2-1)} = 46,67$$

$$B_{4X} = 100 - (20,6 - 12) \times \frac{100}{12 \times (2-1)} = 28,33$$

5. Визначивши довжину всіх векторів, будуємо квадрат потенціалу підприємства і робимо відповідні висновки (рис. 6, 7).

Згідно з розрахунками, підприємство-лідер «W» має середній потенціал (в межах 30-70 у.о.), а отриманий квадрат потенціалу відноситься до першого типу, оскільки всі його вектори рівномірно розвинені. Це свідчить про ефективну роботу підприємства, що підтверджує його лідируючі позиції на ринку. Такий стан потенціалу надає гарні можливості для розвитку до оптимальних параметрів.

Підприємство ж «X» має дисгармонію векторів, що свідчить про нагальну необхідність проведення стратегічних змін. При прийнятті рішень про розвиток підприємства «X» особливу увагу варто звернути на потенціали маркетингу та менеджменту, тому що вони знаходяться на критично низькому рівні. Подібний дисбаланс потенціалу здатен спровокувати подальше погіршення діяльності підприємства та призвести його до занепаду, оскільки саме ці два вектори виступають передумовою подальшого розвитку потенціалу підприємства [14, с. 233-234].

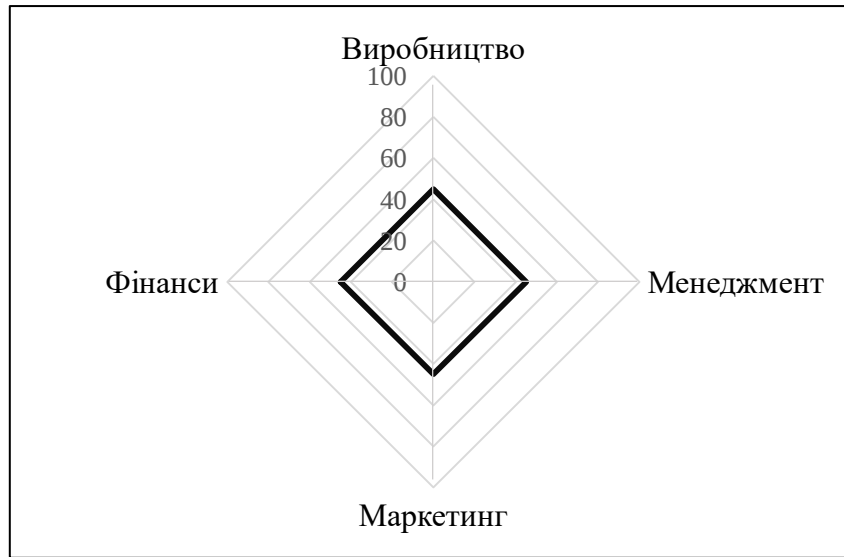


Рис. 6. Квадрат потенціалу підприємства «W»

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

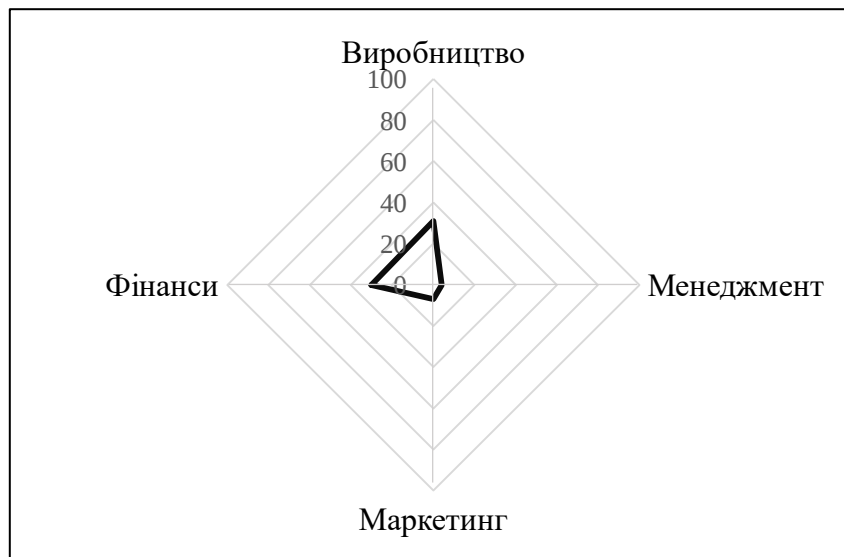


Рис. 7. Квадрат потенціалу підприємства «X»

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

Підприємство «X» має досить сильний вектор «виробництво», який надає йому великі можливості для розвитку. Вектор «фінанси» є результативним, і оскільки підприємство має недоліки у потенціалі «менеджменту» і «маркетингу», саме цим і пояснюється ослаблення цього вектору.

Тож, приймаючи рішення про розвиток тієї чи іншої складової потенціалу, підприємство має визначити саме ті її елементи, які дають найменшу результативність, і впровадити активні заходи щодо їх розвитку. Збалансувавши власну модель потенціалу, підприємство отримає можливість підвищити свої можливості у конкурентній боротьбі та покращити результати своєї діяльності у довгостроковому періоді [14, с. 234-235].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, з огляду на економічну ситуацію, яка склалася в Україні, нагальним питанням є вирішення проблем розвитку шляхом врегулювання державної підтримки малого бізнесу; вдосконалення податкової політики та забезпечення раціонального функціонування спрощеної системи оподаткування; зниження тиску на суб'єктів господарювання з боку контролюючих органів; протидія рейдерству та корупції; сприяння створенню інфраструктури розвитку малого підприємництва; посилення уваги до інформаційного забезпечення, навчання і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів підприємництва [7, с. 394]. Перспективи подальших досліджень дадуть змогу працювати і розвиватись малому підприємству та сприятимуть формуванню середнього класу, який є основою соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності та демократичного розвитку суспільства, а також створення нових додаткових робочих місць. Пріоритетом антикризової програми повинен стати механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором.

Література

1. Бачевський Б.Є., Заблудська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2009. 400 с.
2. Держкомстат. Національні показники. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Жадько К. С. Організація виробничої та маркетингової діяльності малого і середнього бізнесу : монографія / за наук. ред. д.е.н., професора, академіка АЕНУ К. С. Жадька. Дніпро : УМСФ, 2019. 224 с. (Сер. «Бізнес. Економіка. Фінанси»).
4. Збарський В.К. Менеджмент малого та середнього бізнесу: навч. посібн. / В.К. Збарський. К. : Вид-во "ДАКККиМ", 2006. 361 с.
5. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морева, О.В. Белякова, О.Б. Балакай. Донецьк: Вид-во Цифрова типографія, 2012. 257 с.
6. Методичні вказівки до виконання лабораторно-практичних робіт з курсу – Інноваційний менеджмент / Укл. : Ю.Н. Деречинський, Р.Ф. Гайдай, Ю.В. Гришина, А.О. Паламарчук. Горлівка: АДІ ДВНЗ ДонНТУ, 2009. 54 с.
7. Морщенок Т.С., Польчик П.І. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств малого та середнього бізнесу / Т.С. Морщенок, П.І. Польчик // Електронне наукове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». Випуск 16. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Миколаїв, квітень 2017 р.
8. Оценка эффективности инвестиционных проектов с использованием графоаналитического метода «Квадрат потенциала» / Е.К. Добыкина, М.Н. Яковенко, Е.В. Латышева // Культура народов Причерноморья. 2006. № 85. С. 20-24. Библиогр.: 6 назв. рос.
9. Рєпіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління // Вісник Української академії державного управління при Президентові України. 1998. № 2. С. 262-271.

10. Сабадирьова А.Л., Бабій О.М., Куклінова Т.В., Салавеліс Д.Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, ротاپринт, 2013. 343 с.
11. Сабадирьова А.Л. Організаційні основи потенціалу підприємства / А.Л. Сабатирьова // Вісник Хмельницького національного університету : науковий журнал. Економічні науки. – 2009. – Т. 3, № 6. – С. 279-281.
12. Табінський В.А. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / В.А. Табінський, В.М. Телятник, А.П. Сімон // Молодий вчений. 2017. № 3 (43). С. 848-851. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_3_195
13. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.Т. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. К.: К.: КНЕУ, 2005. 261 с.
14. Феценко О.М., Лежньова А.В., Мороз К.О. Метод квадрату потенціалів у підтримці прийняття рішень розвитку малого та середнього підприємництва в конкурентному середовищі / О.М. Феценко, А.В. Лежньова, К.О. Мороз // Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від теорії до практики: колективна монографія. У 2т.Т.1. / за заг. ред. Савчук Л.М.. Павлоград: АРТ Синтез-Т, 2014. 436 с.
15. Феценко О.М. Специфіка та гармонізація розвитку підприємництва в Україні / О.М. Феценко, Г.В. Самокіна // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. 2017. № 1(79). С. 100-107.
16. Черничко Т.В. Місце та значення малого бізнесу в розвитку національної економіки / Т.В. Черничко, В.В. Яворський // Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць. 2010. Вип. 20.4. С. 151-156.

17. Чижиков Г. Скільки коштує пакет «карантинної» держпідтримки і які втрати малого бізнесу // Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/04/10/659198/> (дата звернення: 13.04.2020).
18. Юрко І.В., Медведь А.Г. Тенденції розвитку малого торговельного підприємництва / І.В. Юрко, А.Г. Медведь // Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельноресторанного та туристичного бізнесу. Полтава : ПУЕТ, 2019. С. 41-45.

References

1. Bachevsjkyj B.Je., Zablodsjska I.V., Reshetnjak O.O. Potencial i rozvytok pidpryjemstva: Navch. pos. K.: Centr uchbovoji literatury, 2009. 400 s.
2. Derzhkomstat. Nacionaljni pokaznyky. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Zhadjko K. S. Orghanizacija vyrobnychoji ta marketynghovoji dijalnosti malogho i serednjogho biznesu : monoghrafija / za nauk. red. d.e.n., profesora, akademika AENU K. S. Zhadjka. Dnipro : UMSF, 2019. 224 s. (Ser. «Biznes. Ekonomika. Finansy»).
4. Zbarsjkyj V.K. Menedzhment malogho ta serednjogho biznesu: navch. posibn. / V.K. Zbarsjkyj. K. : Vyd-vo "DAKKKiM", 2006. 361 s.
5. Kasjjanova N.V. Potencial pidpryjemstva: formuvannja ta vykorystannja: pidruchnyk / N.V. Kasjjanova, D.V. Solokha, V.V. Moreva, O.V. Bjeljakova, O.B. Balakaj. Donecjk: Vyd-vo Cyfrova typoghrafija, 2012. 257 s.
6. Metodychni vказivky do vykonannja laboratorno-praktychnykh robіt z kursu – Innovacijnyj menedzhment / Ukl. : Ju.N. Derechynsjkyj, R.F. Ghajdaj, Ju.V. Ghryshyna, A.O. Palamarchuk. Ghorlivka: ADI DVNZ DonNTU, 2009. 54 s.

7. Morshhenok T.S., Poljchyk P.I. Naprjamy pidvyshhennja efektyvnosti dijajnosti pidpryjemstv malogho ta serednjogho biznesu / T.S. Morshhenok, P.I. Poljchyk // Elektronne naukovye vydannja «Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky». Vypusk 16. Mykolajivs'kyj nacional'nyj universytet imeni V.O. Sukhomlyns'kogho. Mykolajiv, kvitenj 2017 r.
8. Otsenka effektivnosti investitsionnykh proektov s ispolzovaniem grafoanaliticheskogo metoda «Kvadrat potentsiala» / Ye.K. Dobykina, M.N. Yakovenko, Ye.V. Latysheva // Kultura narodov Prichernomorya. 2006. № 85. S. 20-24. Bibliogr.: 6 nazv. ros.
9. Rjepina I.M. Pidpryjemnycjkyj potencial: metodologhija ocinky ta upravlinnja // Visnyk Ukrajins'koji akademiji derzhavnogho upravlinnja pry Prezydentovi Ukrainy. 1998. # 2. S. 262-271.
10. Sabadyrjova A.L., Babij O.M., Kuklinova T.V., Salavelis D.Je. Potencial i rozvytok pidpryjemstva: Navchal'nyj posibnyk. Odesa: ONEU, rotaprynt, 2013. 343 s.
11. Sabadyrjova A.L. Orghanizacijni osnovy potencialu pidpryjemstva / A.L. Sabadyrjova // Visnyk Khmel'nycj'kogho nacional'nogho universytetu : naukovyj zhurnal. Ekonomichni nauky. – 2009. – T. 3, # 6. – S. 279-281.
12. Tabins'kyj V.A. Problemy ta perspektyvy rozvytku malogho biznesu v Ukraini / V.A. Tabins'kyj, V.M. Teljatnyk, A.P. Simon // Molodyj vchenyj. 2017. # 3 (43). S. 848-851. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_3_195
13. Fedonin O.S., Rjepina I.M., Oleksjuk O.T. Potencial pidpryjemstva: formuvannja ta ocinka: Navch. posibnyk. K.: K.: KNEU, 2005. 261 s.
14. Feshhenko O.M., Lezhnjova A.V., Moroz K.O. Metod kvadratu potencialiv u pidtrymci prjnjattja rishenj rozvytku malogho ta serednjogho pidpryjemnyctva v konkurentnomu seredovyshhi / O.M. Feshhenko, A.V.

- Lezhnjova, K.O. Moroz // Systemy pryjnjattja rishenj v ekonomici, tekhnici ta orghanizacijnykh sferakh: vid teorii do praktyky: kolektyvna monohrafija. U 2t.T.1. / za zagh. red. Savchuk L.M.. Pavloghrad: ART Syntez-T, 2014. 436 s.
15. Feshhenko O.M. Specyfika ta gharmonizacija rozvytku pidpryjemnyctva v Ukraini / O.M. Feshhenko, Gh.V. Samokina // Visnyk ZhDTU. Serija: Ekonomichni nauky. 2017. # 1(79). S. 100-107.
16. Chernychko T.V. Misce ta znachennja malogho biznesu v rozvytku nacionaljnoji ekonomiky / T.V. Chernychko, V.V. Javorskyj // Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy: zbirnyk naukovo-tekhnichnykh pracj. 2010. Vyp. 20.4. S. 151-156.
17. Chyzhykov Gh. Skiljky koshtuje paket «karantynnoji» derzhpidtrymky i jaki vtraty malogho biznesu // Ekonomichna pravda. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/04/10/659198/> (data zvernennja: 13.04.2020).
18. Jurko I.V., Medvedj A.Gh. Tendenciji rozvytku malogho torghoveljnogho pidpryjemnyctva / I.V. Jurko, A.Gh. Medvedj // Zbirnyk naukovykh statej maghistriv. Fakul'tet tovaroznavstva, torghivli ta marketynghu. Fakul'tet kharchovykh tekhnologhij, ghoteljno-restorannogho ta turystychnogho biznesu. Poltava : PUET, 2019. S. 41-45.