



В. О. Орлова

кандидат економічних наук, професор кафедри банківської справи, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна
bank@kaf.donduet.edu.ua

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА НОВІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Анотація. У статті узагальнено сутнісні характеристики та особливості малого бізнесу. Виявлено нові реалії розвитку малого бізнесу, що виникли в Україні в посткризовий період. Визначено умови для стійкого розвитку цього виду підприємництва і засади його державної підтримки. Запропоновано напрями державної політики розвитку малого бізнесу в Україні, що дозволять забезпечити додаткове стимулювання економічної активності.

Ключові слова: малий бізнес, державна політика, стимулювання економічної активності.

В. А. Орлова

кандидат економічних наук, професор кафедри банківського дела, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ И НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Аннотация. В статье обобщены существенные характеристики и особенности малого бизнеса. Выявлены новые реалии развития малого бизнеса, которые возникли в Украине в посткризисный период. Определены условия для устойчивого развития этого вида предпринимательства и основы его государственной поддержки. Предложены направления государственной политики развития малого бизнеса в Украине, которые позволят обеспечить дополнительное стимулирование экономической активности.

Ключевые слова: малый бизнес, государственная политика, стимулирование экономической активности.

Valentya Orlova

Ph.D. in Economics, Professor, Donetsk National University of Economics and Trade named by M. Tugan-Baranovsky, Ukraine
DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS: MODERN REALITIES AND NEW DIRECTIONS FOR PUBLIC POLICY

Abstract. In the article the intrinsic characteristics and features of small business are generalized. The attention is concentrated at the new realities of small business development that occurred in post-crisis period in Ukraine. The preconditions for steady growth of this kind of business and basis of its state support are allocated. The directions of the state policy for the small business development in Ukraine are proposed. They are related to the formation of local support systems for small businesses, improving of the entrepreneurial culture, emerging of its new forms and kinds. These approaches will allow to determine the course of actions which should be carried out for additional stimulation of economic activity by the government.

Key words: small business; entrepreneurship; state policy; business environment.

JEL Classification: G21, G33, J41

Постановка проблеми. Малий бізнес стає дедалі важливішою складовою економіки України. Цей вид підприємництва виник у період переходу від командно-адміністративної до ринкової моделі господарювання і за останні два десятиліття пройшов закономірну еволюцію, зайнявши певне місце в економічній системі. Неодноразові наслідки трансформаційного періоду, структурні диспропорції економіки та недосконалість інституційного середовища зумовлюють необхідність забезпечення сталого розвитку малого бізнесу, здійснення його підтримки з боку держави. Вирішення завдання розвитку малого бізнесу в Україні ускладнюється через негативний вплив глобальної фінансової кризи, що доповнило традиційні для вітчизняної економіки проблеми, продемонструвавши необхідність прискорення економічних реформ.

У посткризовий період постали нові реалії розвитку малого бізнесу, пов'язані зі зміною умов господарювання та входженням економіки у стан поглинання шоків. Від того, за яким вектором надалі розвиватиметься малий бізнес, залежатимуть можливості як подолання рецесії, так і перетворення його в ефективний сектор економіки. З огляду на це істотно підвищується роль держави і значущість її політики, у сфері підтримки підприємництва.

Проблема розвитку малого бізнесу є актуальною практично для всіх країн світу, навіть попри різну роль малих форм господарювання в економіці. Однак, незважаючи на універсальність цієї проблеми і багатий світовий досвід, кожна країна мусить будувати власну модель підтримки

малого бізнесу. В Україні формування такої моделі перебуває в активній фазі, про що свідчать урядові ініціативи останніх років. Проте якість державної підтримки підприємництва залишається на низькому рівні й вимагає пошуку нових напрямів державного впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливість розвитку малого бізнесу підтверджується великою кількістю наукових публікацій у всьому світі. Серед провідних іноземних авторів потрібно виокремити роботи А. Хабібі (*A. Habiby*) та Д. Койла (*D. Coyle*) [1], У. Баумоля (*W. Baumol*) [2], Г. Еліассона (*G. Eliasson*) і М. Хенкуксона (*M. Henrekson*) [3], Д. Айзенберга (*D. Isenberg*) [4] та ін. Аналіз зарубіжної літератури показав, що сьогодні відбувається перегляд концепції підприємництва з урахуванням особливостей сучасної економіки, зміни ролі й статусу підприємця. Оновлюються уявлення про малий бізнес, вишукуються нові шляхи підвищення його життєздатності в умовах рецесії економіки.

Труднощі розвитку малого бізнесу в Україні активно досліджуються вітчизняними економістами. Останні дослідження у цій галузі представлені в роботах І. Манцуrowa [5], Т. Березянка [6], А. Бутенка [7], Р. Умерова [8], О. Шубіна [9] та ін. Основну увагу українські вчені зосереджують на специфічних проблемах розвитку малого бізнесу в Україні, питаннях удосконалення підприємницького клімату, інституційного середовища. В останні роки закономірно починаються дослідження наслідків глобальної кризи, що чинять істотний негативний вплив на малий бізнес.

Незважаючи на велику кількість наукових праць, досі відсутні цілісні концепції розвитку малого бізнесу в контексті становлення нової економічної парадигми, для якої характерна глибока трансформація соціально-економічних інститутів. Як за кордоном, так і в Україні постійно наголошується на необхідності врахування сучасних реалій (пов'язаних не тільки із рецесією) у сфері розвитку малого бізнесу і визначення нових напрямів державної політики.

Мета статті: узагальнити базові засади розвитку малого бізнесу, обґрунтувати необхідність посилення його підтримки з боку держави з урахуванням сучасних реалій, запропонувати нові напрями державної політики у цій сфері.

Основні результати дослідження. Малий бізнес (МБ) – це прийняте позначення невеликих підприємств, які формально не входять до жодних господарських об'єднань. Граничний розмір малого підприємства визначається законодавством кожної країни. Якщо йдеться про юридичних осіб, то в більшості країн лімітується чисельність зайнятих та обсяг річного валового доходу (обороту). Може також встановлюватися (наприклад, у Росії) граничне значення сумарної частки зовнішньої участі у статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді). Існують країни (наприклад, в Україні), де параметри малого підприємства (окрім фізичних осіб-підприємців) визначаються незалежно від організаційно-правової форми, форми власності й виду економічної діяльності. У деяких країнах (наприклад, у США) стандарти ідентифікації малих підприємств мають більш складну структуру і сильно варіюються залежно від галузі.

У сучасних дослідженнях сутність малого бізнесу трактується багатогранно (як форма господарювання, вид підприємництва, сектор економіки, механізм регулювання, господарська функція та ін.), що свідчить про еволюцію та різноманіття існуючих уявлень про нього. Ми розглядатимемо МБ як сектор економіки, що об'єднує (відповідно до Господарського кодексу України) суб'єктів малого підприємництва, до яких належать: 1) фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як фізичні особи-підприємці; 2) юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності. В обох випадках середня кількість працюючих за звітний період не повинна перевищувати 50 осіб, а річний дохід від будь-якої діяльності – суми, еквівалентної 10 млн. євро за середньорічним курсом Національного банку України [10].

Для характеристики малого бізнесу використовується цілий комплекс ознак, а також економічних властивостей підприємця. Базовими характеристиками є ті, які пов'язані зі свободою підприємництва (свобода вибору видів діяльності, залучення економічних ресурсів, встановлення цін, користування прибутком тощо), його ризикованості, ініціативності, різними здібностями до здійснення економічної діяльності (уміння застосовувати новаторство і рекомбінувати ресурси, розробляти ініціативи, оцінювати ринкову ситуацію, налагоджувати ділові контакти тощо). На цій основі виділяються різні «родові» ознаки МБ, головними серед яких є високий ступінь активності; готовність йти на ризик; орієнтація на інновації; здатність до самоорганізації та самоврядування та ін. Реалізація цих ознак на практиці залежить від конкретних умов економічної системи.

Сутність малого бізнесу впливає з уявлень про підприємство у цілому як про економічну функцію, якій притаманні власні структура і форми організації. Підприємець є власником, розпорядником та користувачем капіталу (а також енергії, знань, спроможностей і часу), організатором виробництва. Підприємство також інтерпретується як один із факторів виробництва, а відтак МБ може розглядатися як продуцент благ у структурі економіки.

Базові теоретичні положення щодо сутності підприємства розробили класики економічної теорії: Р. Катільон (*R. Cantillon*), А. Сміт (*A. Smith*), Д. Рікардо (*D. Ricardo*), Ж.-Б. Сей (*J.-B. Say*), Дж. С. Мілль (*J.S. Mill*), К. Маркс (*C. Marx*) та ін. У їх працях визначено природу підприємця, його місце у виробничому процесі, функції і риси. Наприкінці XIX-го –

першій половині XX століття концепція підприємництва була суттєво доповнена завдяки усвідомленню еволюції економічних систем. Це відображено у працях М. Вебера (*M. Weber*), К. Менгера (*C. Menger*), А. Маршалла (*A. Marshall*), Й. Шумпетера (*J. Schumpeter*), Р. Коуза (*R. Coase*), Дж. М. Кейнса (*J. M. Keynes*) та ін. Передусім змінилися уявлення про роль підприємця (як новатора, «будівельника») в економічному розвитку, його психологічні якості, мотивації і «дух», особливості підприємницької поведінки, а також погляди на умови господарсько-політичного середовища. У сучасній економічній науці історично склалося декілька традицій (шумпетеріанство, неокласична теорія, чикагська і австрійська школи, еволюційний та неінституціональний підходи), які дозволяють різнобічно пояснити природу підприємництва. Подальший розвиток теорії підприємництва пов'язують із роботами таких учених, як В. Баумоль (*W. Baumol*), Б. Джовановіч (*B. Jovanovic*), Д. Аудретч (*D. Audretsch*), У. Лацонік (*W. Lazonik*), В. Гартнер (*W. Gartner*), Д. Норт (*D. North*).

Сучасні автори зосередили увагу на особливостях розвитку підприємництва на різних стадіях, процесі створення та діяльності фірм. На основі синтезу різних течій теорії підприємництва зароджується новий еволюційний підхід, у межах якого самостійним об'єктом аналізу виступає мала фірма, насамперед інноваційна. Поглиблене вивчення малого бізнесу дозволило встановити закономірності просторового поширення фірм, обґрунтувати особливості їх включення у кластери і агломерації, доповнити уявлення про інституціональний порядок, необхідний для «малої економіки». Характерно, що МБ сьогодні розглядається в іншому соціальному аспекті, оскільки ця форма господарської активності поширюється і стає соціально «вкоріненою». У сучасних дослідженнях аналізується людський капітал підприємця, його включення в соціальні мережі, а також вікові, гендерні, етнічні аспекти розвитку малого бізнесу.

Досвід розвинених країн свідчить, що МБ, завдяки своїм специфічним рисам, виконує в економіці ряд важливих функцій, з-поміж яких: виробнича, інноваційна, конкурентна, соціальна, регулююча, структурна, девелоперська. Економічну ефективність малого бізнесу пов'язують, головним чином, із забезпеченням економічного зростання, підвищенням рівня зайнятості й доходів населення, збільшенням продуктивності та інновацій. Це обумовлює необхідність здійснювати державне регулювання малого бізнесу в напрямі сприяння його сталому розвитку.

Державна політика у сфері розвитку малого бізнесу – це комплекс питань і завдань щодо стимулювання підприємництва (малих форм господарювання) та формування сприятливого підприємницького середовища. Зростання інтересу до МБ у різних країнах світу пояснюється, з одного боку, проблемами, притаманними великим підприємствам, а з другого – економічними результатами, яких здані досягти малі підприємства (особливо створення нових робочих місць та запровадження інновацій). Успішний малий бізнес отримує певну суспільну легітимність, що виступає основою для його підтримки з боку держави.

Для окреслення нових напрямів державної підтримки МБ необхідно уточнити деякі моменти в розумінні його розвитку. Поняття «розвиток», як зазначає М. Чешков, постає як «...категоріальна конструкція, яка описує сукупність різнорідних (насамперед за вектором і суб'єктом) змін та дає уявлення про роботу механізмів історичного процесу» [11]. У розвитку багато залежить від певного моменту часу, цілей і умов їх досягнення, уявлень суб'єкта про перспективи та варіанти прогресу. Розвиток будь-якої економічної системи має перманентний характер, відбувається під впливом численних стимулюючих і обмежувальних факторів, передбачає різні за своєю суттю зміни (структурні, інституціональні, соціальні, технологічні тощо). Розвиток малого бізнесу необхідно розглядати, по-перше, у триєдності на макро-, мезо- та мікрорівні, що визначає «площини» реалізації державної політики, і, по-друге, з урахуванням зміни властивостей, функцій цього виду підприємництва, галузевих особливостей, ролі в економіці.

Розвиток малого бізнесу має такі прояви: поширення сектору МБ на нові сфери господарювання та посилення його ролі в різних галузях економіки; удосконалення господарського механізму, що забезпечує діяльність малих підприємств; підвищення активності малих фірм в усіх напрямках господарського життя, і зокрема у сфері інновацій; збільшення обсягу та покращення якості економічних ресурсів, залучених у сектор; зміцнення позицій малого бізнесу в економічній системі; підвищення соціального статусу підприємця та ін.

Зазначені прояви мають суб'єктивну обумовленість, зокрема є результатом підприємницької мотивації. У ній переплетені матеріальні (економічний інтерес) і нематеріальні (престиж, громадський обов'язок, реалізація творчого потенціалу, талант) фактори, еkleктично поєднуються раціональність та упевненість, минулий досвід і оцінка перспектив, індивідуальні та колективні погляди. Класична теза про максимізацію корисності за обмежених ресурсів у сфері малого бізнесу не набула поширення. На практиці існує великий набір не тільки загальних, а й проміжних факторів мотивації (наприклад, прагнення покращити умови роботи, домогтися професійного зростання шляхом збагачення змісту праці тощо). Завдяки синтетичному характеру підприємницької мотивації розвиток малого бізнесу відповідає цивілізаційним передумовам, тобто притаманним певному суспільству цінностям, переконанням і атитюдом. Із посиленням конкуренції та прискоренням трансформації економічних систем значущість цивілізаційних факторів зростає.

У сучасній дослідницькій парадигмі домінує декілька підходів до вивчення процесу розвитку малого бізнесу: 1) оцінка загальних економічних, інституційних, соціальних і політичних умов розвитку підприємництва у широкому контексті; 2) аналіз умов розвитку малого бізнесу з акцентом на інституційні зміни, які відбуваються на мікрорівні, а також на здатності й можливості підприємців здійснювати певну діяльність; 3) визначення макроекономічних передумов підвищення підприємницької активності з урахуванням структурних параметрів зростання. До найбільш важливих передумов сталого розвитку малого бізнесу відносять:

- максимально вільний доступ до ринків та фінансових ресурсів;
- високу якість людських ресурсів, зосереджених у «малій економіці»;
- сприятливу економічну кон'юнктуру, поглиблення співпраці з великим бізнесом і державою;
- значний рівень інноваційної активності;
- розвинуту підприємницьку інфраструктуру;
- мінімальне податкове навантаження та адміністративне регулювання.

У сучасній ринковій моделі, що усталася у країнах західного капіталізму, ідеологія лібералізму, відкритого і конкурентного суспільства, дотримання прав людини набули основоположного характеру й розглядаються як цивілізаційна перевага. Саме це сьогодні визначає зміни в економічному, інституціональному та адміністративному порядку. У секторі МБ державне втручання набуває нової якості, поєднуючи високий рівень підтримки із відмовою від надмірного регулювання і практик, що порушують умови вільної конкуренції.

У науковій літературі описано безліч типів державної політики у сфері розвитку малого бізнесу. Наприклад, З. Варналії виділив такі моделі держави в розвитку малого підприємництва: 1) ліберальна американська модель (втручання тільки в ті сфери, які не може врегулювати ринок); 2) неоліберальна німецька модель (сприяння соціальній спрямованості ринкового впливу); 3) європейсько-кейнсіанська модель (високий рівень державної підтримки); 4) соціал-демократична шведська модель (пріоритет соціальних завдань); 5) японська модель (підтримка малого бізнесу спирається на національний менталітет і співпрацю з великим бізнесом) [12]. Як показує досвід розвинених країн, державна політика у сфері підтримки мало-

го бізнесу перетворилася на самостійну складову загальної соціально-економічної політики. Підтримка МБ має різний характер, варіюючись від опіки (захист малих підприємств від несприятливого впливу ринку) до партнерства (участь малих підприємств у реалізації державних ініціатив). Загалом державна підтримка малого бізнесу містить велике різноманіття форм, методів та механізмів, які забезпечують упровадження системи стимулів для існуючих підприємств і потенційних підприємців. Світовою тенденцією є поступова відмова від прямих методів підтримки МБ на користь непрямих методів стимулювання. Однак при цьому держава створює максимально сприятливі умови для підвищення життєздатності підприємництва.

Рівень державної підтримки малого бізнесу варіюється залежно від моделі державного регулювання, розвинутості цього сектору та його ефективності. У більшості країн із перехідною економікою досі не сформовано необхідних умов для становлення малого бізнесу як самостійного сектору економіки (окрім країн Центральної і Східної Європи, що ввійшли до ЄС). Зокрема в Україні за два десятиліття після закінчення радянської «цивілізації» інститути підприємництва не набули завершеного вигляду. Підприємницьке середовище залишається вкрай несприятливим, а в багатьох сферах навіть агресивним. Це підтверджується різними міжнародними рейтингами. Наприклад, у рейтингу умов ведення бізнесу «*Doing Business-2013*» Україна посідає низьке 137-е місце. Хоч у попередньому році вона займала 152 позицію, тобто покращення склало 15 пунктів, у цілому умови ведення бізнесу залишаються незадовільними (поліпшення досягнуто лише внаслідок ліквідації деяких адміністративних бар'єрів) [13]. За індексом глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму Україна у 2012–2013 рр. посіла 73-є місце (2011–2012 рр. – 82-е місце). Незважаючи на позитивну зміну оцінки, що обумовлено високим, але нерозкритим потенціалом країни, проблемними залишаються такі важливі для малого бізнесу складові індексу: «інституції» – 132-е місце, «ринок товарів і послуг» – 117-е місце, «стабільність фінансового сектору» – 114-е місце, «рівень розвитку бізнесу» – 91-е місце, «інновації» – 71-е місце [13]. Погіршення стану МБ в Україні підтверджують і офіційні статистичні дані, зокрема: 1) кількість малих підприємств на 10 тис. населення знизилася від 84 у 2007 р. до 70 у 2011 р.; кількість фізичних осіб-підприємців – відповідно від 477 до 209; 2) кількість суб'єктів малого підприємництва, зайнятих на підприємствах, зменшилася від 6003,7 тис. осіб у 2007 р. до 4442,2 тис. осіб у 2011 р.; 3) частка реалізованої суб'єктами малого підприємництва продукції (робіт, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції в економіці у цілому скоротилася від 18,2% у 2007 р. до 13,1% у 2011 р., а збиток відповідно збільшився від 19862,7 млн. грн. до 51091,0 млн. грн. [14].

У посткризовий період в Україні виникли нові реалії розвитку малого бізнесу: 1) поглибилися структурні диспропорції, що постійно звужує сферу діяльності малих підприємств; 2) через економічну рецесію погіршується доступ підприємств МБ до ринків та капіталів; 3) незавершеність становлення ринкових інститутів, недосконалість державного регулювання, корупція і т.п. призводять до деградації підприємницького середовища; 4) малий бізнес наразі сконцентрований в окремих галузях, функціонує під тиском органів влади та часто в тіні; 5) перманентно зростає кількість людей, які стають підприємцями переважно через погіршення стану ринку праці.

Тим часом держава декларує наміри змінити ситуацію. У 2012 р. прийнято Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», де передбачається його всіляка підтримка на національному та регіональному рівнях. Однак на практиці малий бізнес залишається без реальної підтримки, великою мірою роз'єднаним і не здатним захищати свої інтереси.

Очевидно, що в Україні система державної підтримки малого бізнесу знаходиться на етапі становлення. Окрім

практичного вдосконалення створених механізмів і методів, новими напрямками державної підтримки малого бізнесу повинні стати:

- формування локальних (регіональних, міських, районних, сільських) систем підтримки малих підприємств з урахуванням просторових особливостей розвитку «малі економіки», специфічних «територіальних» соціально-економічних завдань, тенденцій урбанізації, стану сільських територій та ін.;
- створення механізмів додаткової підтримки молодіжного і жіночого підприємництва, впровадження програм допомоги інвалідам та пенсіонерам для започаткування і здійснення підприємницької діяльності;
- зміцнення здатності малого бізнесу до самоорганізації та саморегулювання на національному, регіональному і місцевому рівнях, у тому числі через розширення інституційної спроможності об'єднань суб'єктів малого підприємництва;
- покращення культури підприємництва серед населення за допомогою програм навчання та соціальної реклами, ствердження в підприємницькому середовищі принципів соціальної відповідальності;
- розширення сфери діяльності державних малих підприємств, створення інституту громадських малих підприємств, додаткова підтримка соціального підприємства;
- підвищення рівня інноваційної активності малих підприємств, розвиток інтелектуального капіталу і соціальних компетенцій у цьому секторі;
- допомога в запровадженні нових видів підприємництва (наприклад, віртуального).

Додаткова державна підтримка за зазначеними напрямками має здійснюватись із використанням інституту спеціальних режимів. Необхідні загальнонаціональні та регіональні програми підтримки малого бізнесу, які б сприяли відтворенню цілісних механізмів розвитку «малі економіки» й забезпечили постійне комплексне регулювання цього сектору.

Висновки. Розвиток малого бізнесу – важливе завдання державної економічної політики. У сучасних умовах стан сектору МБ в Україні загалом є незадовільним і не відповідає цілям реформування національної економіки. Держава повинна надавати реальну підтримку малому бізнесу, у тому числі за рядом нових напрямів, що дозволить забезпечити сталий розвиток сектору. У перспективних дослідженнях передбачається розробити заходи з підтримки малого бізнесу за запропонованими напрямками, визначити контури поглиблення взаємодії малого бізнесу з державою і суспільством, а також обґрунтувати систему комплексних регуляторів підприємництва.

Література

1. Habiby A S. Les entrepreneurs du XXI-e siecle: Un changement qualitative / A S. Habiby, D. M. Coyle // Problemes econ. – Paris, 2011. – No 3026. – P. 28–34.
2. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine / W. J. Baumol // Small business economics. – Dordrecht etc., 2004. – Vol. 23. – No 1. – P. 9–24.
3. Eliasson G. An entrepreneurial economist on the economics of entrepreneurship / G. Eliasson, M. Henrekson, W. J. Baumol // Small business economics. – Dordrecht etc., 2004. – Vol. 23. – No 1. – P. 1–7.

4. Isenberg D. J. How to start an entrepreneurial revolution / D. J. Isenberg // Harvard business rev. – Boston, 2010. – Vol. 88. – No 6. – P. 41–50.
5. Розвиток малих підприємств (статистичне оцінювання впливу на економічне зростання та конкурентоспроможність країни): монографія / [І. Г. Манцуров, С. С. Вацаєв, С. Г. Дрига та ін.]; за наук. ред. І. Г. Манцурова. – К.: КНЕУ, 2009. – 181 с.
6. Березянюк Т. В. Актуальні напрями державної підтримки малих підприємств у процесі подолання наслідків кризи / Т. В. Березянюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 10. – С. 34–36.
7. Бутенко А. Державна підтримка підприємницького сектору України: досвід і проблеми / А. Бутенко // Економіка України. – 2012. – № 5. – С. 41–51.
8. Умеров Р. Е. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні / Р. Е. Умеров // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10(136). – С. 64–67.
9. Шубін О. О. Поняття та мотиви застосування механізму сталого розвитку підприємств малого бізнесу / О. О. Шубін // Торгівля і ринок України. – 2012. – Вип. 33. – С. 3–7.
10. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/>
11. Идея развития: возможность обновления // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 2. – С. 75–89.
12. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. – К.: Знання, 2005. – 302 с.
13. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, 2013 [Електронний ресурс] / Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/>
14. Діяльність суб'єктів малого підприємництва 2011: статистичний збірник [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Стаття надійшла до редакції 12.04.2013

References

1. Habiby, A. S. (2011). Les entrepreneurs du XXI-e siecle: Un changement qualitative. *Problems of Economy*, 3026, 28-34 (in French).
2. Baumol, W. J. (2004). Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine. *Small Business Economics*, 23(1), 9-24.
3. Eliasson, G., Henrekson, M., & Baumol, W. J. (2004). An entrepreneurial economist on the economics of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 23(1), 1-7.
4. Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Revue*, 88(6), 41-50.
5. Manturov, I., Vashayev, S., Dryga, S. et al. (2009). *Development of small enterprises (Statistical evaluating of the impact on economic growth and the competitiveness of the country)*. Kyiv: Kyiv National Economic University (in Ukr.).
6. Berезянюк, T. V. (2012). Actual directions of state support of small businesses in the crisis. *Investment: Practice and Experience*, 10, 34-36 (in Ukr.).
7. Butenko, A (2012). State support of entrepreneurial sector of Ukraine: experience and problems. *Economics of Ukraine*, 5, 41-51 (in Ukr.).
8. Umerov, R. E. (2012). Features of development of small business in Ukraine. *A ctual Problems of Economics*, 10(136), 64-67 (in Ukr.).
9. Shubin, O. O. (2012). The concept and motivation for a mechanism of sustainable development usage in small businesses. *Trade and Market of Ukraine*, 33, 3-7 (in Ukr.).
10. *Official Web-portal of the Verkhovna Rada of Ukraine*. Retrieved from <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/> (in Ukr.).
11. The idea of development: possibility to update (2007). *World Economics and International Relations*, 2, 75-89 (in Rus.).
12. Varnaliy, Z. (2005). *Small business: theory and practice*. Kyiv: Knowledge (in Ukr.).
13. State Service of Ukraine for Regulatory Policy and Entrepreneurship Development (2013). Analytical report on the status and prospects of development of small and medium enterprises in Ukraine. Retrieved from <http://www.dkrp.gov.ua/> (in Ukr.).
14. State Statistics Service of Ukraine (2012). *Activity of small businesses in 2011: statistical compendium*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukr.).

Received 12.04.2013

Різні погляди – одна держава

аналітика, новини, коментарі
на інформаційно-аналітичному порталі
Інституту трансформації суспільства

www.osp-ua.info