

Шифр: «регіон»

*Напрями та інструменти підвищення
конкурентоспроможності суб'єктів малого
підприємництва регіону*

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1.Сутність та роль малого підприємництва як чинника регіонального розвитку.....	6
2.Фактори конкурентоспроможності малого підприємництва.....	9
3. Оцінка розвитку малого підприємництва Миколаївської області....	12
4. Перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва регіону.....	19
Висновки.....	27
Список використаної літератури.....	29
Додатки.....	31

Вступ

Актуальність теми. У сучасній кон'юктурі ринку праці зміна клімату відбувається майже не кожен день. Великий бізнес, із значними оборотами виготовлення продукції не завжди має змогу пристосуватись до змін середовища, і потерпає поразки. Але малі підприємства мають можливість швидко адаптуватись і змінювати направленість своєї діяльності, за останні роки в Україні малий та середній бізнес набуває все більшого розвитку.

Малий бізнес частіше перебуває у сфері торгівлі, надання послуг, виготовлення одягу, іграшок та інші. За даними ООН, на малих та середніх підприємствах виробляється від 30 до 60% національного продукту – залежно від країни. Вітчизняний малий та середній бізнес дає тільки до 15% ВВП. Через це, вітчизняні суб'єкти малого підприємництва вимагають постійний інноваційний розвиток у різних галузях ринку та підвищення конкурентоспроможності. В зв'язку з цим, актуальним стає питання щодо необхідності дослідження інструментів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва регіону у різних нішах ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику визначення підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання знайшли своє відображення у працях таких вітчизняних вчених, як: Бутенко А.І., Варналія З.В., Діденко Є.О., Гельмана В.М., Головніна І.М., Парфенчука І.О., П'ятницької Г.Т. та інших. Завдяки дослідженням науковців, було знайдено вирішення проблем напрямів підвищення конкурентоспроможності в умовах економічної нестабільності, але питання конкурентоспроможності малого підприємництва у певних галузях на регіональному рівні, через постійну зміну кон'юктури ринку потребують подальшого дослідження.

Метою наукової роботи є дослідження конкурентоспроможності малого підприємства у Миколаївській області та розробка перспективних напрямів її підвищення.

Відповідно до поставленої мети визначено такі завдання дослідження: визначити сутність малого підприємництва та його значення; висвітлити

фактори конкурентоспроможності підприємства; оцінити розвиток малого підприємства Миколаївської області; запропонувати напрямки покращення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємства в регіоні.

Об'єктом дослідження є процеси підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва регіону.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти інструментів підвищення конкурентоспроможності малого підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною та методичною основою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, матеріали Державної служби статистики Миколаївської області, наукові праці вчених. У процесі проведення дослідження використовувались методи: системного аналізу - для виявлення сутності малого підприємництва; комплексного аналізу – для діагностики конкурентоспроможності малих підприємств у регіоні; алітичний і структурно-логічний методи для обґрунтування ефективності представлених пропозицій.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних та практичних підходів підвищення конкурентоспроможності малого бізнесу в Миколаївській області.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці практичних рекомендацій для підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва регіону. Пропозиції наукової роботи впроваджено у діяльність компанії ЛідеР-Тур (довідка № 27/1 від 11.12.2019 р.), Регіонального фонду підтримки підприємництва у Миколаївській області (довідка № 12 від 9.12.2019 р). Основні теоретичні результати дослідження використовуються у забезпеченні навчального процесу Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика (довідка № 196 від 5.12.2019 р.).

Апробація результатів дослідження. Основні положення наукового дослідження доповідались на конференціях: Міжнародній науково-практичній інтернет - конференції «Актуальні проблеми теорії та практики

менеджменту» (м. Одеса, 28 травня 2018 р.), Міжвузівській науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально-економічний розвиток і безпека України: стан та перспективи» (м. Львів, 4 квітня 2019 р.), Міжвузівській студентській науково – практичній конференції «Молодь, освіта, наука 2019» (м. Первомайськ, 22 травня 2019 р.).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 4 питань, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг становить 32 сторінки комп'ютерного тексту, у тому числі 2 таблиці і 6 рисунків. Список використаної літератури складається із 17 найменувань.

1. Сутність та роль малого підприємництва як чинника регіонального розвитку

Малий бізнес є рушієм основного розвитку ринку праці, через здатність швидко пристосовуватись до зовнішніх факторів ринку регіону. В Україні малий бізнес має свої відмінності такі, як: низький рівень технічної озброєності, низький рівень управління, недостатньо знань та досвіду щодо культури ринкових відносин, прагнення до максимальної самостійності, відсутність орієнтування на одну модель розвитку, недостатня самоорганізація та відсутність інформації про стан кон'юнктури ринку, тощо.

Для економіки регіону мале підприємництво відіграє важливу роль у створенні умов для конкурентоспроможності та вирішення проблем зайнятості населення. В умовах ринкової трансформації економіки України зростає роль підприємництва на регіональному рівні, формуються нові засади становлення і розвитку підприємницьких структур, що призведе до економічного зростання регіону.

Мале підприємництво є достатньо мобільним і гнучким до змін ринкових умов господарювання, що уможливорює визнавати його підґрунтям формування умов стійкого розвитку. Розвиток суб'єктів малого підприємництва сприяє збільшенню чисельності працівників регіону і запобіганню відтоку працездатного населення, подоланню бідності, тощо.

Вперше поняття «підприємництво» було розглянуте французьким вченим Річардом Кантільйоном, який вважав підприємця - «...людина (торговець, фермер, ремісник), яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання прибутку, не маючи уяви про вигідність такої операції, тобто діючи в умовах ризику» [1].

За даними Міжнародної організації економічного співробітництва і розвитку, в яку входять високорозвинені країни, пропонують таке групування підприємств за розміром [2]: дуже малі – 1–19 працівників; малі – 20–99 працівників.

Так, Законом України від 19.10.2000 р. №2063-III «Про державну підтримку малого підприємництва» зазначено правові основи державної підтримки малого підприємництва. У ст. 1 цього Закону подано визначення поняття суб'єкта малого підприємництва, тобто встановлено, які суб'єкти підприємницької діяльності належать до категорії суб'єктів малого підприємництва, а саме:

- «фізичні особи, зареєстровані в установленому порядку як суб'єкти підприємницької діяльності;
- юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб, а обсяг річного валового доходу не перевищує 70 млн. грн.»[3].

Як зазначає Б.В. Буркинський, В.М. Нижникта М.В. Ніколайчук, «...малий бізнес – це форма господарської діяльності, яка дає змогу заповнити ніші підприємництва, не охоплені великими компаніями через невеликі розміри ринкових сегментів, збитковість великих інвестицій, велику частку ручної праці, низьку технологічну організацію виробництва, виконання нетехнологічних операцій, потребу в особистому контакті зі споживачами тощо» [4].

Вітчизняні вчені Т. Говорушко та О. Тимченко дають таке визначення [5] малого підприємництва, що є особливою системою економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є підприємець, який поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу.

Для більш ширшого обґрунтування сутності малого підприємництва в трансформаційних процесах економіки України розглянемо функції, які, на нашу думку, слід поділити на економічні, соціальні, екологічні, культурні, ресурсні, творчі (рис. 1.1).

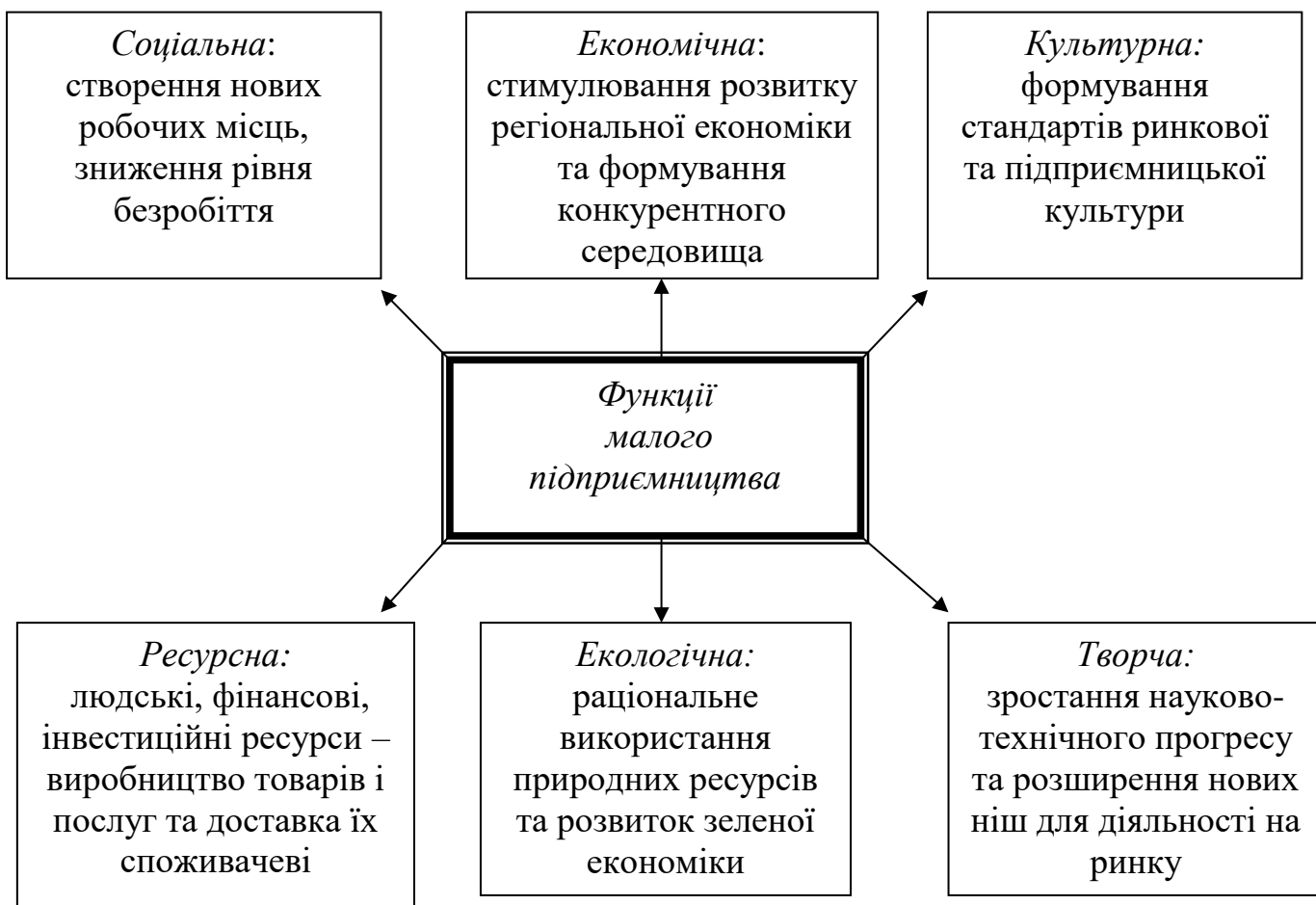


Рис. 1.1 Функції малого підприємництва

Варто зазначити основні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні [6]: високі податки, що змушують деяких суб'єктів малого підприємництва йти в тіньову економіку; недостатня державна фінансово-кредитна підтримка малого підприємництва; відсутність механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу; недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності.

Таким чином, можна зробити висновок, що сектор малого підприємництва є своєрідним двигуном економічного розвитку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості, забезпечує виробництво конкурентоспроможної продукції, сприяє вирішенню багатьох економічних і соціальних проблем суспільства, а отже являється одною з передумов стійкого економічного зростання.

2. Фактори конкурентоспроможності малого підприємництва

Ринок праці - це єдиний механізм котрий допомагає кожному у суспільстві знайти свою ланку і стати гвинтиком на цьому ринку. Для кращого функціонування ринкового господарства виявили конкуренцію. Вона сприяє кращому використанню потенціалу суспільства та раціоналізації поведінки господарюючих суб'єктів. Ринок праці завжди потребує досліджень для подальшого розвитку, вивчення конкуренції є однією з найважливіших складових цих досліджень, що створює основу для вироблення стратегії і тактики подальшої діяльності на ринку [7].

Так конкурентоспроможність мала свій розвиток від теорії меркантилізму до теорії інтелектуального лідерства та обґрунтовує вплив факторів на функціонування підприємства та ефективність конкуренції. Конкуренція як механізм, що сприяє вирішенню проблем та є рушійною силою економічного прогресу, вперше була розглянута А. Смітом. Він вважав, що конкуренція спрямована на досягнення інтересів контрагентів ринку [7].

А. Маршалл та Й. Шумпетер зазначали розвиток конкуренції, як розвиток ринкової системи у динамічній, якісній та кількісній зміні її властивостей, функцій і структури. Ставши прихильниками структурної концепції вони висвітлили суттєву рису, котрою стала зміщення акценту на аналіз структури ринку і тих умов, які утворюють перебіг конкурентного процесу в конкретних ринкових структурах [7].

Меркантилісти ж вперше почали пізнавати закони руху та внутрішнього механізму ринкової економіки, визначили завдання «раціонального господарювання» як одну з важливих проблем економічної науки. Основними представниками були: Т. Мен («Багатство Англії у зовнішній торгівлі, або баланс нашої зовнішньої торгівлі як принцип нашого багатства» (1664 р.)), А. Монкретьєн («Трактат політичної економії» (1615 р.)).

Але вже у XX ст. в США було запропоновано нові концепції, що закликали до співіснування конкуренції та співпраці. Сучасний американський вчений-економіст М. Портер виявив способи досягнення лідерських позицій серед компаній. Він вважав, що успішне ведення боротьби на господарчому суб'єкті виникає через вироблення конкурентної стратегії, що забезпечить конкурентні переваги та зміцнить їх у довгостроковому періоді. Але велике значення має й масштаб конкуренції на різних соціально-економічних умовах [7].

Конкуренція - це економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та отримання максимального прибутку в короткостроковому або довгостроковому періодах.

У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакові цілі - максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Однак способи й шляхи досягнення цієї загальної мети різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше від інших домігся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку. Але завоювання переваг — це тільки початок, набагато складніше втриматися на ринку, зберігаючи свої первісні позиції.

Фактори дії конкуренції дозволяють досягати більш сильних позицій у конкурентоспроможному середовищі ринку, що прагне використовувати певні засоби одержання конкурентних переваг підприємством. При збільшенні прибутку, пошуку нових методів ведення бізнесу, використанню новітніх технологій та використанню сучасних способів організації стратегічного управління, можна зазначити конкуренцію як примусово-стимулюючу силу. Таким чином, конкуренція прямо впливає на життєздатність ринку праці [8].

Отже розглянемо внутрішні і зовнішні фактори, які представлені в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Фактори, які впливають на конкурентоспроможність малого підприємництва

<i>Внутрішні фактори</i>	<i>Зовнішні фактори</i>
1) <i>Фактори управлінських кадрів:</i> якісна система підготовки і перепідготовки управлінських кадрів; організаційний клімат; мотивація роботи співробітників та рівень оплати праці .	1) <i>Науково-технічні:</i> стан та динаміка науково-технічного прогресу, рівень техніки і технології, гнучкість виробничих процесів.
2) <i>Виробничі фактори:</i> технологія виробництва також відіграє значну роль у діяльності підприємства, тому що з її допомогою підприємство може впливати як на витрати, пов'язані з закупівлею і транспортуванням сировини і матеріалів, так і на час виробничого циклу, якість продукції, що в умовах конкурентної боротьби є дуже важливим чинником.	2) <i>Організаційно-економічні:</i> стадія циклу розвитку економіки, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей; структура та ефективність системи управління підприємства.
3) <i>Організаційні фактори:</i> організаційна структура підприємства, визначення оптимального рівня концентрації, спеціалізації й кооперування галузі.	3) <i>Соціальні:</i> наявність доступних ресурсів, стан та динаміка соціальних процесів, що відбуваються на макро- та мікро- рівнях.
4) <i>Фінансові фактори:</i> залучення короткострокового і довгострокового капіталу; фінансове планування та бюджетування діяльності підприємства; контроль витрат і можливість їх зниження; розмір власних джерел інвестування та можливість залучення додаткових фінансових ресурсів.	4) <i>Екологічні:</i> стан екологічного регіону; рівень розвитку законодавства з екологічних питань, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд.
	5) <i>Політичні:</i> загальнополітичний клімат і стан розвитку міжнародних відносин, політика іноземних країн щодо соціально-економічних та політичних перетворень в Україні, військово-політичні конфлікти в окремих регіонах світу.

Важливим зовнішнім фактором є врахування характеру конкуренції між підприємствами галузі. Між собою конкурують не тільки товари, але і стратегії ринкової діяльності підприємств, їх управлінські та виконавчі системи; перевагу може отримати той, хто створить на ринку необхідні умови для успішного функціонування підприємства.

Всі фактори можуть впливати як позитивно так і негативно на малі підприємства. Чим ефективніше використовувати фактори конкурентоспроможності, тим вища вірогідність мати більшу перевагу у сучасній кон'юнктурі ринку. Так можна зазначити основні впливи на конкурентоспроможність підприємств у процесі життєдіяльності на ринку праці:

- потреби споживачів;
- стан вітчизняної сировинної бази;
- державна підтримка галузей [8].

Щоб уникнути прямої конкуренції з великими підприємствами, малий та середній бізнес створює нові ринкові ніші. Інновації є невід'ємною частиною малого та середнього бізнесу і дозволяє виробляти нову продукцію або послуги. За допомогою критичного мислення суб'єкти господарювання враховують усі потреби та мають індивідуальний підхід до конкретного споживача.

Але для того, щоб максимально повно виконувати усі функції малого підприємства, його розвиток має підтримувати держава та суспільство.

Отже, розвиток малого бізнесу як об'єкта державного впливу слід розглядати як сукупність систематичних заходів, що націлені на постійний пошук шляхів удосконалення, для задоволення рівня потреб споживачів у певній галузі ринку, щоб й надалі залишатись в динаміці ринку, слід звернути увагу на адаптивність, змін внутрішніх характеристик відповідно до зовнішнього середовища, та повного аналізу своєї діяльності.

3. Оцінка розвитку малого підприємництва Миколаївської області

Мале підприємництво є невід'ємною складовою світового господарства як найбільш масова, гнучка і динамічна форма ділового життя. Слід зазначити, що малі підприємства в Україні за кількістю займають найбільшу

частку до загальної кількості суб'єктів господарювання, які складають в 2018 р. 90,8% або 339374 одиниць [9]. Але, за статистичними даними, кількість зайнятих та найманих працівників суттєво зменшується починаючи з 2013 р. Причиною цього, вперш за все, є значне податкове навантаження на суб'єктів малого підприємництва та адміністративний тиск з боку контролюючих, адміністративних органів.

Згідно Індексу підприємницького настрою (Amway Entrepreneurial SpiritIndex, AESI), в Україні частка людей, що хотіли б відкрити свою справу, у 2018 році становив 21% [10]. Такі значення є загалом досить низькими у порівнянні з розвинутими країнами. Бажання населення мати свій бізнес варіюється від 9% до 27 % (Додаток А). Так, як є основні проблеми з фінансування малого підприємництва, а саме: високий відсоток кредитування, нерозвинена на достатньому рівні сфера альтернативних джерел фінансування, таких як: лізинг, факторинг, венчурні фонди, недостатня фінансова допомога з боку держави, а також велике податкове навантаження. Як зображено у Додатку А, українці вказують найбільший відсоток саме на підтримку сфери фінансування.

За результатами рейтингу Doing Business-2019 Україна займає позитивну позицію, піднявшись за 4 роки на 12 позицій (Додаток Б) [11]. Зазначений рейтинг складається Світовим банком та проводить оцінку за такими напрямками: реєстрація підприємств, отримання дозволу на будівництво, підключення до системи електричних систем, реєстрація власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, виконання контрактів, вирішення неплатоспроможності (Doing Business in Ukraine). Політична та економічна ситуація у країні є несприятливою, що значно сповільнює розвиток малого підприємництва.

Перейдемо до Миколаївської області – це один з високорозвинених індустріальних регіонів України. В області налічується 19 адміністративно-територіальних районів та 5 міст обласного значення. В загальнодержавному

поділі на частку промислового комплексу області припадає 2,15% реалізованої промислової продукції.

Миколаївський регіон займає в 2018 році 3,3% до загальної кількості підприємств по Україні. Лідерами є м. Київ (26%) та Дніпропетровська (8,1%), Одеська (7,0%), Харківська (6,6%), Київська (5,6%) області.

Інфраструктура підтримки малого бізнесу на даний час є багатофункціональною, тобто спектр видів допомоги, які надають її структурні елементи, є достатньо широким – від консультацій та навчання підприємців-початківців до лізингу обладнання чи надання в оренду приміщень на пільгових умовах. Кількість суб'єктів інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу Миколаївського регіону складає 561 одиниць за 2018 рік, які включають: бізнес-центри – 14, бізнес-інкубатори – 2, лізингові центри – 1, фонди підтримки підприємництва – 8, інформаційно-консультативні установи – 62. За минулий рік було проведено багато різноманітних навчальних семінарів, тренінгів, які склали – 32 та кількість учасників – 1042 [12].

Дослідження основних показників діяльності малого підприємництва Миколаївської області свідчать про те, що за останні роки найбільш активними є малі підприємства, кількість яких почала збільшуватись з 2017 р., а в 2018 році досягла максимального показника – 11077 підприємств [13] (рис. 3.1.).

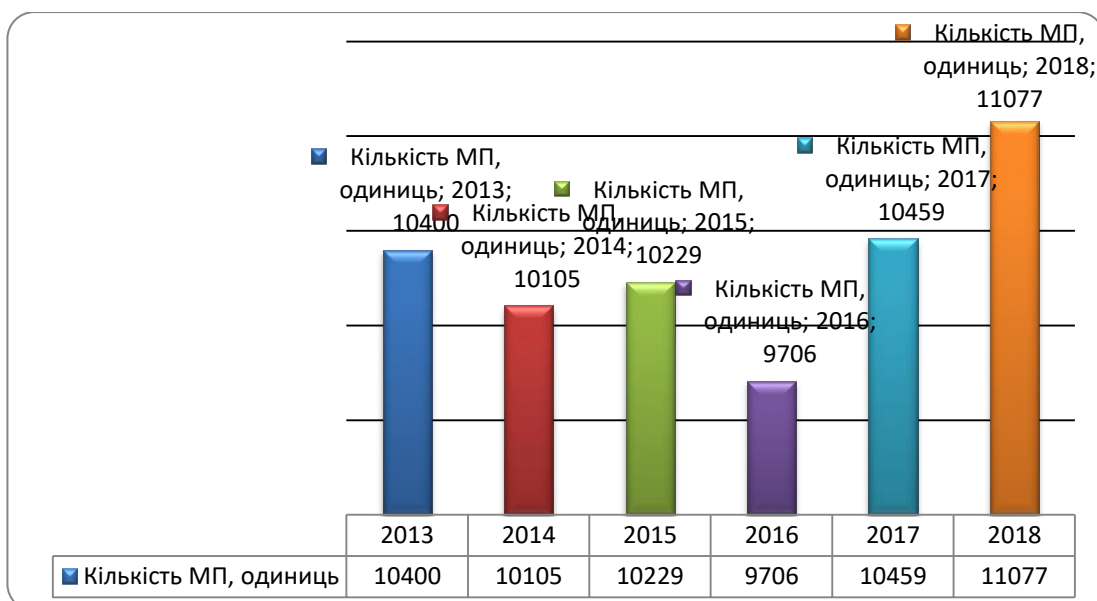


Рис. 3.1 Динаміка кількості малих підприємств Миколаївської області, одиниць

Всього в секторі малого підприємництва області на кінець 2017 р. було зайнято більше 45,8 тис. осіб або 37% зайнятого населення працездатного віку, що є найвищим показником за останні три роки. В 2018 р. зменшилось зайнятих на 231 осіб у порівнянні з 2017 р. Але щороку збільшується кількість малих підприємств в розрахунку на 10 тис. населення, що свідчить про відновлення тенденції до розвитку малого бізнесу Миколаївщини. Поряд з цим, за цей період відмічається скорочення чисельності зайнятих на 1893 осіб (рис. 3.2).

Кількість зайнятих із кожним роком зменшується, а найменша кількість зайнятих спостерігалась на малих підприємствах у 2016 році – 26%, але починаючи з 2017 року ситуація почала покращуватись. Однією з головних причин такої ситуації може бути складна та невідповідна економіці України система податкових платежів і як наслідок – приховування деякої кількості працюючих на підприємстві, тобто підвищення рівня тіньової економіки в країні та старіння населення, міграція із сільської місцевості до розвинених великих міст.

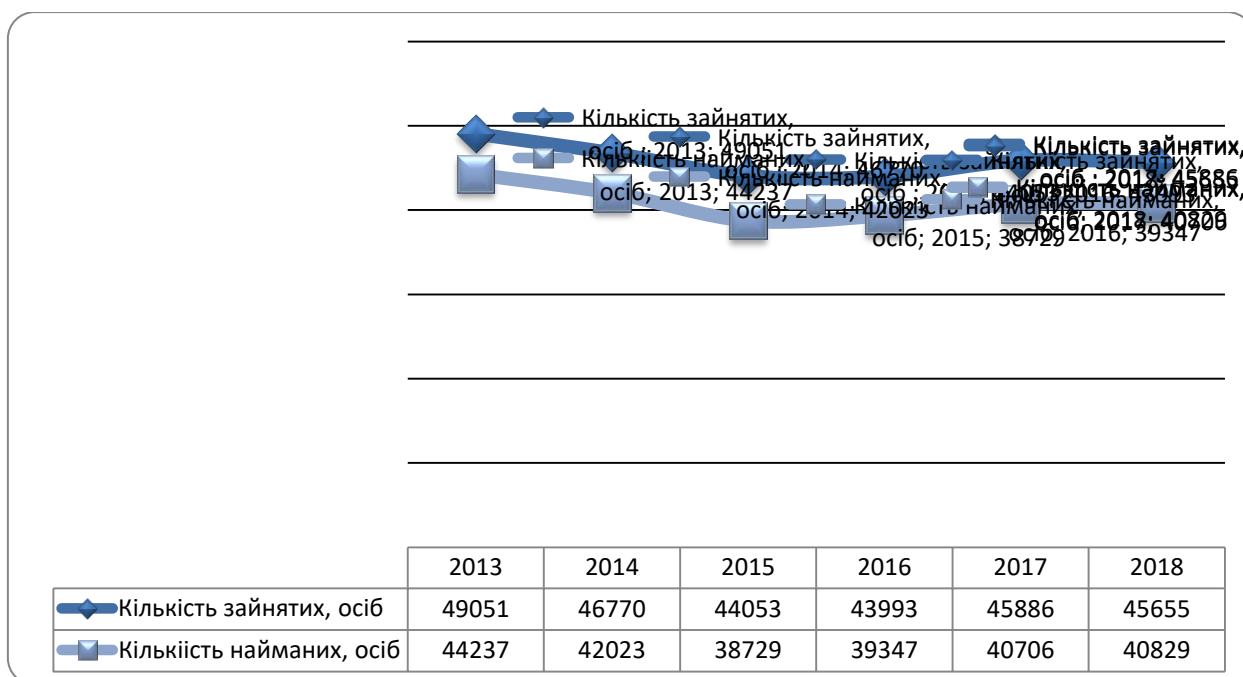


Рис. 3.2 Динаміка кількості зайнятих та найманих працівників малого підприємництва Миколаївської області, осіб

За 2013-2016 рр. в області спостерігалось зменшення чисельності найманих працівників на малих підприємствах. Починаючи з 2016 року ситуація почала покращуватись, збільшилось кількість найманих у порівнянні з 2015 р. на 1,6 %. Варто відмітити в 2018 році у порівнянні з 2015 р. кількість найманих працівників зросла на 5,4%.

Протягом 2018 року малими підприємствами області було реалізовано продукції, товарів та надано послуг на 50349570,8 тис.грн. Найбільшу нішу займали такі види економічної діяльності (у % до загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності області): будівництво – 74,2 %, сільське, лісове та рибне господарство - 66,5 %, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 63,5 %, професійна, наукова та технічна діяльність – 59,9 %, тимчасове розміщування й організація харчування – 48, 1 %, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 25,1 %.

В Миколаївській області протягом 2014–2018 рр. частка прибуткових та збиткових малих підприємств не зазнавала істотних змін: 78,8 % становили прибуткові підприємства та 21,2 % збиткових [13]. (рис. 3.3).

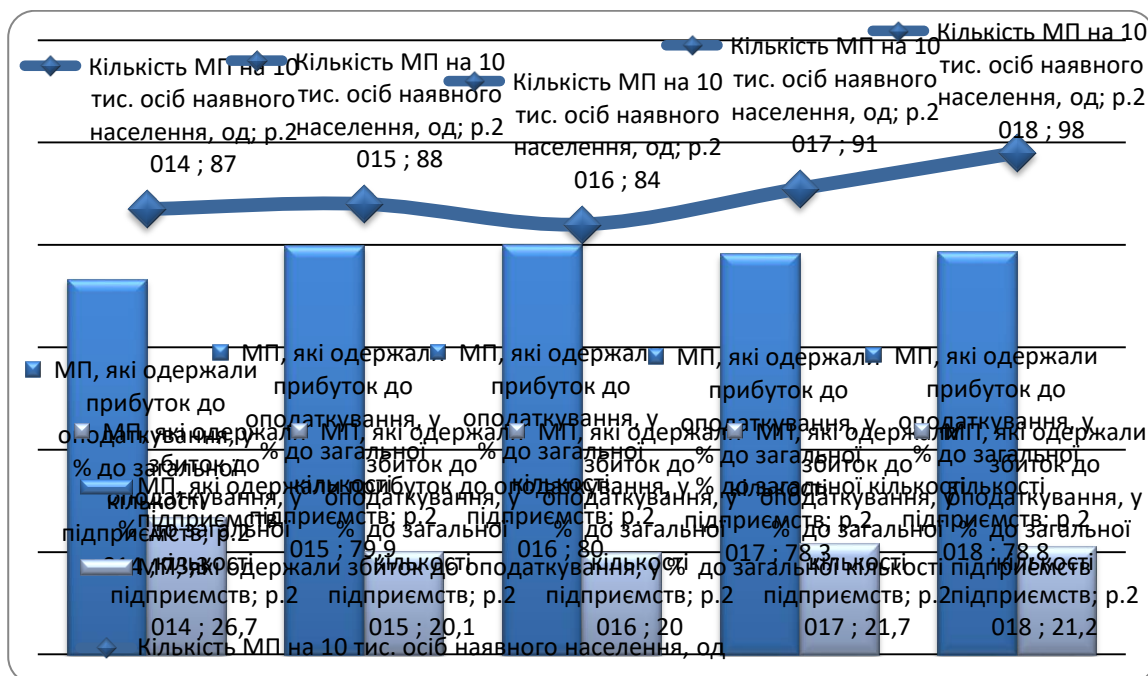


Рис. 3.3 Динаміка показників малого підприємництва Миколаївської області за 2014 – 2018 р.р.

Аналізуючи дані, наведені на рис. 3.3 можемо стверджувати, що протягом 2014–2016 рр. спостерігалася чітка тенденція до зменшення збитків малих підприємств Миколаївської області. Однак з 2017 р. ситуація змінилась, так малі підприємства досягли рівня збитків до 21,7% до загальної кількості суб'єктів господарювання. В 2018 році трохи покращилась ситуація у прибуткових підприємствах.

Проведений аналіз показує, що в діяльності малого підприємництва регіону існують труднощі створення підприємств малого бізнесу, труднощі із збільшенням зайнятості працівників

Суб'єкти малого підприємництва потребують проведення більш деталізованого аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів, а також можливості і загрози розвитку малого бізнесу регіону. Отже, постає потреба в проведенні

більш глибокого SWOT- аналізу щодо стану малих підприємств в Миколаївській області (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз малого підприємства у Миколаївській області

<p style="text-align: center;">СИЛЬНІ СТОРОНИ (STRENGTHS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідні логістичні можливості; 2. Швидка зміна попиту на ринку; 3. Велика частка малих підприємств; 4. Можливість розвитку підприємства серед соціально-вразливих верств населення. 	<p style="text-align: center;">СЛАБКІ СТОРОНИ (WEAKNESS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Високі податкові ставки для малих підприємств та обмеженість ресурсів; 2. Недосконала нормативно-правова база; 3. Низький рівень заробітної плати найманих працівників; 4. Низький рівень інвестицій у малі підприємства; 5. Низька інноваційна активність між малими підприємствами; 6. Низька купівельна спроможність споживачів.
<p style="text-align: center;">МОЖЛИВОСТІ (OPPORTUNITIES)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Використання природного, географічного, трудового, промислового потенціалу; 2. Використання міжрегіональних зв'язків; 3. Наявність великої кількості різноманітних ніш на ринку; 4. Розширення форм фінансово-кредитної допомоги малим підприємствам. 	<p style="text-align: center;">ЗАГРОЗИ (THREATS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Військовий конфлікт на сході країни; 2. Великий тиск на платників податків; 3. Інфляційні ризики; 4. Нестача фінансово-кредитних ресурсів для малих підприємств; 5. Низький рівень співробітництва між великими підприємствами.

Джерело: побудовано автором на основі [12]

Отже, виявивши сильні сторони можна зазначити що малі підприємства в регіоні дуже адаптовані на зміну клімату кон'юнктури ринку, при чому малі підприємства мають великі можливості, котрі не використовують для покращення діяльності. Серед слабких сторін, хотілося б зазначити натиск зі сторони держави, і високі податкові ставки, що не викликають жодної мотивації для покращення та розвитку малих підприємств. Серед загроз одним із головних факторів є інфляція і в цілому

не стабільний стан курсу валют в країні, що не дозволяє малим підприємствам йти на великі ризики.

4. Перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва регіону

Як зазначається у Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2027 року, одною зі стратегічних цілей соціально-економічного розвитку регіонів є підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів, що може бути досягнуто в результаті створення оптимальних умов для розкриття власного потенціалу та ефективного використання конкурентних переваг їх економіки [14].

В умовах трансформаційних змін в економіці, розвиток суб'єктів малого підприємництва повинен бути пріоритетним завданням в економічній політиці України та у програмах розвитку регіонів, тому що від динамічного та стійкого функціонування цього сектору залежать формування ефективного конкурентного середовища та підвищення рівня життя населення. Свідченням цього є наявність переваг функціонування малого підприємництва, основними з яких є: спроможність до запровадження досягнень науково-технічного прогресу; гнучкість виробництва; активна співпраця з великим і середнім бізнесом; швидке прийняття управлінських рішень; досвід і кваліфікація персоналу.

Миколаївський регіон являється одним із розвинених регіонів України, серед пріоритетних напрямів розвитку якого визначено активізацію діяльності малого і середнього підприємництва. Так, в рамках ініціативи ЄС «EU4 Business» у Миколаївській області за результатами конкурсу з 2017 року функціонує Центр інформаційної підтримки бізнесу. Даний Центр надає комплексну інформаційну підтримку бізнесу (ЦіПБ). В м. Миколаєві ЦіПБ організовує масштабні бізнес-тренінги, навчальні семінари, круглі столи, конференції та регіональні форуми, що допомагають малому та середньому

бізнесу ставати більш конкурентоспроможними, підвищувати рівень ведення підприємницької діяльності, знаходити нових бізнес-партнерів та виходити на нові ринки [12].

Слід відзначити, що формування сприятливого середовища для розвитку малого підприємництва регіону вимагає: нормативно-правового, фінансово-кредитного, організаційно-економічного, кадрового забезпечення та механізму його розвитку в цілому. На нашу думку, формування такого механізму підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва Миколаївського регіону має визначати передумови, пріоритетні напрями та мету його реалізації (рис. 4.1).



Рис. 4.1 Механізм підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва Миколаївського регіону

Важливим завданням являється визначення перспективних видів діяльності для суб'єктів малого підприємництва Миколаївського регіону, як передумови підвищення їх конкурентоспроможності. Одним з важливих і пріоритетних видів економічної діяльності Миколаївського регіону є транспортний комплекс, який забезпечує потреби народного господарства та населення і являється важливим фактором реалізації її значного і вигідного геостратегічного потенціалу. Миколаївська область має розгалужену транспортну систему, в структурі якої функціонує 1 міжнародний аеропорт, 4 морських порти, 1 річковий порт, підрозділи залізниці, кілька тисяч автоперевізників різних форм власності, які працюють на ринку автотранспортних перевезень. Через територію області проходять п'ять автомобільних шляхів державного значення та міжнародні автомобільні транспортні коридори. Розвиток транспортної галузі регіону відіграє важливу роль у підвищення його конкурентоспроможності, активізації масштабного співробітництва з іншими країнами.

У структурі регіональної економіки Миколаївщини важливе місце займає агропромисловий комплекс, який включає такі сфери: сфера забезпечення сільського господарства засобами виробництва та різними видами устаткуванням; сільське господарство; сфера заготівлі, зберігання й переробка сільськогосподарської продукції. Головною складовою агропромислового комплексу є сільськогосподарський сектор, структуру якого формують галузі рослинництва й тваринництва. Протягом останніх років залишається стабільною частка малих підприємств у загальній кількості сільськогосподарських підприємств. В сільському господарстві регіону відбувається постійне підвищення зайнятих та найманих працівників сектору малого підприємництва, що сприяє вирішенню питань соціального розвитку регіону.

Слід відзначити, що наступним важливим напрямом підвищення ефективності використання можливостей малого підприємництва Миколаївської області також є розвиток різноманітних видів туризму, що є перспективним з огляду на її значний природний, туристично-рекреаційний, та культурно-історичний потенціал. Регіон має гарний природно-заповідний фонд, який включає: біосферні та природні заповідники, регіональні ландшафтні парки («Кінбурськая коса», «Гранітно-степове Побужжя» – «Тілігульський», «Приінгульський»), пам'ятки природи, заповідні урочища, дендрологічні парки, зоологічні парки, парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва. Розвиток туристично-рекреаційної сфери у Миколаївському регіоні потрібно розглядати як інструмент мобілізації його конкурентних переваг, посилення ділової активності, підвищення рівня зайнятості населення, покращення фінансових показників діяльності суб'єктів господарювання, формування позитивного туристичного іміджу регіону.

Сучасний стан економіки вимагає розвитку, взаємодії та коопераційних зв'язків між малими та великими підприємствами. що являються об'єктивною необхідністю, яка впливає із закономірностей суспільного поділу праці, так і передумовою їх розвитку, формою розв'язання основної суперечності малого підприємництва. Тому великі підприємства виступають важливим елементом зовнішнього середовища малого бізнесу, володіючи значним потенціалом підтримки його розвитку через формування і ефективне функціонування різних форм господарської інтеграції. Великий бізнес створює передумови підвищення своєї ділової активності, налагодження нових шляхів збуту готової продукції, впровадження нових технологій на основі використання гнучкості, маневреності малих фірм.

На нашу думку, одним з шляхів вирішення питань розвитку малого підприємництва та підвищення його конкурентоспроможності має стати активізація взаємодії малих, середніх і великих підприємств, тобто їх економічна інтеграція, що сприятиме розвитку підприємств малого бізнесу в умовах кризи, підвищенню обсягів виробництва і реалізації продукції і

послуг, забезпеченню його ефективного функціонування як конкурентоспроможного суб'єкта господарювання [17]. Великі підприємства, в свою чергу, також очікують від такої співпраці позитивних результатів, серед яких можна відзначити такі, як: мінімізація кількості виробничих та збутових операцій, що впливають на зменшення витрат, скорочення технологічного циклу, здешевлення виготовленої продукції.

Досвід розвинутих країн показує, що їх економіка ґрунтується на двох складових елементах – на малому бізнесі, який створює конкурентне середовище і забезпечує гнучкість виробництва, та на великих організаційно-господарських структурах, які є стабільними і спроможними реалізувати науково-технічні новації. Великі міжгалузеві господарські структури являють інтегровану підсистему, представлену сукупністю фірм, пов'язаних договірними, господарськими, фінансовими, субпідрядними та іншими відносинами та які можуть мати і юридичну залежність між собою (коли створюються дочірні або майнові залежні фірми).

З огляду на вищезазначене, вважаємо доцільним розглянути основні переваги інтеграції малого бізнесу з середніми і великими компаніями, серед яких:

1. Форма кооперації субпідряд: використання нових технологій та постійна технічна допомога від великого підприємства, участь у виробничому процесі та сфері обслуговування великого підприємства, співпраця з кількома замовниками, можливість спеціалізуватися на виробництві продукції певного асортименту.

2. Франчайзинг: підвищення ділової активності, прибутковості внаслідок отримання готової ніші на ринку; зменшення комерційних ризиків завдяки доступу до випробуваних на практиці технологій, використанню маркетингової концепції великого підприємства.

3. Венчурні компанії: зниження витрат на власні дослідницькі роботи, низький рівень ризику. Розширення фінансово-інвестиційної бази для розвитку малого інноваційного бізнесу. Становлення і розвиток

інтегрованого наукоємного виробництва. Доповнення та обмін корисною інформацією щодо інноваційно-інвестиційних проектів, використання інвестиційної експертизи (відбір, попередній аналіз, перевірка та моніторинг проектів).

4. Кластер: формування інфраструктури для власних досліджень і науково-технічних розробок, зниження витрат на НДДКР. Підвищення обсягів реалізації продукції за рахунок формування логістичних зв'язків між учасниками.

В сучасних умовах зростання конкуренції саме інноваційна сфера виступає провідним чинником необхідності співробітництва малого і великого підприємництва.

Варто відзначити, що оскільки процес формування і реалізації напрямів розвитку суб'єктів малого підприємництва має бути спрямований на підвищення їх конкурентоспроможності, а підтримка конкурентоспроможності малого підприємництва являється складним і стратегічним завданням, що вимагає, в свою чергу, побудови відповідної концепції. Формування концепції підтримки конкурентоспроможності малого підприємства має враховувати світовий досвід розвитку малого підприємництва, принципи його діяльності, особливості економічного середовища функціонування малих підприємств, у тому числі за регіональною ознакою, що в подальшому сприятиме соціально-економічному розвитку країн [15]. На нашу думку, процес формування такої концепції має включати передумови, фактори, результати підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва, що відображає системний підхід до його побудови (рис. 4.2).

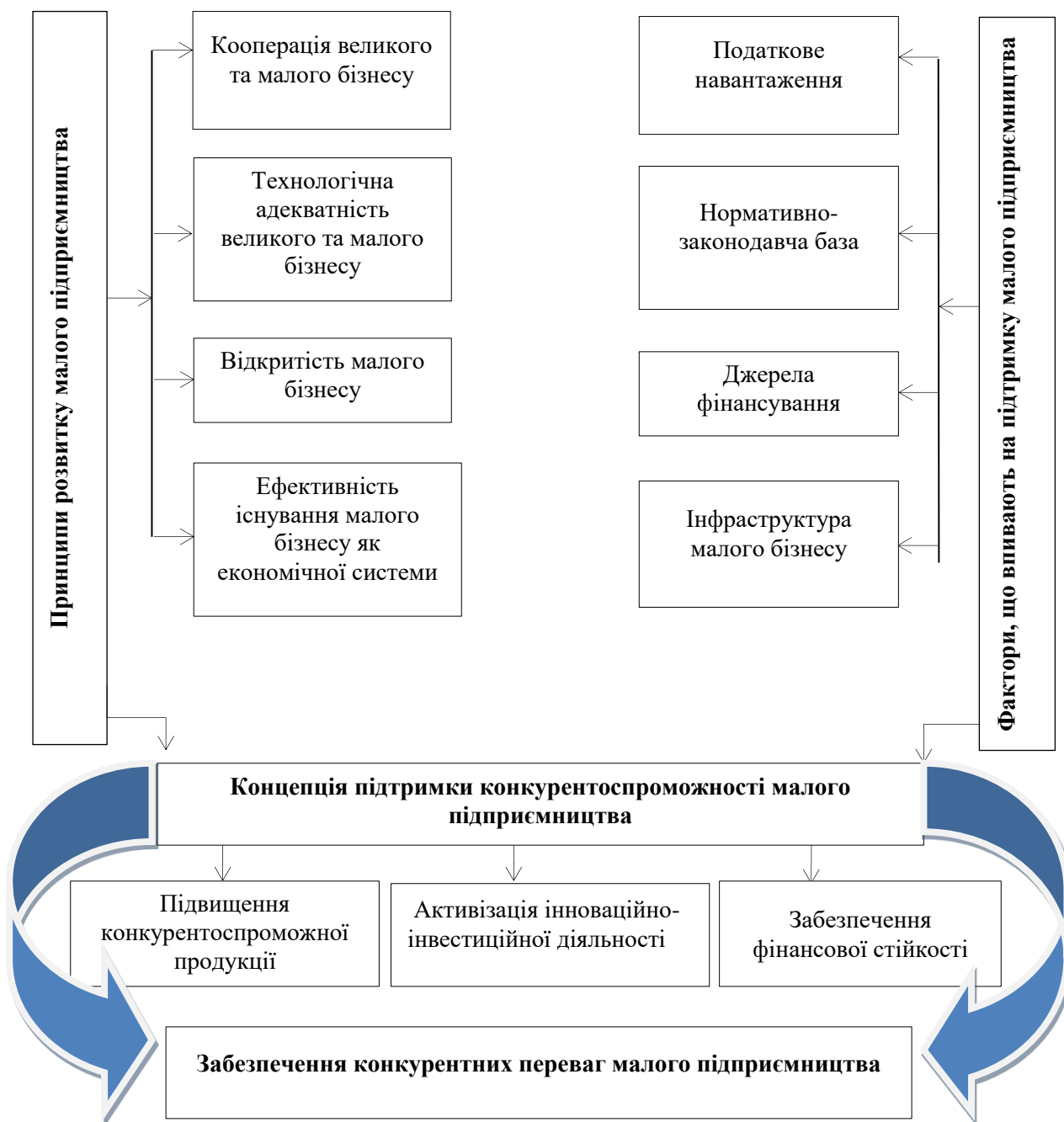


Рис. 4.2 Формування концепції конкурентоспроможності малого підприємництва у Миколаївській області

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності малого і середнього підприємництва і активізація використання його потенціалу має бути пріоритетним завданням розвитку регіону, оскільки функціонування цього сектору економіки сприятиме формуванню ефективного конкурентного середовища, підвищенню інвестиційної привабливості, збільшенню податкових надходжень, забезпеченні потреб населення у

різноманітних товарах і послугах, тощо. Крім того, підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва має особливе значення у забезпеченні необхідних соціально-економічних стандартів життя населення. Зокрема, створення нових робочих місць, що зумовлюється зростанням виробництва конкурентоспроможних товарів і послуг, уможливить підвищення зайнятості населення, забезпечить зростання доходів громадян для гідного, зорового і щасливого життя сьогодні та в майбутньому.

Отже, Миколаївська область має могутній територіальний, економічний і соціальний потенціал. Але через відсутність певної освітньої інформації не може використати весь потенціал свого регіону. При наданні повної допомоги від облдержадміністрації міста, не вистачає заінтересованості малих підприємств у розвитку, через обмежений доступ суб'єктів малого і середнього підприємництва до ресурсів, високі податки, недосконалу нормативно-правову базу у сфері підприємництва, низький рівень інвестицій в малі підприємства, невідповідність існуючої інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, низьку купівельну спроможність, недостатній рівень освіти підприємців. При виправленні всіх недоліків зі сторони влади, ріст підприємницької діяльності буде гарантованим.

Висновки

В результаті проведеного наукового дослідження за темою «Напрями та інструменти підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва регіону» можна сформулювати наступні висновки:

1. Конкурентоспроможність малого підприємства дозволяє максимізувати прибутки, що є основною метою кожного підприємства. Адаптивність та гнучкість малих підприємств є підставою до набуття більш конкурентних переваг.

2. У роботі встановлено, що конкурентоспроможність підприємства формується під впливом факторів у конкретних умовах зовнішнього та внутрішнього середовища. Систематизовано класифікацію факторів, які впливають на конкурентоспроможність малих підприємств.

3. При дослідженні сучасного стану малої підприємницької діяльності Миколаївської області, було виявлено певні економічні, територіальні та соціальні переваги та перспективи для покращення майбутнього розвитку.

4. На підставі програми економічного розвитку малого та середнього підприємства у 2019-2020 рр, було обґрунтовано SWOT – аналіз, в якому зазначено сильні сторони малого бізнесу в регіоні, слабкі сторони і можливості та загрози.

5. Пропонуємо механізм формування сприятливого середовища для розвитку малого підприємництва регіону, що вимагає: нормативно-правового, фінансово-кредитного, організаційно-економічного, кадрового забезпечення та механізму його розвитку в цілому. На нашу думку, формування такого механізму підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва Миколаївського регіону має визначати передумови, пріоритетні напрями та мету його реалізації

6. Запропоновано напрями підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва регіону: розвиток співпраці влади, інвесторів, малих підприємств, передусім підтримка інноваційно активних підприємців; покращення умов розвитку бізнес-клімату міста; розвиток державно-

приватного партнерства; співпраця влади та малого й середнього підприємництва; залучення інвестицій в малий та середній бізнес.

7. На нашу думку, одним з шляхів вирішення питань розвитку малого підприємництва та підвищення його конкурентоспроможності має стати активізація взаємодії малих, середніх і великих підприємств, тобто їх економічна інтеграція, що сприятиме розвитку підприємств малого бізнесу в умовах кризи, підвищенню обсягів виробництва і реалізації продукції і послуг, забезпеченню його ефективного функціонування як конкурентоспроможного суб'єкта господарювання. Запропоновано основні переваги інтеграції малого бізнесу з середніми і великими компаніями, серед яких: форма кооперації субпідряд, франчайзинг, венчурні компанії, кластер.

8. Запропоновано концепцію конкурентоспроможності малого підприємництва у Миколаївській області, яка має включати передумови, фактори, результати підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва, що відображає системний підхід до його побудови

Список використаної літератури

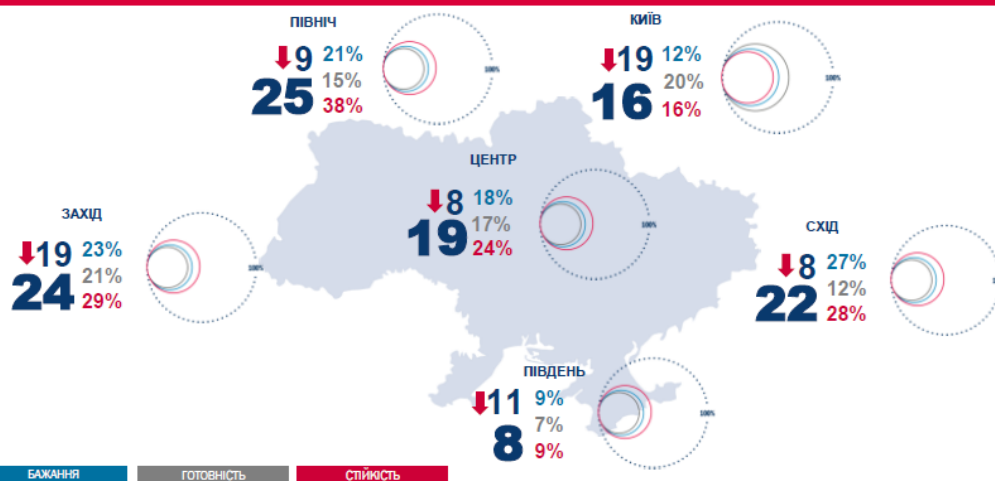
1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. К.: “Знання”, КОО, 2001. 227 с.
2. Мадрига Г. М. Поняття, місце і роль малих підприємств в економіці: економічні та соціальні аспекти. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2013. № 767. С. 154–163.
3. Закон «Про державну підтримку малого підприємництва» від 12.05.1998. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/456/98>
4. Буркинський Б.В., Нижник В.М., Ніколайчук М.В. Ефективність використання трудового потенціалу: теорія і практика: монографія / Б.В. Буркинський, В.М. Нижник, М.В. Ніколайчук. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – 223 с.
5. Говорушко Т. А., Тимченко О.І. Малий бізнес: навч. Посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 200 с.
6. Романська О. Яку підтримку очікують підприємці? URL: <http://platformamsb.org/yakupidtrymkuochikuyutpidpryyemtsi>
7. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г Конкурентоспроможність підприємства// Навчальний посібник 2016 рік URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/Konkurentospromozhnist_p-va_Lupak_Vasilciv.pdf
8. Зайцева Л.О. Вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/123308/23-Zaitseva.pdf?sequence=1>
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
10. Глобальне дослідження Amway про підприємництво 2018 URL: <https://news.amway.ua/ager/%d0%b4%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%96%d0%b4%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f/>

11. Doing Business-2020 URL: <https://www.doingbusiness.org/>
12. Програми розвитку малого і середнього підприємництва у Миколаївській області на 2017-2018 роки та затвердження Програми розвитку малого і середнього підприємництва у Миколаївській області на 2019-2020 роки//[Електронний ресурс]: Режим доступу:<https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decreeProject/15451247725c18bba45d2d1.pdf>
13. Державна служба Миколаївської області. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>
14. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2027 року: «Розвиток та єдність, орієнтовані на людину». URL: <http://www.strategy.kharkiv.ua/docs/SSRD.pdf>
15. Миколаївська обласна рада//Рішення// від 21 грудня 2018 року//[Електронний ресурс]: Режим доступу:<https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decree/15470322945c35d6e6ae670.pdf>
16. Напрямки розвитку бізнесу в Миколаївській області URL: <https://works.doklad.ru/view/xg9D6VAVwEM/3.html>
17. Дзядук.Г.О. Механізми державного регулювання розвитку малого та середнього агробізнесу в Україні URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/dorad/files/dgo_dis_20190618.pdf

АЕСІ в регіонах Україна

АЕСІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

НАЙБІЛЬШЕ ПАДІННЯ ІНДЕКСУ В КИЄВІ ТА НА ЗАХОДІ

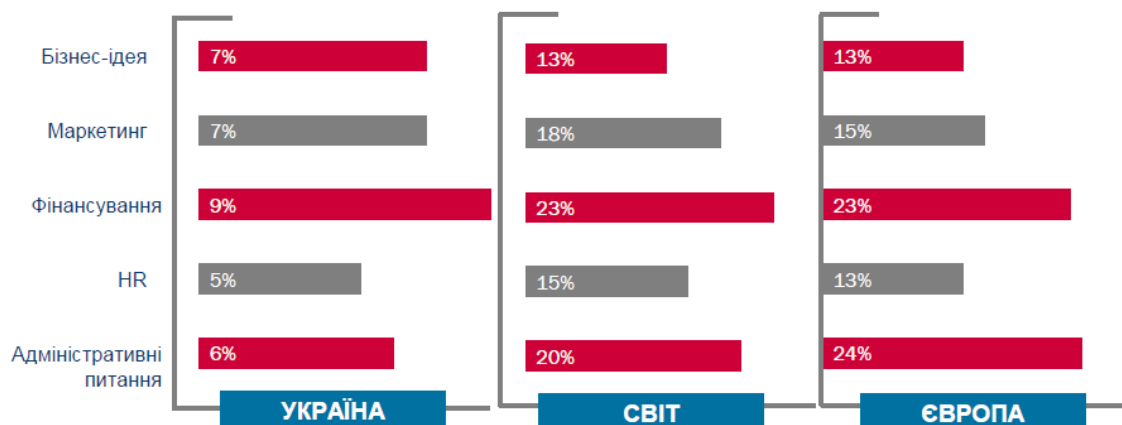


ГЛОБАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ АМВАУ ПРО ПІДПРИЄМНИЦТВО 2018

11

СФЕРИ МОЖЛИВОЇ ПІДТРИМКИ

УКРАЇНЦІ ЗАЗНАЧАЮТЬ ПЕРШ ЗА ВСЕ НЕОБХІДНІСТЬ ФІНАНСУВАННЯ



ГЛОБАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ АМВАУ ПРО ПІДПРИЄМНИЦТВО 2018

Doing Business - 2019 Україна

