

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	Міжнародний бізнес
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Спеціалізація (за наявності)	Міжнародний бізнес

Форма навчання: Заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему **«Країнові моделі розвитку малого та середнього бізнесу (на прикладі Німеччини)»**

здобувача Логвиненко Лоліти Павлівни

Науковий керівник професор, д.е.н. Панченко Євген Григорович

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів
вищої освіти (ЕК)

Завідувач кафедри доцент к.е.н. Бурмака Микола Олексійович

Київ 2022

ЗМІСТ:

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІСНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	5
1.1. Сутність та критерії визначення малого та середнього бізнесу	5
1.2 Роль малого бізнесу в економіці розвинутих держав світу та зарубіжний досвід.....	18
1.3 Роль малого та середнього бізнесу в бізнесі Німеччини	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В НІМЕЧЧИНІ	31
2.1 Аналіз показників розвитку малого та середнього бізнесу в Німеччині	31
2.2 Державна підтримка малого та середнього бізнесу в Німеччині	39
2.3. Регіональні особливості розвитку малого та середнього бізнесу в Німеччині.....	46
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ НІМЕЧЧИНІ	57
3.1 Програми підтримки малого та середнього бізнесу в Німеччині	57
3.2 Вирішення проблем малого та середнього бізнесу в Україні з урахуванням досвіду Німеччини.....	63
3.3 Основні напрями розвитку співробітництва українських та німецьких малих та середніх підприємств.....	70
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ	86

ВСТУП

Найважливішою передумовою загальноцивілізованого розвитку економіки є розвиток і популяризація підприємництва як специфічного виду економічної діяльності. Підприємництво є одним із найважливіших чинників розвитку національної економіки. Підприємництво є передумовою інноваційного економічного зростання і ґрунтується на підприємницькій ініціативі у галузях науки, техніки, організації та господарської діяльності.

Підприємництво концентрує найбільш характерні атрибути ринкових відносин і є рушійною силою виживання та розвитку ринкової економіки. Це сприяє зростанню соціального добробуту, створює умови для реалізації економічних інтересів, здібностей і талантів людей, а також сприяє національній єдності та відродженню національної самосвідомості. Як надзвичайно багате та однобічне явище, підприємництво заслуговує на увагу представників різних наукових сфер. Протягом тривалого часу представники світової економічної думки активно займаються підприємницькою теорією та практикою. На жаль, за радянських часів ні теоретики, ні практики не приділяли цій темі належної уваги. Сьогодні в країні немає загальновизнаної економічної теорії підприємництва, хоча потреба в такій теорії гостро постала вже давно.

З розвитком ринкової економіки зростає роль підприємництва, що приваблює вітчизняних дослідників, робота яких вивчає окремі аспекти підприємництва. У зв'язку з цим необхідний науково обґрунтований підхід до управління розвитком малого бізнесу для формування постіндустріальної економіки.

Теорія сучасних МСП є кристалізацією наукових думок кількох поколінь вчених. Цю проблему досліджували Р. Кантільон, А. Маршалл, С. Сімсонді, Й. Шумпетер, Ф. Хайек та інші відомі дослідники. За останні роки такі вчені, як З. Варналій, Г. Васіна, Л. Воротіна, Л. Верховодова, М. Долішній, А. Даниленко, О. Кузьмін, М. Козоріз, В. опублікували багато наукових праць. Мікловда, А. Мельник., С. Мочерний, В. Павлов, С. Реверчук та ін. Вони розкривають різні

аспекти розвитку малого бізнесу, а також роль і значення цього сектора в індустріально розвинених країнах і країнах, що розвиваються, включаючи країни з перехідною економікою. Однак через відсутність глибокого аналізу та чіткого розуміння позиції та ролі підприємництва в сучасній постіндустріальній моделі економіки неможливо чітко сформулювати концепцію механізмів підтримки розвитку малого підприємництва в Україні. Німеччина. регіональний рівень. Тому актуальність та об'єктивна необхідність подальших досліджень з цих питань зумовили виділення тем роботи, цілей і завдань.

Метою є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження сучасних підходів до управління підприємством малого та середнього бізнесу в умовах формування постіндустріальної економіки.

Поставлена мета визначила необхідність рішення таких задач:

- розглянути сутність, значення та функції підприємств малого бізнесу в національній економіці Німеччини;
- дослідити особливості управління підприємств малого бізнесу в умовах формування постіндустріальної економіки;
- розглянути функціональний підхід до управління підприємств малого бізнесу.

Об'єктом дослідження є процеси управління підприємством малого та середнього бізнесу.

Предмет дослідження склали теоретичні і методичні основи управління підприємством малого та середнього бізнесу.

Методологічною основою роботи є сукупність пізнавальних засобів, методів, прийомів, що використовувались в процесі дослідження, а також фундаментальні положення економічної теорії та загальнонаукові принципи проведення досліджень.

Теоретичною основою дослідження стали наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених і спеціалістів в області розвитку малого підприємництва та організації управління підприємством малого бізнесу. При виконанні дослідження використані положення системного підходу, метод

логічного аналізу, метод порівняльного аналізу, методи спостереження і узагальнення, метод моделювання, анкетування.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг – 79 сторінок. Робота містить 1 таблицю, 26 рисунків. Список використаних джерел містить 58 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІСНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність та критерії визначення малого та середнього бізнесу

Основою сучасної розвиненої економіки є позитивний розвиток бізнес-середовища. Регіональне та національне управління виходить з унікальних можливостей регіонального економічного та соціального розвитку та надає великого значення малому та середньому бізнесу. Розуміння позиції та ролі МСП (далі МСП) у регіональному розвитку відбувається поступово, поступово розширюється, доповнюється світовим досвідом, позитивним впливом глобалізації, інтернаціоналізації ринку.

Світова та вітчизняна практика свідчить, що необхідною умовою успішного розвитку малого та середнього підприємництва є підтримка держави та регіонів, а також допомога з підтримки та сприяння розвитку малого та середнього підприємництва. Першочерговим завданням участі держави у розвитку підприємницького сектору є створення сприятливих правових та соціально-економічних умов для ефективного розвитку та розширеного відтворення.

Основним завданням національних МСП є побудова середнього класу та підвищення рівня життя. У практиці національного економічного розвитку інколи МСП є джерелом великих бюджетних надходжень, але справжньою причиною необхідності підтримки та стимулювання цієї галузі на національному рівні є можливість суспільства значно покращити умови свого життя. Підтримка та розвиток МСП на регіональному рівні.

Малий та середній бізнес через його значну численність і розповсюдженість на території країни є потужним каталізатором і стимулятором ділової активності, спричиняє об'єднання усіх учасників економічних відносин у країні. Його підтримка та ефективний розвиток у перехідній економіці створює підґрунтя для появи та функціонування інституційного середовища у регіоні: інформаційного обслуговування, засобів зв'язку й транспорту, логістичних зв'язків, різних видів

технічних та консалтингових послуг [1]. Малий та середній бізнес забезпечує нарощування товаровиробництва, торгівлі й послуг на певній території, в результаті починає залучати додаткові ресурси, активізувати внутрішні заощадження населення та регіонів. Тобто, такі чинники забезпечують збільшення надходжень грошових коштів до місцевих бюджетів. У регіонах, де немає великого виробництва, сумарні надходження від малих і середніх підприємств можуть перекривати такі види діяльності великих підприємств [2].

Для розуміння головних засад і закономірностей розвитку МСБ, формування умов їх регулювання та підтримки в умовах розвитку інформаційного суспільства, необхідно визначити сутність цього явища. Поняття «бізнес» та «підприємництво» є категоріями, здебільшого, синонімічними, але з невеликою відмінністю в системі саме активного використання в менеджменті, тому виникає необхідність з'ясувати особливості цих понять. У багатьох сучасних дослідженнях ці поняття ототожнюють, але на думку автора та деяких науковців вони є суміжними, проте мають низку відмінностей. Проблема розкриття сутності поняття «бізнес» та «підприємництво», а також історії виникнення підприємництва присвячено праці таких науковців: Ф. Бутинець, Й. Завадський, А. Кисельов, А. Хоскінг та ін.

Питання аналізу та систематизації основних поглядів на поняття «бізнес» і «підприємництво», дослідження стадій розвитку, осмислення його місця та ролі в економіці країни залишається досить актуальним на сьогодні. У сучасній науковій літературі часто ототожнюють та заміщають терміни «бізнес» і «підприємництво». Але навіть економічні енциклопедії не надають уніфікованого визначення цього поняття.

Підприємницька діяльність – ініціативна, самостійна діяльність громадян без утворення юридичної особи, спрямована на одержання прибутку чи особистого доходу, що здійснюється від свого імені, на свій ризик і під свою майнову відповідальність або від імені кого-небудь і під чийсь майнову відповідальність [3, с. 962].

С. Мочерний, О. Устенко, С. Фомішин у навчальному посібнику «Політична економія» подає визначення для економічної теорії: «організаційно-господарське

новаторство, спрямоване на максимальне зростання ефективності праці (передусім праці найманого персоналу та власної праці підприємця) й виробництва додаткової вартості та її привласнення у формі прибутку» [4, с. 307]. На думку Ю. Губені, «підприємництво – це особливий тип суспільної поведінки людини, специфічний вид суспільної діяльності» [5, с. 29]. Й. Завадський, Г. Осовська, О. Юшкевич, вважають, що «підприємництво – окремий вид бізнесу, самостійна ініціативна діяльність на власний ризик (виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею), що ґрунтується на вкладення власних коштів, використанні наявних та створенні нових можливостей із метою одержання прибутку» [6, с. 230].

У словнику економічних термінів за редакцією Л. Романенко, підприємництво визначають, як «новаторський, творчий стиль господарського поведіння виробників, комерсантів, в основу якого покладено постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації, вміння залучати й використовувати для вирішення завдання перелік найрізноманітніших джерел» [7, с. 138]. Г. Колісник зазначає: «підприємництво – господарська діяльність підприємця, особливий творчий тип господарювання (економічної поведінки), якому притаманне новаторство, пошук ефективних способів використання ресурсів, активність та прагнення до нових перспектив, можливостей, творче ставлення до ризику» [8, с. 184]. У журналі «Економікс», підприємництво тлумачать, як «мистецтво конкуренції або здібність успішно конкурувати, створюючи нові види товарів, вишукуючи нові шляхи скорочення витрат, роблячи товари все більш привабливими для споживачів» [9].

Проаналізувавши вищезазначені визначення, можна стверджувати, що підприємництво – ініціативна новаторська діяльність, яка передбачає залучення наявних ресурсів та можливостей для випуску нових товарів та послуг з метою отримання прибутку й самореалізації власної мети. Отже, погоджуючись із думкою переважної більшості науковців, поняття «бізнес» є ширшим, ніж «підприємництво», оскільки охоплює відносини, що виникають між усіма

учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури [10, с. 46].

Враховуючи вищенаведені поняття, основною метою бізнесу буде отримання прибутку, і на відміну від підприємництва, ця діяльність не обов'язково повинна бути ризикованою та інноваційною.

Розглянемо походження поняття «підприємництво», враховуючи деяку схожість у термінах. Еволюція підприємництва пов'язана з історією обміну, виробництва і розподілу товарів і послуг, з рівнем розвитку науково-технічного прогресу. Відома наукова школа виділяє чотири етапи розвитку теорії бізнесу, що відображає структурну зміну характеру терміна залежно від історичного етапу економічного розвитку людини, відповідно до стадії підприємництва в капіталістичних відносинах. Враховуючи існуючі підприємницькі теорії, автори пропонують за підсумками цього періоду виділити фази їх назви та визначити ключові чинники розвитку підприємництва, притаманні кожному історичному періоду, в який воно формувалося.

В економічних джерелах поняття «підприємець» уперше з'явилося у «Словнику комерції», який був виданий у 1723 році в Франції, та пояснювалося як: «людина, що бере на себе зобов'язання з виробництва чи будівництва» [11]. Аналіз шкіл науки в різні історичні періоди дозволяє визначити ключові чинники формування підприємництва: ведення бізнесу лише з метою отримання максимального прибутку, що призводить до високого ступеня ризику; потреба в лідерських та управлінських навичках, які допомагають створювати інноваційні продукти та контролювати бізнес; створення ринкової конкуренції. Важливість процесу виникнення та розвитку нових ідей для влади та збільшення прибутку; прагнення до довгострокової стійкості бізнесу, потреба в процесах самооновлення та самоорганізації.

Еволюційні етапи формування МСП передбачають синергетичний підхід до теорії підприємництва на всіх етапах його розвитку з урахуванням соціального прогресу. Сучасна наукова школа щодо визначення підприємництва та бізнесу являє собою інтегрований погляд попередників, різне поєднання таких характеристик, як

ризик, конкурентоспроможність, володіння засобами виробництва та факторами, інновації та менеджмент.

Підприємництво та бізнес розробили основні положення про підприємців та їх активну діяльність ще з капіталістичної доби, і ці нормативні акти не втратили своєї актуальності й сьогодні.[12, 3 с.]. Вивчення існуючих терміносистем таких термінів, як «бізнес», «підприємництво» та дослідження особливостей історії їх розвитку показують, що суттєва відмінність між підприємництвом і бізнесом полягає в одній основній рисі – інновації, яка в основному призводить до дисбалансу ринку. У ринковій економіці конкурентоспроможна фірма — це та, яка може визначити потреби ринку та виробляти продукцію, що користується попитом. Здатність підприємства швидко реагувати на зміни попиту стала першочерговим завданням, а його рішення визначають виживання та успішну роботу підприємства. Тому фірми використовують процес відтворення у своїх системах для так званих «ремонтів» ринкового середовища, відновлення ринкової рівноваги.

Відповідно до прийнятої структури процесу тиражування, діловий район будується за подібною схемою, що відображає необхідні складові економічного середовища, які разом створюють ефективний простір економічної діяльності в країні. Зміст бізнесу та межі його здійснення тісно пов'язані з формами та видами підприємницької діяльності, оскільки відображають особливості конкретної сфери управління, визначають межі її розвитку та особливості її діяльності. Операції здійснюються в різних масштабах, тому для ефективного та систематичного регулювання операції, що впливають із керуючого впливу, класифікуються на малі, середні та великі підприємства.

Світовий досвід бізнесу свідчить, що великі, середні та малі підприємства в деяких сферах доповнюють одне одного. Слід зазначити, що в міжнародній практиці не існує єдиної практики віднесення компаній до малих, середніх чи великих, а країни дещо відрізняються. Сьогодні основними критеріями, до якої категорії відноситься бізнес, є кількість працівників і оборот, але якщо потрібно визначити розмір бізнесу, можна розглянути й інші показники, які коригують і доповнюють вищенаведені критерії. За оцінками Світового банку, існує більше ніж один критерій

для того, щоб малий бізнес був класифікований як малий, середній та великий. Міжнародні економічні інститути сформулювали та впровадили стандартну систему асоціації компаній з великими, середніми та малими підприємствами.

Малий бізнес є пріоритетом і рушієм розвитку будь-якої країни з перехідною економікою і є найбільш динамічним елементом її структури, швидко реагуючи на зміни ринкової кон'юнктури та надає ринковій економіці необхідну гнучкість і стабільність.

Малі підприємства відкривають необхідні шляхи для збільшення обороту та підвищення конкурентоспроможності, відкриваючи шлях для створення та ефективної діяльності середнього бізнесу. Тому необхідно визначити критерії віднесення підприємств до МСП. Аналіз економічної літератури показує, що існує три основні підходи до визначення фірм, які належать до категорії МСП: кількісний, якісний та комбінований. До кількісних нормативів належать такі показники: кількість працівників, кількість створених робочих місць; розмір юридичного капіталу, розмір активів; характеристики та вартість основних засобів; річний товарообіг, річний прибуток, кількість реалізованих товарів та наданих послуг.

Кількісні критерії належності підприємств до малих чи середніх визначаються на основі законодавчо встановлених параметрів, основними з яких, як правило, є кількість працівників та дохід. Кількісні критерії є найпоширенішими, оскільки вони дають більш конкретний результат та можливість чітко розмежувати малі та середні підприємства. Якісні показники характеризують обмежений залучений капітал; приналежність до основного виду діяльності; географічну сферу діяльності; спадковість у межах родини; обмежені можливості доступу до ресурсів; специфічну характеристику керівника; стадію росту підприємства [13].

Х. Велу в своїх дослідженнях використовує лише якісні параметри [14]. Він досліджує процеси розвитку підприємств, для чого ідентифікує низку характеристик, притаманних підприємствам різного розміру – від малих до великих.

Перевагою якісних методів визначення розміру фірми є можливість врахування широкого кола характеристик, властивих різним фірмам, таких як управління, контроль, системи стимулювання праці тощо. Але якісні методи дають

обґрунтування їх основних критеріїв належності, які, по суті, є суб'єктивними, що обмежує їх використання. Отже, основним недоліком цього підходу є складність його практичного застосування, деякі характеристики, що визначаються через обмежений доступ до інформації всередині підприємства, та широке коло критеріїв [14].

Малі підприємства відіграють важливу роль у розвитку ефективного середнього бізнесу, який у міру зростання та розвитку переходить до іншої, більшої категорії. Тому враховується єдність і схожість МСП за цілями, інститутами, масштабами тощо, сприяючи тим самим їх загальній ефективнішій взаємодії та виключаючи придушення малих і великих підприємств.

Місце МСБ в Німеччині визначається кількісними показниками його діяльності. В Німеччині частка малих і середніх підприємств у загальній кількості становить відповідно 95,2% та 4,7%, що в цілому відповідає рівню розвинутих країн світу. За даними статистичної служби Європейського Союзу (ЄС) Eurostat в країнах співдружності з 20 млн. активно дієвих підприємств, за винятком фінансового сектора, 67,4% належать малому і середньому бізнесу. У США, Японії, Великобританії, Італії, Франції серед підприємств близько 95% є малими і середніми [15].

В Німеччині на підприємствах МСБ у 2014 р. було зайнято 6,8 млн. ос., що становить лише 36% економічно активного населення працездатного віку. При цьому, в країнах Європейського Союзу такий показник становить більш як 50%, а в Японії – близько 80%. У країнах Європейського Союзу малі й середні підприємства створюють 50-70% внутрішнього валового продукту, в Німеччині такий показник майже в чотири рази нижчий [16].

На відміну від великих підприємств, МСП мають певні переваги та забезпечують розвиток національної економіки регіону. Перш за все, на відміну від великих підприємств, МСП не потребують великих інвестицій і характеризуються швидкою окупністю. Це значно спрощує процес відкриття бізнесу та заповнення необхідної ніші на ринку. По-друге, МСП відрізняються від великих корпорацій тим, що вони здатні динамічніше та швидше розвиватися, забезпечувати необхідну

ліквідність у ринкових умовах, орієнтуватися на інновації та швидко реагувати на запити споживачів. Завдяки цим характеристикам МСП стають новаторами нових ідей та технологій на ринку та краще розуміють потреби невеликої групи клієнтів. По-третє, відкритий доступ і легкість входу в цей сектор економіки підвищує ймовірність залучення в компанію таких фахівців, які працюють на власний ризик за невелику плату, порівняно з великими корпораціями. Основною причиною такого інтересу є бажання розвивати свій творчий потенціал, діяти самостійно та вільно обирати сферу діяльності, що значно складніше у великих корпораціях. У цьому контексті знижуються витрати на створення робочих місць, підвищується незалежність і впевненість підприємців у собі, тим самим збільшується потенціал МСП та збільшується поява нових ідей. По-четверте, МСП значно посилюють конкуренцію на ринку, заохочуючи підприємців до ефективнішої діяльності, тоді як великі фірми монополізують ринок.

Завдяки конкуренції МСП краще надають товари та послуги на місцевому ринку, тоді як великі корпорації працюють по всій країні і тому повільно розвивають ринки в різних регіонах. По-п'яте, малі та середні підприємства вирішують проблему регіональної зайнятості шляхом створення можливостей працевлаштування, надання робочих місць для звільнених працівників під час реструктуризації великих підприємств, створення умов для формування середнього класу Існування середнього класу. послаблює тенденцію ринкової економічної та соціальної диференціації і розширює соціальний фундамент, реформування. По-шосте, завдяки високій ліквідності використання ресурсів та короткому терміну реструктуризаційної діяльності підвищилася конкурентоспроможність регіонів та галузей. По-сьоме, вони вирішують велику кількість соціальних проблем та організації соціальної сфери в рамках регіонального господарського комплексу. Надавати послуги в галузі освіти, охорони здоров'я та культури. Цей напрямок стимулює активне розширення критеріїв економічної соціалізації.

Крім того, МСП є важливим джерелом поповнення місцевих та регіональних бюджетів, вони зацікавлені в економічному розвитку своїх регіонів. Враховуючи ці переваги, можна сказати, що МСП є індикаторами регіональної економічної

ефективності Функціональні завдання, пов'язані з підвищенням рівня життя населення, підвищенням рівня самоокупності та загального економічного потенціалу. У результаті МСП створили необхідні умови для таких важливих факторів, як інкубація регіонального ринкового середовища, орієнтована на підприємства інкубація-інновація та соціальна орієнтація. Поки що проблема інкубації ринкового середовища вивчена недостатньо, що потребує наукового визначення та демонстрації.

Автор вважає, що інкубаційний процес є ланкою регулювання та підтримки регіонального ринкового середовища, що забезпечує необхідний імпульс регіональному ринку та створює нові сегменти ринку. Процес інкубації ринкового середовища, як активна управлінська діяльність, полягає в наданні всебічної підтримки необхідним гравцям ринку (наприклад, МСП) під час реалізації необхідних проектів і планів розвитку – для отримання кінцевого результату. МСП відіграють важливу роль у створенні ринкового середовища, забезпечуючи ринок необхідними інструментами економічного розвитку та просуванням інноваційних продуктів. Регіональний розвиток МСП визначається географічними факторами, під якими ми маємо на увазі низку економічних, соціальних та інституційних характеристик регіону, що сприяють створенню бізнес-середовища та впливу на діяльність населення регіону. Велика орієнтація на МСП, успіх та поширеність яких у більшості країн світу зумовлена їх унікальністю та універсальністю, свідчить про їх значний внесок у розвиток економіки та необхідність подальшої ефективної підтримки МСП на регіональному та національному рівнях.

На основі узагальнення теоретичних досліджень і практичного досвіду встановлено, що МСП відіграють багато важливих і специфічних функцій у національній економіці. В економічній літературі МСП виконують чотири основні функції: соціальну, економічну, ресурсну та творчу [17].

Економічна функція МСП виявляє каталізатор економічного розвитку, який суттєво впливає на структурну перебудову економіки, збільшення виробництва та послуг, стимулювання інвестицій, збільшення попиту та пропозиції, прискорення темпів регіонального економічного розвитку.

Соціальні функції сприяють процесу демократизації суспільства, організації економіки та раціоналізації систем управління. МСП надають ефективні стимули до ефективної роботи, оскільки власники бізнесу більш мотивовані, ніж працівники, і більше зацікавлені в якісній та продуктивній роботі. Зменшується кількість людей, які потребують соціальної допомоги.

Ресурсна функція - це економія і раціональне використання всіх ресурсів. Оскільки діяльність підприємців нерозривно пов'язана з економічними ризиками, така ситуація є стимулом до збереження ресурсів, потребує детального аналізу рентабельності проектів підприємця, відповідального ставлення до інвестування та раціонального використання ресурсів.

Творча функція – прискорює реалізацію новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої продукції, здійснює НТП. Наприклад, більшість малих підприємств, що з'явилися наприкінці 80-х років XX ст. у Великобританії, є найбільш технічно оснащеними, а в США на сектор малого бізнесу припадає близько 50 % науково-технічних розробок [18].

Інституційні функції відіграють роль у цілісності економічної системи. На цю функцію автор вказує зокрема, оскільки створення агенцій розвитку малого та середнього бізнесу створює передумову для успішної діяльності основного органу економічних зв'язків – МСП. Вплив інституційних факторів, таких як конкуренція, здатність закону відображати адекватність проблем МСП та непередбачуваність корупційних платежів на ринкове середовище не враховуються в національній регуляторній політиці. Досягнення цієї функції означає врахування низки зовнішніх умов, що створюють сприятливе «інституційне середовище» для розвитку різних ланок регіональної економіки.

Характеризуючи функції МСП, можна сказати, що вони є дуже важливими в сучасній регіональній економіці як для суспільства, так і для країни та забезпечують ефективний процес інкубації пріоритетних компонентів ринкового середовища. На додаток до цих функцій, які виконують МСП, деякі конкретні функції, які варто виділити, розкривають другорядну роль і значення МСП для регіональної економіки:

- 1) Формування великої кількості ринкових суб'єктів господарювання з орієнтацією на попит і конкуренцію, тобто підвищення рівня інфраструктури регіону;
- 2) Брати участь в господарському обороті ресурсів, які «випадають» з великого бізнесу;
- 3) Поліпшити кон'юнктуру ринку, забезпечити гнучкість його структурних елементів, частково компенсувати втрату пропозиції в процесі реструктуризації великих компаній, диференціювати та індивідуалізувати попит і пропозицію, насичення ринку;
- 4) Великі підприємства більше не виробляють збиткову дрібну штучну продукцію, яка задовольняє індивідуальні потреби, тим самим підвищуючи ефективність своєї діяльності;
- 5) Зняття соціальної напруги через зменшення майнової диференціації та збільшення доходів;
- 6) Підвищення гнучкості національної економіки та ринкової пропозиції відповідно до умов сучасної відкритої економіки;
- 7) Сприяти процесу соціал-демократизації та раціоналізації економічної організації та системи управління [19].

Враховуючи вищезазначені функції та зарубіжні дослідження, МСП є не стільки великим бізнесом, скільки стабілізуючим фактором. Крім вирішення важливих соціально-економічних проблем ринкової економіки, МСП відіграють важливу роль у просуванні та розвитку технологічних інновацій, а масштаби створення в 2-2,5 рази перевищують масштаби великих підприємств. Однак через відсутність підтримки з боку держави та зацікавленості великих підприємств інноваційна функція вітчизняного малого та середнього підприємництва навряд чи була задіяна в повній мірі, а великі підприємства, крім інновацій, шукають прибуток. У документі ООН зазначається, що адресна допомога з боку держави має велике значення для подолання бідності, у тому числі для розвитку малого та середнього підприємництва. Така державна допомога має бути спрямована на створення ефективної ринкової інфраструктури для підтримки індивідуального та

сімейного бізнесу, малого та середнього бізнесу [20]. Малі та середні підприємства в країні є ефективним засобом скорочення чисельності найбільш вразливих верств населення, головним чином за рахунок скорочення державних витрат на злочинність та соціальний захист. На ефективність роботи МСП також впливає поєднання внутрішніх і зовнішніх факторів. Якщо малий бізнес зможе вирішувати внутрішні проблеми на місцевому рівні, подолання багатьох зовнішніх бар'єрів потребуватиме ефективних національних дій на регіональному рівні. Оскільки зовнішні та внутрішні проблеми переважно тісно пов'язані, можна сказати, що держава приділяє велику увагу вирішенню конфліктів між різними інституціями, пов'язаними з МСП, на місцевому та регіональному рівнях [21].

Необхідно звернути увагу на думку В. Яковлева, згідно з яким «сприятливий ефект МСП досягається за рахунок значного скорочення капіталу-праці-матеріально-енергійної» [22]. При невеликих інвестиціях ризик підприємця буде меншим і тому доступні. Окупність витрат швидше, що може підвищити ефективність роботи МСП. Отже, виробничі витрати МСП нижчі за рахунок раціонального використання таких внутрішніх факторів:

1. Фактори виробництва. У порівнянні з більшими компаніями, МСП не потребують великих початкових інвестицій і характеризуються коротшими термінами окупності, вищими темпами прибутку та швидшими оборотами, що свідчить про менший ризик для МСП. Не менш важливою перевагою для МСП є більша ефективність використання наявного капіталу, обладнання та виробничих площ, оскільки витрати на утримання запасів на складах невисокі.

2. Організаційно-управлінські фактори.

3. Особистісні фактори ефективності МСП. Через існування керівника, який також є керівником, МСП частіше, ніж великі компанії, заохочують їх до підвищення ефективності та максимізації прибутку підприємства з особистою мотивацією та більшою зацікавленістю. Як зазначав П. Друкер: «ефективний керівник перетворюється в найважливіший ресурс суспільства, а ефективність його праці – в одну з головних умов самореалізації й особистих досягнень» [23].

Специфічний шлях формування МСП визначає особливість їхньої структури власності та відповідний вплив на процес відтворення ринкового середовища. У результаті окреслення результатів діяльності МСП в економіці регіону формується платформа для організації та реалізації процесу ринкового відтворення, що забезпечує необхідні передумови для вдосконалення всіх сфер бізнесу, від виробництва до споживачів. Кількісні та якісні критерії дають змогу ідентифікувати МСП та показати можливість активізації регуляторних важелів для розробки цих критеріїв. Хоча є певні відмінності в характеристиках МСП, їхня діяльність разом утворює потужну регіональну систему відновлення економіки та інкубацію цільового бізнес-середовища, заповнюючи необхідні ніші на ринку та спрямовуючи носіїв їх розвитку на необхідний сегмент ринку. Недооцінка ролі німецьких малих та середніх підприємств у порівнянні з їх значенням у розвинутій Європі призвела до акценту на цій важливій функції інститутів. Визначено необхідність створення інститутів розвитку малого та середнього бізнесу як основи для створення сприятливого «інституційного середовища» не лише у сфері бізнесу, а й у всьому ринковому просторі. Цінність МСП також доповнюється специфічними можливостями, притаманними сучасній ринковій трансформації. Таким чином, малі та середні підприємства, які є органічними структурними елементами ринкової економіки, набули функцій структурних елементів, створюючи сприятливу економічну атмосферу для інкубації простору ринкової економіки. Малі та середні підприємства мають здатність до саморегулювання, самовідтворення та самостійної діяльності на певному сегменті ринку. МСП стимулюють розвиток інновацій та інноваційної трансформації в умовах ринкової економіки та створюють необхідну основу для реалізації ефективних управлінських рішень з метою розширення в будь-якій країні.

Малі та середні підприємства коригують структуру народного господарства, акумулюють необхідні ресурси в регіоні, стимулюють суспільний попит, забезпечують насичений ринок споживчими товарами. МСП є фундаментальними і відіграють ключову роль не лише в соціально-економічному розвитку окремих регіонів, а й країни в цілому.

1.2 Роль малого бізнесу в економіці розвинутих держав світу та зарубіжний досвід

В економічній теорії поняття «підприємництво» і «підприємець» виникли в капіталістичну епоху XVIII ст. Економісти в епоху капіталізму були першими, хто надав систематичний науковий опис цих категорій. Так, засновником наукової концепції «підприємництва» був англійський економіст Р. Кантільон (1680-1730), який у своїй книзі «Досвід про природу торгівлі в цілому» (1725) розглядав підприємництво як ризик для ризику. елементів.

Згідно з Р. Кантільоном, підприємець є особливий суб'єкт, наділений властивостями передбачати, ризикувати, брати на себе всю повноту відповідальності за прийняті рішення [24, с. 26]. Найповніше продовження теорія ризику одержує в роботах Ф. Найта (1885–1972 рр.), який проводить межу між категоріями «ризик» і «невизначеність», а під підприємницьким доходом розуміє різницю між очікуваною і реальною грошовою виручкою фірми. На його думку, люди, що беруть на себе ризик і не прораховують невизначеність, а також гарантують працівників їхню заробітну плату, отримують право керувати діяльністю і привласнювати відповідну частину доходу [25, с.26].

А. Сміт (1723-1790) у книзі «Дослідження природи та причин багатства народів» (1776) описав підприємця як власника, який бере на себе економічний ризик, щоб реалізувати бізнес-ідею та отримати прибуток. Він сам планує та організовує виробництво, а підприємницький дохід — це віддача за його працю та ризик, «Бізнесмен повинен отримувати не тільки живий дохід від своєї галузі, але й дохід, відповідний його особистим якостям, що дуже важливо для цього. необхідно для промисловості». На думку вченого, підприємці – переважно капіталісти, власники капіталу, який вони вкладають у власний бізнес. А. Сміт був прихильником конкуренції серед підприємців і противником великих монополій, стверджуючи, що «споживання є єдиною метою і єдиною метою всього виробництва» [26, с.36].

Великий внесок у формування теорії підприємництва зробив французький вчений Ж.Б. Сей (1762-1832), який розгорнув свої погляди на природу і функції

підприємництва в «Трактаті про політичну економію» (1803). Дж. Б. Сей розробив теорію факторів виробництва (земля, праця, капітал) і надавав великого значення підприємству, яке розвивається завдяки безперервному поєднанню цих факторів [27, с.60]. У той же час підприємці «витягують» ресурси з територій з низькою продуктивністю та прибутковістю в сфері, де вони можуть дати найбільші результати. Дж. Б. Сей визнає активну роль підприємця як людини, яка «нічого не робить за будь-яку ціну та ризикує і робить продукт для себе». При цьому вчений наголошує на інноваційному характері підприємництва, пов'язаному з необхідністю створення нових комбінацій виробничих факторів, пошуку нових можливостей для досягнення оптимальних результатів.

Значний внесок у розвиток теорії підприємництва зробили німецькі вчені М. Вебер (1864-1920) і В. Зомбарт (1863-1941), які звернули увагу на історичні, етичні та соціальні корені підприємництва. Для М. Вебера капіталістичне підприємництво є втіленням раціональної організації вільної праці та підприємництва можливостей. На думку вченого, цей новий підприємницький дух має релігійну основу, оскільки походить із глибин протестантизму. М. Вебер вважав, що релігійна етика сприяла формуванню особливої економічної етики. Основною формою служіння Богу стала протестантська економічна діяльність. Успіх, накопичене багатство розглядається як підтвердження Божої обраності, спасіння віруючого [28, с.61]. Отже, як показує М. Вебер, протестантизм накладає вищу моральну санкцію на підприємницьку діяльність.

У прямій суперечці з М. Вебером В. Зомбарт стверджував, що всі основи підприємництва були закладені представниками католицизму, а протестантизм майже перешкоджав його виникненню. Але найглибші корені підприємництва походять з іудаїзму, де релігія Талмуду — єдина релігія у світі — ніколи не охоплює ідеал бідності, а радше ідею вільної торгівлі [29, с. 6]. Погляди вчених XVIII та XIX ст. на підприємництво. Зробимо висновок, що вони встановили основні положення про підприємництво та підприємницьку діяльність, які не втратили своєї актуальності й сьогодні. Поєднуючи класичні погляди економічної теорії та

узагальнюючи основні характеристики підприємництва, можна визначити сутність цього поняття так.

Підприємництво – це особлива економічна діяльність, пов’язана з ризиком, невизначеністю та відповідальністю, раціональним поєднанням виробничих факторів, безперервними інноваціями, головна мета – розвиток власного бізнесу, другорядна – збільшення прибутку. Висновки теорії класичної економічної думки мають вирішальне значення для розвитку сучасного українського підприємництва. Нові економічні умови початку XX ст. Так було з початку 1930-х років. На зміну ери масового виробництва прийшла епоха збуту, яка характеризувалася швидкою диверсифікацією продукції на основі агресивного споживчого залучення. Тодішніми теоретиками підприємництва були блискучі вчені: Й. Шумпетер, Д. Кларк, Ф. Хайєк, П. Друкер та ін.

Відомий австрійсько-американський економіст Й. Шумпетер (1883-1950) у своїх дослідженнях розглядав зв'язок між підприємництвом і так званою динамічною невизначеністю. У 1911 р. вперше вийшла його книга «Теорія економічного розвитку», яка стала основою для підприємництва як інноваційної діяльності. Досліджуючи закони суспільного прогресу, Й. Шумпетер зробив висновок, що рушійною силою економічного розвитку є підприємець, діяльність якого «полягає у створенні та реалізації нових комбінацій факторів виробництва» [30, с. 169]. Володіння майном для нього не є ознакою підприємництва. 1. Шумпетер підкреслював, що поява підприємців є єдиною причиною підйому економіки. Результатом нового поєднання є інновація, інновація. У цьому випадку підприємця просять «...не робити те, що роблять інші» та «...не робити те, що роблять інші» [31, с. 170].

На думку Й. Шумпетера, підприємцем має бути не окрема особа, а група людей, підприємець не повинен бути власником, у цій якості може виступати і менеджер. Крім того, підприємницький статус не є постійним, а суб'єкт ринкової економіки є підприємцем лише тоді, коли він виконує функцію іноватора, і він втратить цей статус, якщо переведе свій бізнес на звичайний процес. Погляд на підприємців як на новаторів є феноменом суспільного розвитку. Підприємництво, за

Й. Шумпетером, можна визначити як: це організаційно-економічні інновації, що здійснюються для отримання прибутку та успіху. Таким чином, підприємництво поєднує в собі три необхідні елементи: організацію дій, ініціювання змін і прибуток як мету і міру успіху.

Тому, розглядаючи поняття «підприємець» у літературі, можна сформулювати таке визначення: Підприємець — це той, хто ризикує, відкриваючи нову компанію чи бізнес, має здатність здійснювати діяльність, виконувати державні обов'язки, відкривати найкраще використання матеріалів, енергії, фінансів і трудових ресурсів, здатність приймати нестандартні логічні рішення, орієнтуватися в ринкових умовах і прогнозувати їх розвиток, впроваджувати нові технології та економічні результати, діяти з прийнятним ризиком для досягнення кращих результатів, зберігати високий рівень підприємництва з колеги, партнери та конкуренція Культура спілкування супротивника з метою досягнення певних результатів ефективності роботи та прибутку компанії.

В економічній літературі підприємництво виконує три основні функції. Перша функція – ресурси. Тому що будь-яка економічна діяльність потребує економічних ресурсів — факторів виробництва.

Важливі інвестиційні ресурси — машини, устаткування, інструменти, транспорт, інші засоби виробництва товарів і послуг і доставки їх споживачам, а також реальні фінансові ресурси. Третій вид ресурсів – людські ресурси. Вони залежать від якісного та кількісного складу робочої сили, її кваліфікації, спеціалізації, рівня зайнятості. Останнім часом у теорії та практиці все більше наголошується на важливості ще одного ресурсу – підприємницької компетентності. Підприємці, які активно впроваджують інновації та нетрадиційно поєднують фактори виробництва (земля, капітал, праця), сприяють зростанню виробництва товарів і послуг та підвищенню економічної ефективності. Він робить це, виконуючи другу функцію підприємництва – організаторську. Підприємець використовує свої здібності, щоб забезпечити поєднання і поєднання факторів виробництва, які найкраще приведуть до мети отримання високих доходів. Третьою функцією підприємництва є створення, яке пов'язане з інноваціями. В умовах

сучасного науково-технічного прогресу його значення особливо помітне. Посилення інноваційної функції створює нове економічне середовище для підприємництва. Зростає ринок технологічного розвитку або венчурного капіталу, який займається впровадженням нового обладнання та технологій. За допомогою електронно-обчислювальної техніки продовжувало розвиватися побудова інфраструктури підприємницької інформації, продовжували розширюватися канали отримання корисної інформації, продовжували зміцнюватися послуги патентного ліцензування, продовжували накопичуватися банківські інформаційно-інформаційні мережі. . У розвинених країнах увага приділяється інформаційному бізнесу (Японія), новим технологіям (Франція) та розбудові інтелектуального потенціалу (США).

З огляду на такий взаємозв'язок, при визначенні ролі підприємництва в соціальних процесах необхідно враховувати такі моменти:

- Підприємництво є природним проявом потреби суспільства у самовираженні;
- Підприємництво є активним творцем економічних відносин, особливо ринків;
- Кількісні та якісні пропорції традиційних, адміністративних і ринкових відносин в економічній системі визначаються існуючими суспільно-політичними системами.

Таким чином, підприємництво є унікальним соціальним явищем, притаманним найактивнішим членам суспільства. Підприємництво відображає реакцію суспільства на зміну соціальних умов і соціальних потреб, збільшення чи зменшення кількості підприємців на основі необхідності збільшення чи зменшення частки ринкових відносин в економічній системі. Як головну складову політичної системи, вплив держави на підприємництво слід віднести до створення сприятливого політичного, правового та податкового середовища для його розвитку без порушення конкурентних умов.

Надмірне втручання людини в бізнес-середовище (пряме регулювання чи субсидії) з боку політичної системи може не відповідати суспільним інтересам. Роль і значення підприємництва в економічному розвитку полягає у:

– Підприємництво – це важіль для зміни економічної структури.

Для підприємців головною мотивацією є можливість заробляти гроші. Вони майже завжди зосереджують свої дії на розвитку перспективних напрямків економічної діяльності, які можуть мати прибутковість вище середнього;

– Розвиток підприємництва створює «вогнище» для конкуренції.

Забезпечуючи розвиток перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню технологічної та технологічної бази та асортименту продукції підприємства. Вони стимулюють економічну діяльність, підтримуючи конкуренцію та існуючі ринки;

– Підприємництво можна розглядати як каталізатор економічного розвитку.

Цей прискорювач істотно впливає на реструктуризацію економіки, збільшує виробництво та послуги; Стимулювати інвестиційну діяльність, підвищувати рівень попиту та пропозиції, загалом прискорювати темпи економічного розвитку національної економіки;

- Підприємництво сприяє економії та раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємців нерозривно пов'язана з економічними ризиками. Така ситуація є потужною рушійною силою для економії ресурсів, що вимагає від підприємців детального аналізу рентабельності проекту, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального використання ресурсів, найму робочої сили;

- Підприємництво дає сильний стимул працювати ефективно.

У більшості випадків особи, які володіють власним бізнесом і тому більш мотивовані, більше зацікавлені в якісній та продуктивній роботі, ніж працівники. Цей психологічний феномен вільної праці в особистих інтересах приносить більшу користь економіці в цілому. Характеристики ділової якості та підприємницької діяльності підприємця найбільш очевидні на рівні МСП. МСП несуть велике семантичне навантаження.

МСП є значущими з точки зору зайнятості, виробництва певних товарів, досліджень і розробок. Вони створюють середовище та підприємницький дух, без яких неможлива ринкова економіка, забезпечуючи необхідну ринкову ліквідність, створюючи глибоку спеціалізацію та кооперацію, без яких неможлива висока

ефективність. Вони здатні швидко заповнити створену споживчим простором нішу, відносно швидко окупитися і створити конкурентну атмосферу. Так, МСП пропонують:

1) Створити нові можливості працевлаштування для працевлаштування працездатного населення, зменшуючи тим самим кількість людей, які потребують соціальної допомоги. Ця функція важлива в умовах нестабільного ринку праці, масового безробіття та інших подібних соціальних проблем;

2) Забезпечення соціальної стабільності та зменшення бідності. Проблема соціальної стабільності завжди тісно пов'язана з дедалі більш напруженими соціальними відносинами в суспільстві;

3) динамічні та ініціативні люди мають можливість розвивати свої здібності у виробництві, науці та інших видах діяльності;

4) Збільшити надходження до бюджету;

5) Зростання частки ВВП, створеного малим бізнесом;

6) Збільшити частку середнього класу, стабілізуючи тим самим суспільство та політику. Якщо ґрунтувати на розподілі за категоріями доходів, то можна відзначити, що будь-яка зайнятість, особливо найбільш кваліфікована та управлінська, не може забезпечити рівень доходу, який можна прирівняти до підприємництва;

7) Підвищення стабільності та конкурентоспроможності підприємства. Ми будемо використовувати таку систему доказів, щоб пояснити цю позицію. Таким чином, якщо більша частина наукового потенціалу зосереджена у великих компаніях, малі та середні компанії з широким асортиментом продукції, як правило, починають розробляти та випускати нові продукти. Успіх підприємництва в цій сфері можна пояснити кількома причинами. Поглиблення дослідницької спеціалізації змусило більшість малих фірм піти на більш простий або ризикований шлях, працюючи в малоперспективних галузях.

Взаємодія між малими підприємствами та великими підприємствами може допомогти великим підприємствам вижити в сучасних ринкових умовах і стати малими підприємствами, що розвиваються. У світовій економіці підприємництво

ґрунтується на принципі співпраці великих і малих підприємств. Орієнтація великих підприємств не на придушення малого підприємства, а на співпрацю з ним на взаємну вигоду. Таким чином, великі і малі компанії доповнюють один одного, особливо в розвитку спеціалізації та інновацій в окремих галузях. Якщо масове виробництво зосереджено на відносно однорідних потребах мас, тобто на виробництві великої кількості стандартної продукції, то малі підприємства працюють у менших сегментах з обмеженим асортиментом продукції в обраній ними ніші.

Нішеві ринки — це ринки промислових товарів, особливо високотехнологічні, які утворюються, коли попит на певний ринок не може задовольнити масове виробництво через низький обсяг ринку або нездатність досягти масштабу, щоб задовольнити всі потреби цього ринку. Економічні системи різних країн мають свої визначення малих підприємств, а малі підприємства мають різні особливості походження, становлення та розвитку, відіграють важливу роль і функції, мають важливий вплив на економіку [31].

Економічний зміст, що характеризує малу економічну діяльність, фактично визначає її перевагу перед великими підприємствами, доповнене системою критеріїв віднесення підприємств до малих. Визначення таких стандартів необхідні для ефективної національної політики щодо розвитку малого бізнесу, особливо з огляду на нерівність у чисельності їх працівників та кількості вартісних показників, пов'язаних із видом економічної діяльності, що стосується конкретно галузі.

У світовій практиці, як особливої форми господарювання, існують різноманітні критерії виділення малих підприємств. Загалом, найпоширенішими показниками для віднесення суб'єкта господарювання до малого бізнесу є: середньорічна кількість працівників, зайнятих у підприємстві, розмір статутного капіталу, річні активи та оборот (прибуток, виручка). Слід зазначити, що у світовій практиці існують не лише єдині кількісні критерії, а й якісні критерії визначення малого бізнесу.

Найпоширенішими кількісними критеріями є:

- середньооблікова чисельність працівників;

- річний оборот (продаж);
- Балансова вартість активу.

Якісні критерії такі:

- підприємство незалежне від інших суб'єктів господарювання;- Власники бізнесу виконують функції управління.

Існують два основні рівні критеріїв для визначення класифікації бізнесу на малий, середній та великий:

- рівень міжнародної організації;
- Національний рівень.

ЄС дещо інакше визначає поняття малого бізнесу. Зокрема, малі підприємства поділяються на: середні підприємства, малі підприємства та мікропідприємства. Основними факторами, що визначають розмір підприємств є:

- 1) Кількість працівників;
- 2) Річний оборот або річний баланс.

Ці показники призначені лише для окремого підприємства і не використовуються, якщо компанія входить до групи компаній. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD), до якої входять високорозвинені країни, пропонує такі бізнес-групи за розміром:

- дуже мала - 1-19 працівників;
- Малі - 20-99 працівників;
- Середній - 100-499 працівників;
- Великі - 500 і більше співробітників.

Тому малий бізнес є одним із ефективних засобів вирішення першочергових соціально-економічних проблем. Серед них: прискорення структурної перебудови економіки, забезпечення насичення ринку товарів і послуг, створення конкурентного середовища, створення нових робочих місць шляхом самозайнятості, забезпечення ефективного використання місцевої сировини тощо. Проте, незважаючи на весь позитивний прогрес, малий бізнес все ще стикається з багатьма перешкодами. Його розвиток був нерівномірним, хаотичним і суперечливим, йому не приділено належної уваги з боку державних інституцій: програми підтримки

мають декларативний характер, центральні та місцеві дії неузгоджені, фінансова допомога слабка тощо.

1.3 Роль малого та середнього бізнесу в бізнесі Німеччини

За сучасних умов економічних перетворень і трансформацій у Німеччині важливим етапом становлення та розвитку країни є стабільний і цілеспрямований економічний розвиток малого та середнього підприємництва. Завдяки раціональному використанню наявних ресурсів та умов МСП є основними генераторами інновацій та інноваційних ідей, одним із важелів формування та функціонування регіональної економіки, що сприяє ринковому механізму країни для досягнення стійкого економічного зростання.

Ефективний розвиток МСП є основним показником стабільного та поступального економічного розвитку країни, оскільки саме бізнес-сектор забезпечує економіку країни всіма необхідними ресурсами та сприяє реалізації наявного потенціалу. Рівень економічного розвитку регіону залежить від розвитку МСП, оскільки рівень споживання населення регіону відтворює його купівельну спроможність, а отже і можливі очікувані прибутки підприємців. Тому з точки зору взаємозалежності та об'єктивності взаємозв'язок між регіональним економічним розвитком та розвитком МСП є особливо важливим. Враховуючи важливу роль МСП в економічному розвитку різних регіонів і країн, необхідно визначити особливості їх функціонування на сучасних ринках, економічних та політичних перехідних процесах.

Незважаючи на те, що щодо діяльності МСП проведено чимало досліджень, дослідження особливостей розвитку та діяльності МСП в різних регіонах країни та основних факторів, що визначають їх формування та ефективну діяльність, поки що недостатні. Як і в інших країнах, МСП у Німеччині є пріоритетом формування системи регіонального розвитку країни та економічного розвитку країни. Розглянемо частку німецьких МСП, щоб визначити їхній внесок у регіональний економічний розвиток.

Несприятливе політичне та економічне середовище в країні суттєво уповільнило розвиток МСП. Помітним наслідком проблем у розвитку малого та середнього бізнесу в Німеччині є те, що рівень тіньової економіки з кожним роком зростає. Різниця між зміною чисельності працівників та обсягом виробництва свідчить про необхідність вивчення тіньових рівнів у Німеччині за останні 5 років.

Зростання тіні в річному обчисленні та одночасне зниження реального ВВП свідчать про проблеми з економічним розвитком країни та необхідність ефективної детінізації в сучасних умовах. Лише шляхом покращення національного інвестиційного та бізнес-середовища, створення інституційного середовища для тіньової економічної діяльності та створення стабільних сприятливих умов для збільшення економічної активності суб'єктів господарювання в легальній економіці процес економічної детінізації буде ефективним [32].

Додана вартість малих і середніх підприємств у звітному році становила 50,6% загальної доданої вартості, з них 37,7% малих і середніх підприємств, 12,9% малих підприємств. Внесок середніх підприємств у додану вартість останніми роками зріс, що свідчить про те, що сьогодні середні підприємства є рушійною силою німецької економіки і їхня вага перевищує суму ваг великих підприємств. Незважаючи на велику кількість малих підприємств, частка створюваної соціальної продукції не менша, ніж у великих підприємств, тому вони є важливою частиною створення додаткової вартості та мають велике значення для економічного розвитку. Найбільшу частку доданої вартості традиційно забезпечує промисловість – 31,6%. Другим сектором, на який припадає велика частка доданої вартості, є оптова та роздрібна торгівля (22,8%). На транспортну, складську, поштову та кур'єрську діяльність припадало 9,7% корпоративної доданої вартості, а на фінансову та страхову діяльність – 7,6%. Решта галузі пропонує від 0,1% до 5,1% [33].

Наступними важливими проблемами розвитку малого та середнього бізнесу є проблеми з ліквідністю та нестабільна політична ситуація. Через різні причини, наприклад, політична нестабільність, відсутність каналів фінансування значно зменшила здатність МСП ефективно працювати та розвиватися та уникати загрози банкрутства.

У 2015 році 63 відсотки підприємств німецької економіки були прибутковими, за даними Німецького національного статистичного управління. У 2014 році загальні фінансові результати німецьких компаній вперше за чотири роки були негативними. У 2015 році 61% малих підприємств були прибутковими, середніх – 59% [33]. Респонденти кажуть, що рівень політичної нестабільності став більшою проблемою у 2015 році, ніж у попередні роки. Проблеми корупції, за словами респондентів МСП, зменшилися на 16 відсотків у 2015 році та знизили їх рівень важливості в загальному переліку існуючих проблем. Проблема недостатньої кількості кваліфікованих працівників залишається на такому ж низькому рівні і вважається найменшою перешкодою для розвитку МСП.

Не менш важливою є відсутність ефективного функціонування інфраструктури підтримки МСП, що диктує необхідність розробки стратегічних напрямків вирішення багатьох існуючих проблем. За результатами дослідження можна зробити висновок, що в кількісному відношенні Німеччина наближається до європейських стандартів, але роль цих підприємств в економіці все ще дуже низька, оскільки німецькі МСП, на відміну від європейських, не роблять такого значного внеску в економіку. економічний розвиток. повинен бути. Тобто кількість робочих місць, створених сектором МСП, неможливо порівняти з кількістю МСП (у Німеччині – 99%, у 110 розвинутих країнах – 99%), частка МСП у загальній структурі розвинених країн майже не перевищує те ж саме, створюючи 70% робочих місць, тоді як у Німеччині – лише 36%; недосконалість та неефективність нинішньої податкової реформи Німеччини залежить від рівня її тіньової економіки – 40% МСП працюють у тіні. Значні перешкоди в корпоративному секторі, що обмежують можливості та потенціал країни, МСП нерівномірно розподілені по регіонах Німеччини [34].

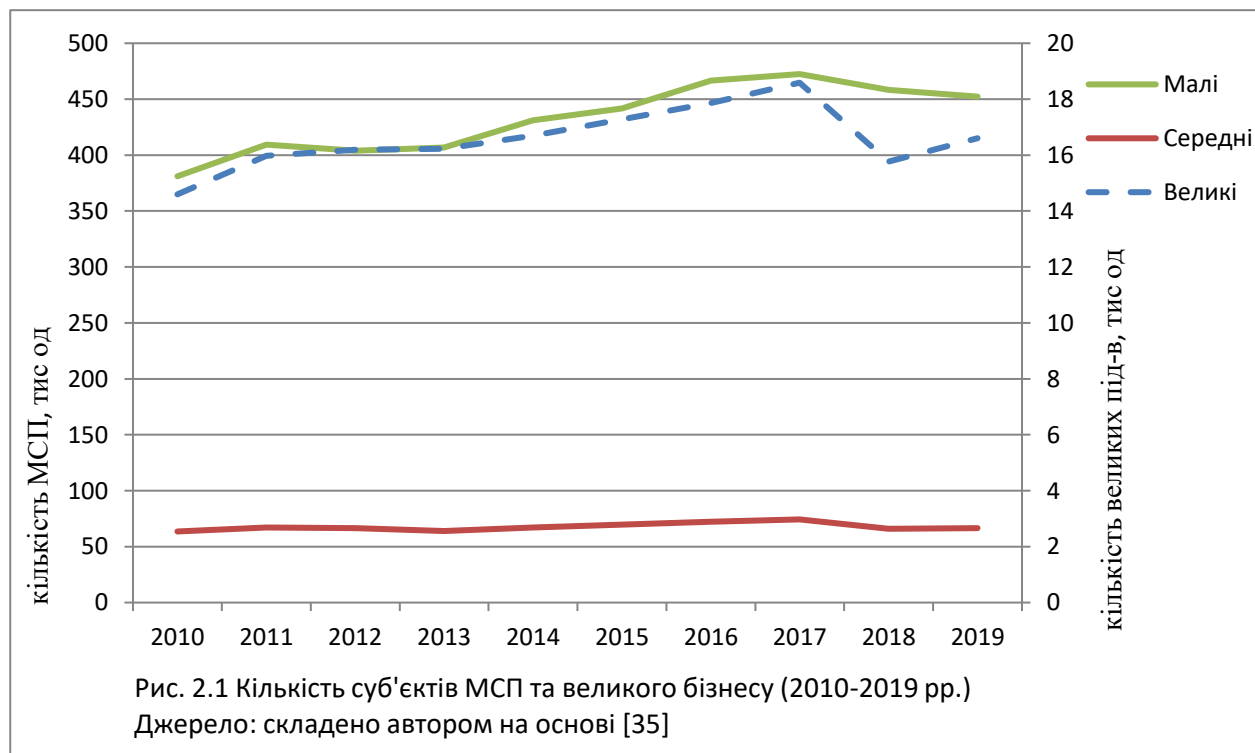
Проблеми, окреслені в різних регіонах Німеччини, демонструють необхідність індивідуального підходу до розвитку МСП в кожному регіоні з урахуванням особливостей попиту та пропозиції, а також географічної, економічної та соціальної складових. Виявлення прогалин у розвитку німецького малого та середнього бізнесу потребує розгляду та вивчення основних перешкод для

подальшого розвитку обґрунтованої економічної політики та стратегічних принципів, які усунуть існуючі бар'єри та забезпечать ефективну підтримку МСП.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В НІМЕЧЧИНІ

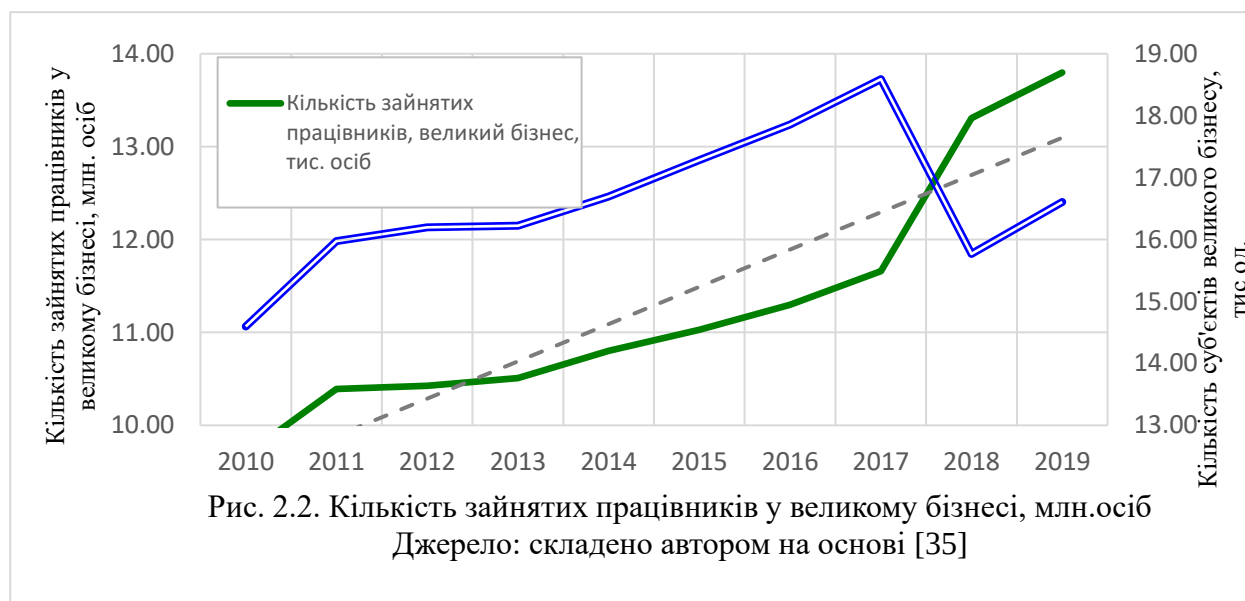
2.1 Аналіз показників розвитку малого та середнього бізнесу в Німеччині

Зміни загальної кількості МСП та великих підприємств з 2010 по 2019 рр. показано на рисунку 2.1. Кількість великих підприємств коливалася від 14,597 тис. у 2010 році до 18,589 тис. у 2017 році. У 2019 році кількість великих німецьких компаній становила 16,605 тис. Щорічна зміна чисельності працівників на великих підприємствах з 2010 по 2019 рр. показано на рисунку 2.2. Ці зміни чисельності працівників не сильно корелюють зі зміною чисельності великих фірм (коефіцієнт прямої кореляції 0,24). Лінійна тенденція зміни чисельності працівників у великих фірмах на основі динамічного 9-річного ряду свідчить про постійне збільшення чисельності працівників у великих фірмах. Зміна чисельності працівників по всій країні, як правило, сильно корелює з кількістю великих фірм (коефіцієнт прямої кореляції 0,95).



Кількість працівників загалом та за суб'єктами господарювання показано на рисунку 2. 3, 2.4. Загальна кількість працівників на підприємствах досягла

максимуму 31,564 млн у 2019 році, мінімуму – 24,871 млн у 2010 році. Найбільшу кількість робочих місць забезпечують: великі підприємства. Мінімальна кількість робочих місць забезпечується мікро- бізнесом. У 2019 році підприємства створили такі відсотки робочих місць: мікро – 18,15%, малий – 21,5%, середній – 16,63%, великий – 43,72%. Це означає, що лише малий бізнес (малий + мікро) створює в Німеччині близько 40% робочих місць, тоді як загалом МСП – 56% робочих місць, що власне можна побачити на рисунку 2.5.



На рисунку 2. 3 показані робочі місця, створені підприємствами різного розміру протягом багатьох років.

Можна зробити висновок, великий бізнес та МСП створюють однакову кількість робочих місць у різні роки.

Тенденція до скорочення зайнятості спостерігається у середніх підприємствах. Слід зазначити, що соціально-економічне значення МСП у плані створення робочих місць цілком забезпечується чисельністю сектору МСП. Якщо з якихось причин кількість малих та середніх підприємств зменшиться – є велика ймовірність, що буде відповідна втрата робочих місць.

Рис. 2.6 та 2.7 показують темпи приросту показника кількості зайнятих відповідно.

Рис. 2.3 Кількість зайнятих, млн. осіб
Джерело: складено автором на основі [35]

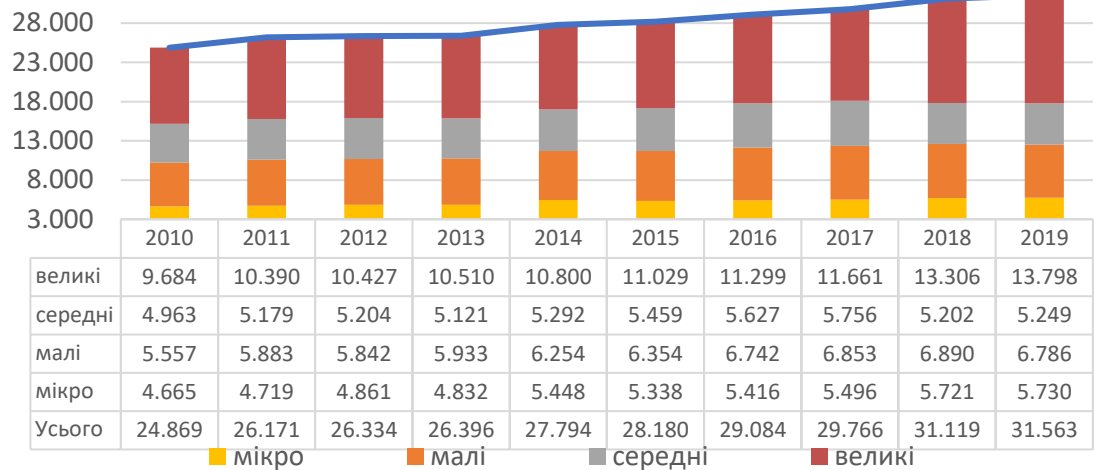


Рис. 2.4. Кількість зайнятих, млн. осіб
Джерело: складено автором на основі [35]

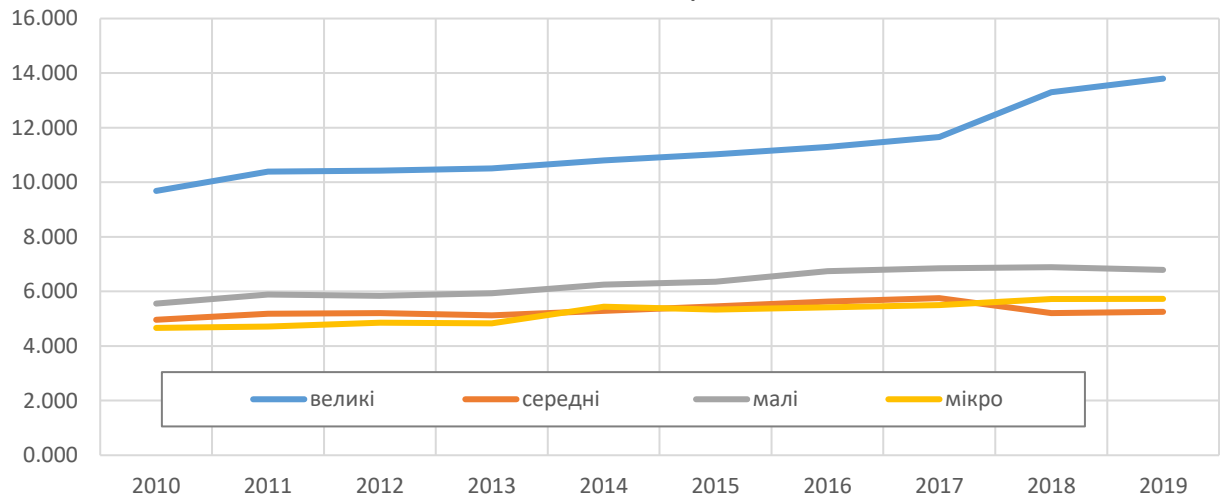
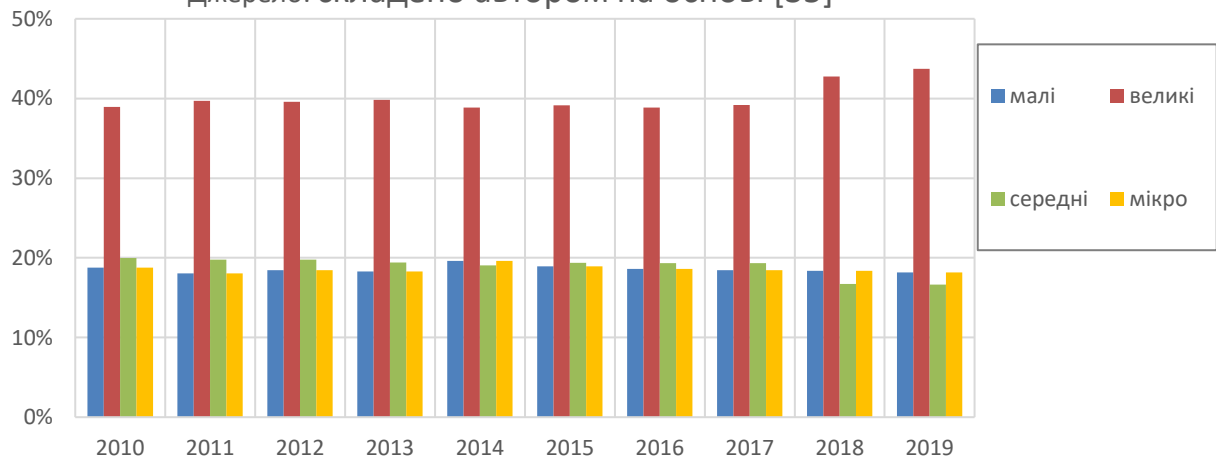
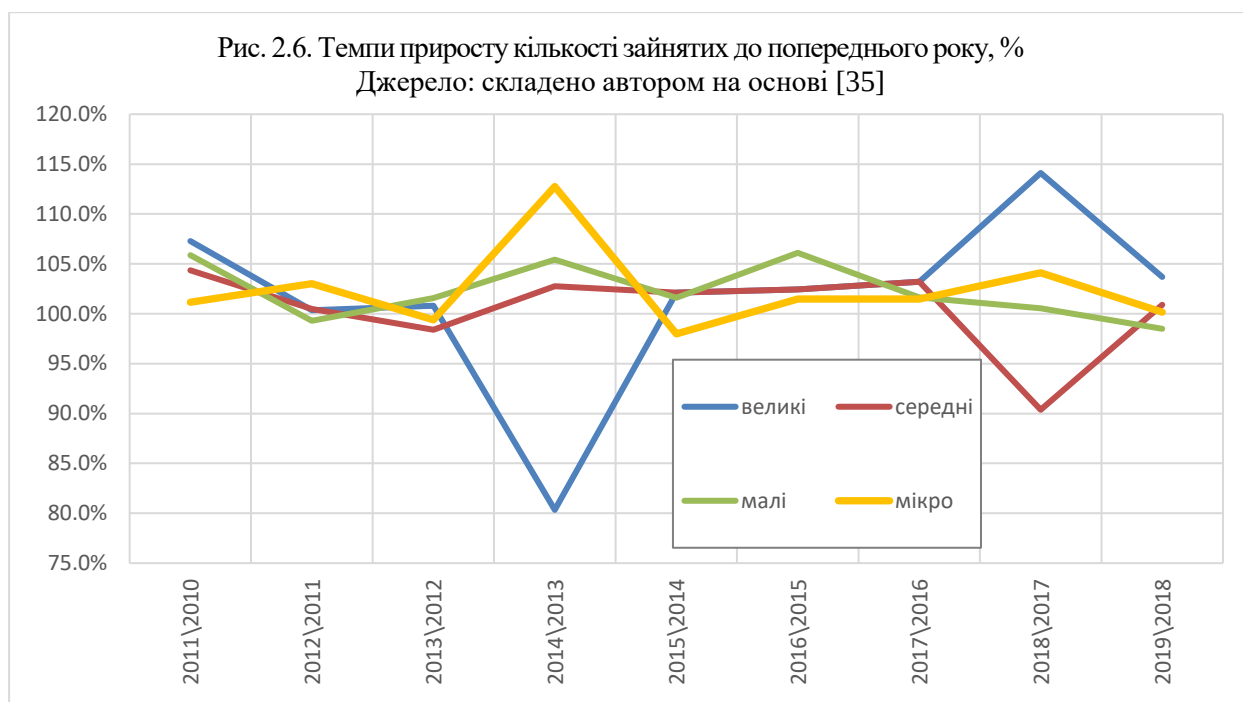
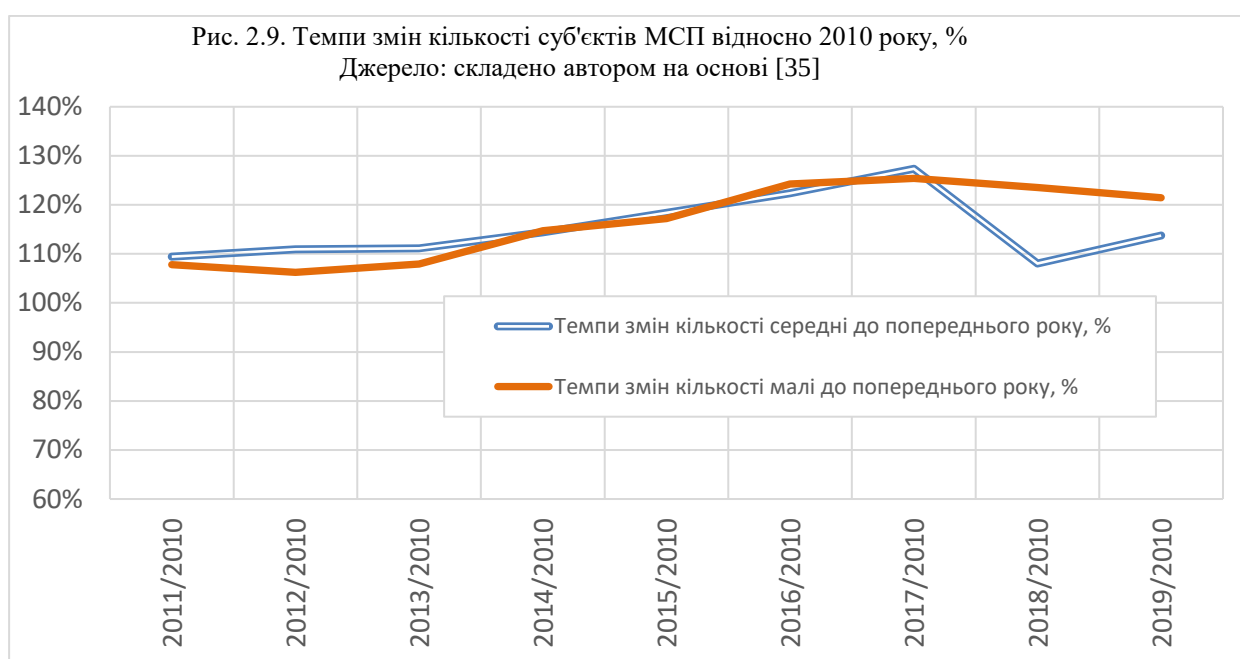
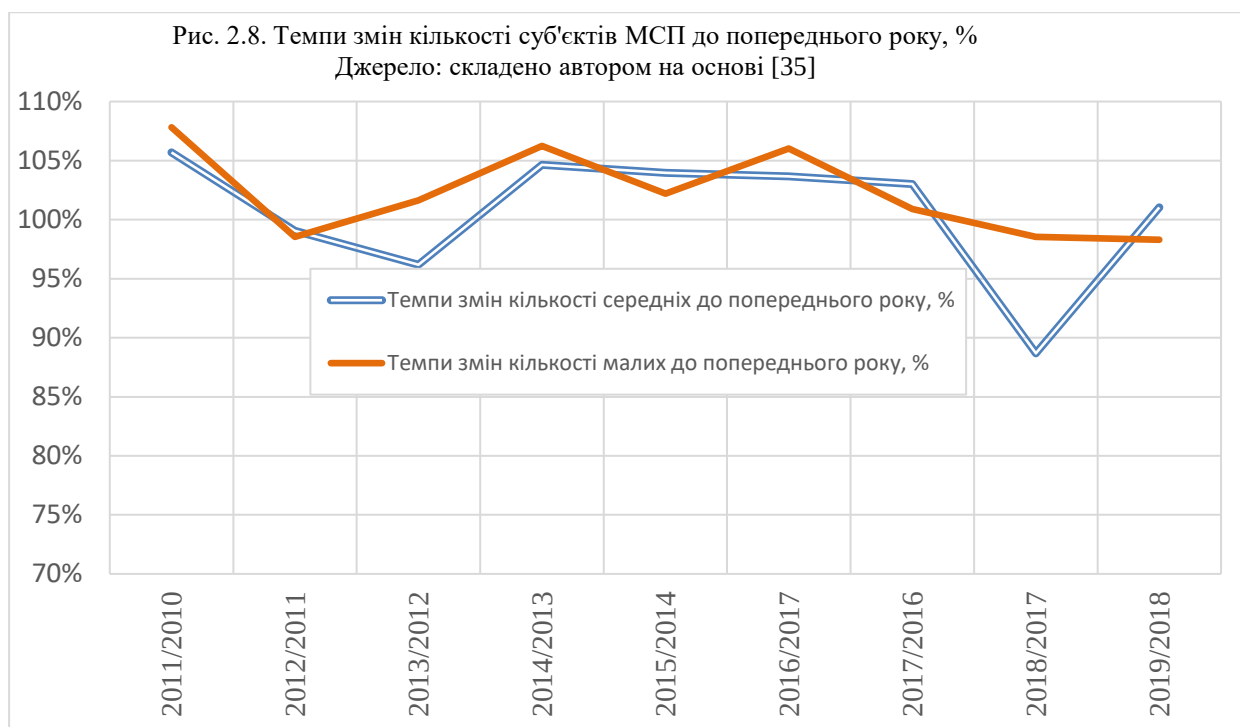


Рис. 2.5. Кількість зайнятих, %
Джерело: складено автором на основі [35]



На рисунку 2.8 показано зміну загальної кількості малих (у тому числі мікро) та середніх підприємств (в обох випадках юридичних осіб та ФОП) – тобто зміна сектору МСП Німеччини. Числові та лінійні тенденції показують тенденцію до зменшення кількості середнього та малого бізнесу (ще не повернулися до рівня 2010 року), але варто враховувати економічну кризу, яка застала підприємства (особливо малі та середні) під час пандемії коронавірусу. На рис. 2.8 та 2.9 показані річні темпи зміни кількості МСП щодо попереднього та 2010 року (базового) відповідно.

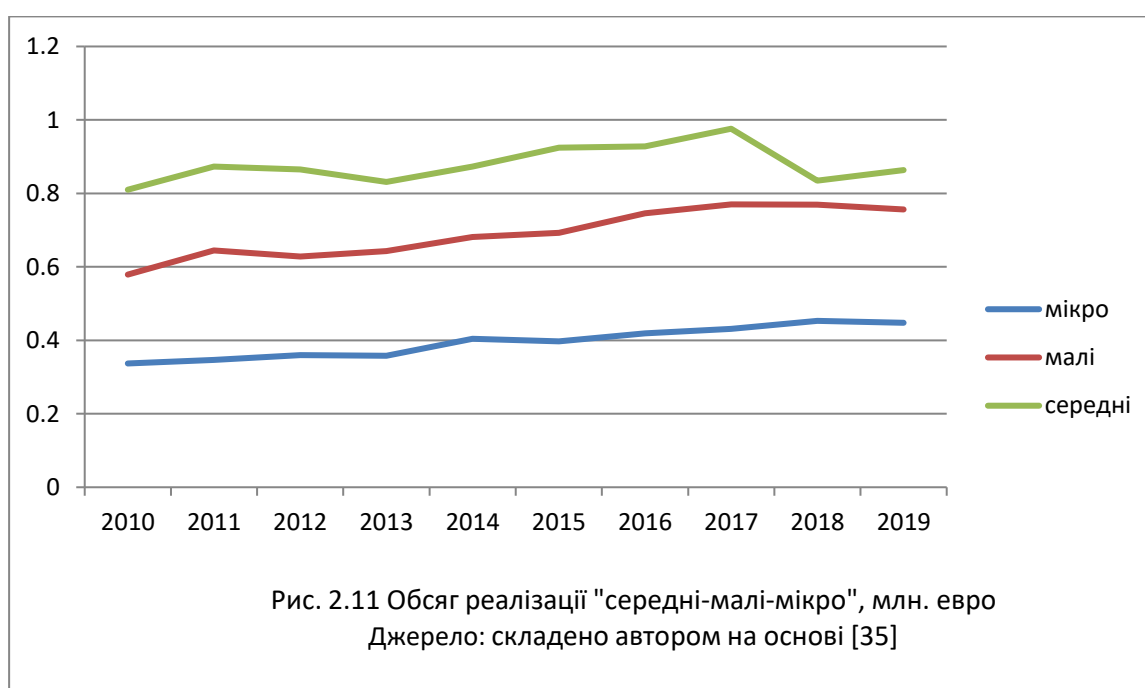
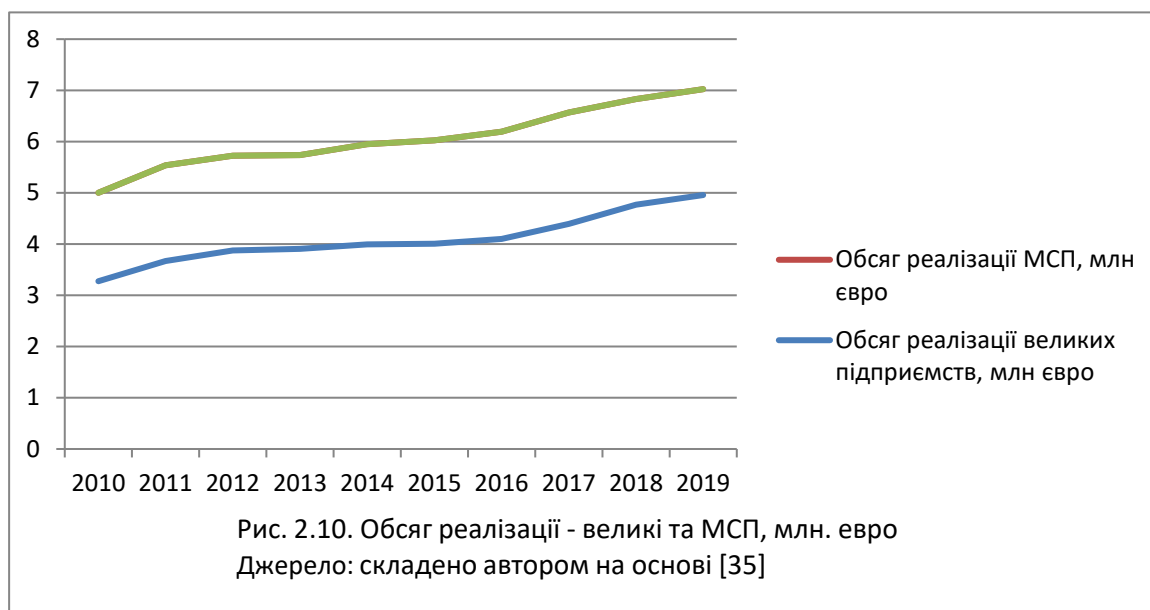




На рисунку 2.10 наведено графік зміни обсягів продажів суб'єктами господарювання різного розміру. На графіку видно, що і великий бізнес, і МСП збільшили продажі майже рівномірно.

Також з рисунка 2.11, на якому окремо показані абсолютні обсяги продажів малих і середніх (у тому числі мікро) підприємств, видно, що обіг збільшився у малих підприємств, у мікро-бізнесі також є рухи обігу у позитивну сторону, а от

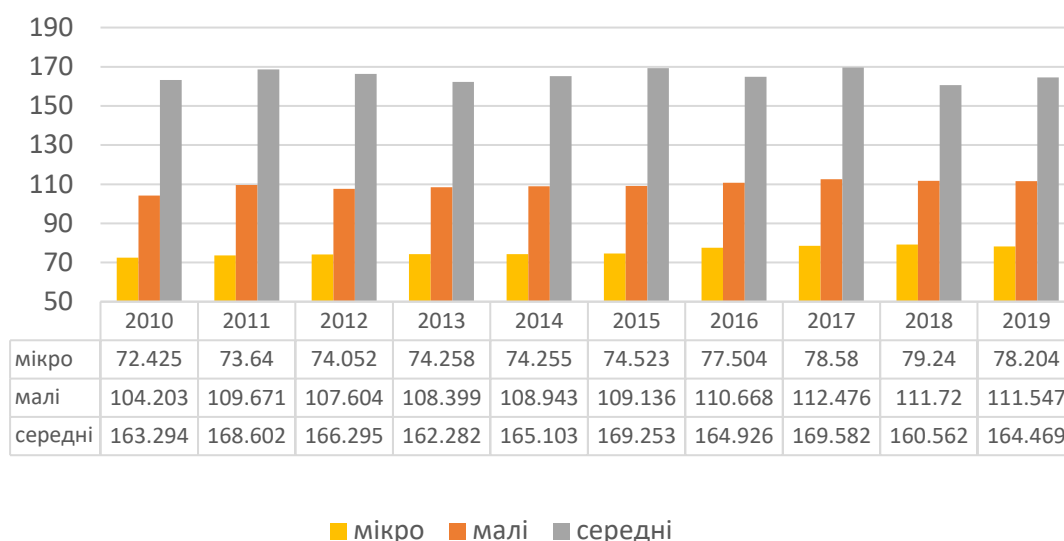
середні підприємства у 2019 році реалізували майже однаковий обсяг, порівняно з 2010 роком.



Аналіз обігу на кожного співробітника був проведений для МСП та показаний на рисунку 2.12. Звичайно, найменший показник має мікро-сектор (від 72,425 тис. у 2010 році до 79,240 тис. у 2018 році). У 2019 році цей показник становить 78,204 тис. євро. Також було передбачувано, що найвищий показник має сектор середнього бізнесу, який все ж у 2019 році не зміг повернутися до показників

2017 року, коли вони були найвищі.

Рис. 2.12 Обіг на кожного співробітника, євро
Джерело: складено автором на основі [35]



Пропоную також розглянути галузевий розподіл підприємств Німеччини за 2021 рік. Згідно з таблицею 2, можна зробити висновок, що найменша кількість підприємств працює в видобувній промисловості. А найбільше підприємств працює у торгівлі. На рис. 2.13 розраховано відсоток малих та середніх підприємств, зайнятих у сфері торгівлі від загальної кількості МСП. Ці показники (25,6% та 26,4% для малого та середнього бізнесу відповідно) показують, що торгівля у економіці Німеччини є однією з найважливіших галузей, а малий та середній бізнес відіграє у ній велику роль. На рис 2.14 приведено дані з зайнятості на МСП у цій галузі. На малих підприємствах у галузі торгівлі залучено 1,512,791 працівників (з загальної кількості 6,786,266 працівників), для середніх підприємств цей показник - 986,970 працівників (загальна кількість працівників 5,249,140).

Таблиця 2. Кількість підприємств (одиниці), залучених у галузях.

Джерело: складено автором на основі [35]

Галузь	Мікро-	Малі	Середні	Великий
Mining and quarrying	937	462	135	26
Manufacturing	136,114	55,238	15,814	5,384

Electricity, gas, steam, air conditioning supply	70,558	1,156	578	505
Water supply, sewerage, waste management, remediation	6,202	2,812	982	233
Construction	311,104	60,281	4,946	522
Wholesale, retail trade, repair of motor vehicles	453,990	98,984	17,624	4,230
Transportation and storage	78,544	21,608	4,731	1,020
Accommodation and food service activities	172,342	57,987	5,433	421
Information and communication	110,850	12,628	2,887	826
Real estate activities	149,384	8,710	1,432	315
Professional, scientific and technical activities	442,690	38,153	4,680	958
Administrative and support service activities	179,382	27,060	7,288	2,153
Repair of computers, personal and household	11,766	537	65	12

Рис. 2.13 Частка МСП зайнятих у сфері торгівлі від загальної кількості МСП
Джерело: складено автором на основі [35]

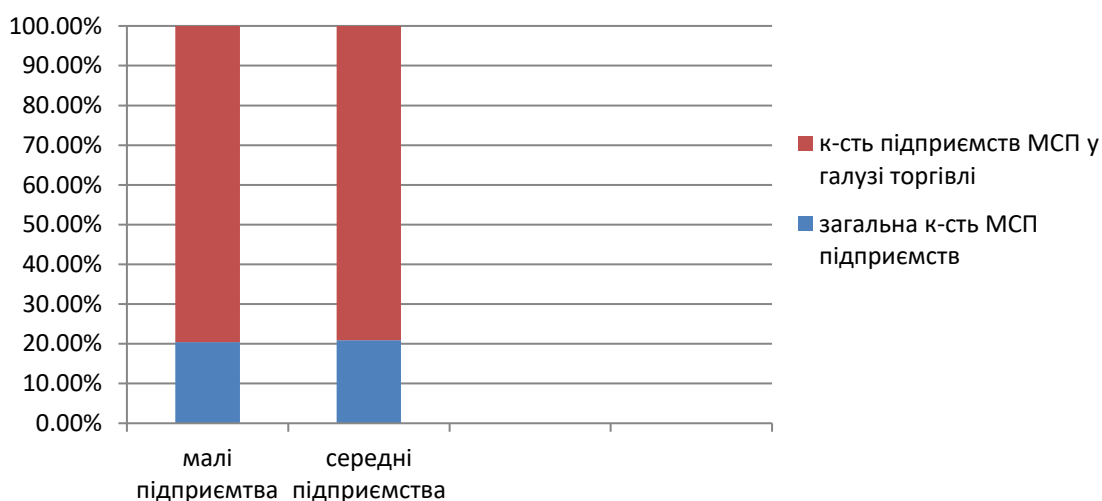
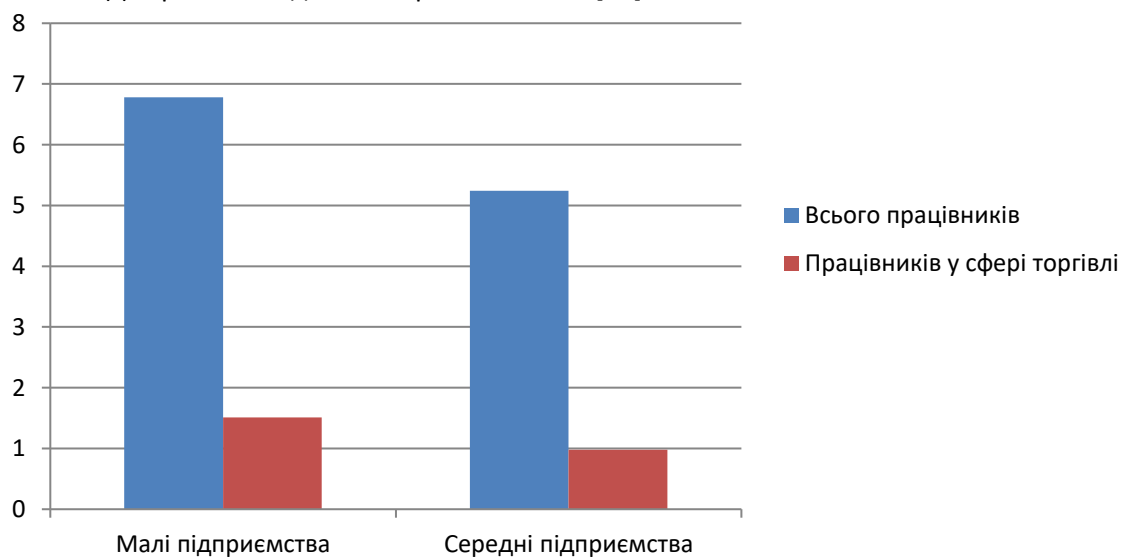


Рис. 2.14 Кількість працівників МСП у галузі торгівлі, млн . чол.
Джерело: складено автором на основі [35]



2.2 Державна підтримка малого та середнього бізнесу в Німеччині

Існуюча у ФРН система складалася упродовж десятиліть і до середини 80-х років набула свого нинішнього вигляду. Після знесення Берлінської стіни на перший план вийшли проблеми розвитку малого та середнього бізнесу на новій землі, що оживили комплекс спеціальних заходів та інструментів. Головний принцип, що лежить у базі державної підтримки малого та середнього бізнесу, - це надання такої допомоги, яка згодом активізує самопомогу. Тобто, держава створює для таких підприємств не парникове середовище, а рівні конкурентні умови з великими компаніями. По-перше, державна фінансова підтримка супроводжує малий і середній бізнес на всіх стадіях його розвитку, що дуже важливо; по-друге, вона носить чіткий цільовий і адресний характер, що зумовлюється макроекономічними і соціальними пріоритетами. Причому допускається комбінування різних джерел і заходів підтримки - наприклад, фірма, що знаходиться в процесі створення, може отримати допомогу також і у рамках програм по підтримці вже діючих підприємств [36]. Це говорить про те, що система фінансового стимулювання малого бізнесу у ФРН представляє собою досить густу мережу.

Отже, розглянемо, безпосередньо, систему фінансової підтримки малого і середнього бізнесу в Німеччині.

1. Правове забезпечення полягає у виданні відповідних нормативних, у тому числі муніципальних актів, сприяючих поліпшенню ринкових позицій малого і середнього бізнесу. Так, законодавчо заохочується кооперація малого і середнього бізнесу. Великим концернам ускладнений доступ на ті ринки, де переважають МСП, а також заборонено купувати дрібні фірми, якщо це призводить до закріплення позаринкових переваг великого бізнесу. Так надаються нормальні умови конкуренції. Закон про картелі (1957 р.) контролює процес концентрації капіталу, знижує можливість дискримінації малого бізнесу. Другий компонент – забезпечення рівноправної участі малого бізнесу у розподілі державних контрактів [37].

2. Значну допомогу МСП держава забезпечує через фінансово-податкові пільги. За оцінкою Центральної спілки німецьких ремісників, від 50 до 60% всіх

ремісничих підприємств до кінця 1988 року були звільнені від промислового податку. Урядова реформа з податків була проведена в три етапи (1986, 1988, 1990 роки). Підраховано, що близько 2 мільярдів марок було передано приватному сектору. Кожен етап супроводжувався підвищенням мінімального рівня оподатковуваного доходу та збільшенням неоподатковуваних відрахувань з доходу. Було введено спеціальні умови амортизаційних відрахувань. Наприклад, інвестиція, зроблена протягом 1990 року, була списана за 3 роки, відповідаючи умовам амортизації: перший рік – 50 %, другий – 30 % і третій – 20 %. Було введено новий спосіб лінійно-прогресивного обчислення податків. У 1990 році гранична ставка податку була знижена до 53 % і до 19 % знижена мінімальна ставка прибуткового податку. Верхня межа мінімальної ставки була знижена з 18 тис. до 8,1 тис. марок річного доходу. На додаток до цього, запроваджено створення резервів неоподатковуваного прибутку. Резерв складає до 20 % (максимально 50 тис. марок) від прибутку, отриманого протягом 1990 року. Податківці платили малому та середньому бізнесу інвестиційні надбавки. Результатом такої реформи стало те, що загальна сума неоподатковуваного доходу збільшилась в 17 разів. Через податкові пільги (зниження податків на дохід від підприємницької діяльності, звільнення від корпоративного податку, знижка на податок з майна і податок на спадщину) для малого та середнього бізнесу відкривається більше можливостей для самофінансування [37].

Підприємства, які самостійно організовують підготовку і перепідготовку своїх працівників, також користуються податковими пільгами: скорочення внесків на соціальне страхування варіює від 50% загальної суми обов'язкових виплат до повного звільнення. Перші два роки існування мале підприємство звільняється від усіх виплат, в кризу податок на прибуток був понижений з 39% до менш ніж 30%, зменшені відрахування до фондів соцстрахування (внесок по безробіттю - з 6,5% до 3,3%). Інформаційно-консультаційне, маркетингове і кадрове забезпечення діяльності малих підприємств дозволяє значно понизити господарський ризик. Оскільки фінансові можливості цих фірм не дозволяють організовувати маркетингові дослідження, збір і обробку ринкових досліджень, цьому сприяє

широка мережа державних інформаційно-консалтингових і маркетингових служб, техно-центрів, центрів менеджменту і підготовки кадрів і тому подібне.

Технопаркові структури є своєрідними інкубаторами малого бізнесу. Впродовж 3-5 років технополіси і технопарки "вирощують" 10 менших інноваційних підприємств, надаючи їм на умовах лізингу електронно-обчислювану техніку, устаткування, транспортні засоби, приміщення, а також роблячи необхідні бухгалтерські, канцелярські, консалтингові послуги, допомогу в проведенні спільних навчань, підготовці кадрів та ін.

3. Уряд Німеччини також допомагає МСП у формі кредитів та субсидій. У післявоєнній Німеччині використовувалася оригінальна модель кредитних гарантій малого бізнесу. У 1948 році для управління коштами, отриманими згідно з Європейським планом відновлення Маршалла, був створений Банк кредитних гарантій. Тоді ж було створено регіональну кредитну компанію. Банк кредитних гарантій нині входить у десятку провідних німецьких банків із 24 регіональними установами. Капітал банку повністю належить державі, 80% належить федеральному уряду, а решта 20% належить Бюро землеустрою. Що стосується регіональних кредитних організацій, то вони знаходяться в руках приватного капіталу і мають форму акціонерних товариств. Через важливу соціальну роль цих компаній їхній прибуток звільняється від оподаткування. За час існування системи малому та середньому бізнесу було надано понад 100 тис. гарантій, а також реалізовано комерційні кредити, договори оренди та венчурне фінансування. Крім цього з федерального та земельного бюджетів виділені:

- Пільгові інвестиційні кредити, переважно для розвитку високотехнологічних виробництв;

- Кредити на створення власного бізнесу, а також регіональні кредити в рамках Європейської програми відновлення.

Основні риси, з яких складається державна підтримка малих і середніх підприємств в Німеччині, — це стимулювання підприємств до реалізації економічного потенціалу, створення рівних умов для них і великих підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності та ефективності [38].

Підприємствам в Німеччині можна виділити наступні основні характеристики:

- Державна підтримка приватних підприємств (тільки якщо це добре не лише для компанії, а й для окремих регіонів).

- Особливий акцент на створенні нових або збереженні наявних робочих місць.

- Поєднання прямої комерційної фінансової підтримки з опосередкованою, що забезпечує розвиток територіальної інфраструктури. Державні інвестиції в інфраструктуру здійснюються в рамках загальнодержавних та регіональних програм, основними завданнями яких є залучення нових компаній до регіону та покращення умов функціонування наявних ресурсів для мобілізації внутрішніх ресурсів для регіонального розвитку.

- Розробка системи контролю використання державної фінансової допомоги. Серед інструментів контролю – фіскальні (наприклад, інвестиційні субсидії, які пов'язані з виплатами компаніями податків), адміністративні (компанія повинна отримати спеціальний дозвіл на інвестиції).

- Сприяння утворенню та розвитку кооперативів зв'язків між сферою НДДКР та бізнесом. Держава виступає посередником. У Великобританії, Бельгії, Данії, Португалії та Німеччині створено різноманітні центри співпраці між університетами та промисловістю, а також інноваційні центри для передачі передових технологій МСП.

- У Німеччині існує велика кількість установ, які консультують МСП з різних питань (від маркетингових досліджень до допомоги в подоланні бюрократичних перешкод). Консультаційний центр спільно фінансується державою та спілками приватних підприємців.

- У рамках основного напрямку регіональної політики розширилася інноваційна діяльність приватних підприємств. Майже в усіх країнах Західної Європи фінансовані державою науково-інформаційні центри надають інформацію та допомогу в прикладних і фундаментальних дослідженнях для малих і середніх компаній на провінційному рівні [38].

Напрямок стимулювання розвитку інноваційних підприємств повністю відповідає планам уряду ФРН : до 2025 р. довести витрати на дослідження і розробки до величини 3,5% від ВВП. Нині цей показник рівний 3,13%, і за його величиною країна відстає від своїх партнерів по ЄС. Проте, фінансування наукових досліджень в Німеччині досягає переконливих об'ємів [39]. Так, в 2018 р. німецькі компанії інвестували в наукові дослідження і розробку нових продуктів і послуг близько 72,1 млрд. євро. Загальний об'єм інвестицій в інноваційні продукти склав близько 172,6 млрд. євро.

Прийнята в Німеччині "Стратегія високих технологій 2025" ("HightechStrategie 2025" або скорочено HTS 2025) визначає напрям науково-технічної політики федерального уряду на найближчі роки. Стратегія охоплює три сфери. Перша сфера торкається рішення соціальних проблем, до яких відносяться профілактика і лікування захворювань, впровадження нових методів лікування і відходу за хворими; реалізація "Плану захисту клімату до 2050 року", що забезпечує стійкий розвиток країни, а також перехід на поновлювані джерела енергії, впровадження циркуляційної економіки; розвиток транспорту, що підвищує транспортну доступність територій і негативну дію, що скорочує, на довкілля; допомога сільським районам в модернізації економіки за рахунок використання сучасних технологій і рішення проблем міст; забезпечення безпеки (у усіх її проявах) громадян Німеччини [40].

Друга сфера пов'язана з освітою і професійною підготовкою населення для адаптації до майбутніх змін в економіці Німеччини (майбутні компетенції Німеччини). Ці економічні зміни принесуть використання штучного інтелекту (ШІ). Поки для широкого використання ШІ Німеччини бракує ні знань, ні фахівців, ні відповідного устаткування. Саме по цих трьох напрямках і передбачається вести роботу найближчим часом.

Третя сфера - створення інноваційної культури в Німеччині, яка характеризується відкритістю, рухливістю і перспективністю ("відкрита інноваційна і венчурна культура"). Дії в цьому напрямі забезпечать співпрацю учених для прискорення і підвищення ефективності наукових досліджень, а також учених і

виробників для якнайшвидшого впровадження в життя інноваційного продукту. У цих процесах важливу роль грає держава, оскільки велике значення для німецької науки мають державні закупівлі, об'єм яких оцінюється в 350 млрд. євро в рік, створення сприятливого нормативно-правового середовища, а також зниження бюрократичних бар'єрів [41].

Завдяки HTS 2025 будуть забезпечено зростання економіки, високу якість життя населення і конкурентоспроможність країни у світовій економіці. Проте успішна реалізація "Стратегії високих технологій 2025", як підкреслюється урядом, неможлива без взаємодії представників науки, бізнесу і суспільства. У 2018 р. до інноваційних відносилися 19% малих і середніх підприємств Німеччини. Проте дослідження сектора МСБ показало зниження кількості інноваційних підприємств. Доля інноваційних підприємств з початку 2000-х років скоротилася більше, ніж в 2 рази, хоча їх кількість залишається переконливою - майже 725 тис. од [41]. Таким чином, відзначається, що йде процес концентрації інноваційної діяльності в меншій кількості фірм. Велика частина малих і середніх підприємств зосереджена в секторі надання наукомістких послуг, наприклад, інформаційно-телекомунікаційні послуги роблять 46% малих і середніх підприємств Німеччини.

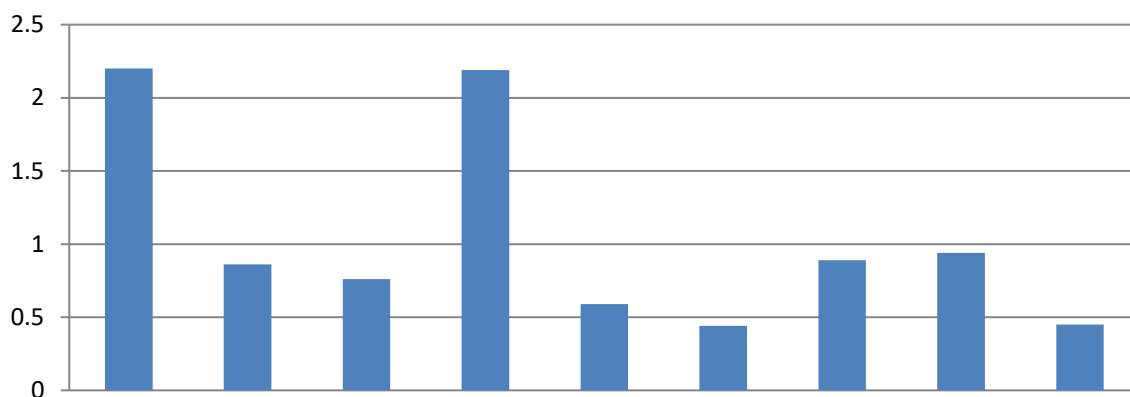
Підтримка інноваційної діяльності підприємств Німеччини включає різноманітні заходи, серед яких галузеві програми, створення мереж по обміну досвідом, надання податкових пільг. Одним з подібних заходів є прийнята Федеральним міністерством економіки і енергетики Німеччини Центральна інноваційна програма для середніх компаній (Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand - ZIM), призначена для стимулювання розвитку інноваційних малих і середніх підприємств, діяльність яких орієнтована на потреби ринку. Програма спрямована на підвищення інноваційного потенціалу і конкурентоспроможності компаній в довгостроковій перспективі. Це - найбільша програма підтримки інноваційного МСБ в Німеччині. Бюджет програми на 2019 р. склав 559 млн євро. Програма цікава ще і тим, що припускає різні форми фінансування, і компанії самостійно вибирають найбільш прийнятний для себе варіант аж до фінансування роботи мереж співпраці, в т.ч. з міжнародною участю. Незважаючи на велику увагу,

яку уряд Німеччини приділяє розвитку інноваційних малих і середніх підприємств, об'ємів фінансування для активного розвитку їм явно недостатньо, що продемонструвало дослідження "Deutscher Startup Monitor 2020"

У центрі дослідження знаходилися інноваційні стартапи молодше 10 років. Середня чисельність співробітників таких підприємств в 2020 р. склала 14,3 чол., що вище, ніж було в 2018 г, причому навіть в період кризи, викликаной пандемією коронавірусу, керівництво підприємств надавало нові робочі місця і планує збільшувати чисельність співробітників. Переважна більшість засновників інноваційних стартапів мають вищий ступінь (83,9%), а основними сферами діяльності є економіка і MINT(від початкових букв слів "математика, інформатика, природні науки, технології") (40,5% і 44,0% відповідно). Тому університети є важливою складовою інноваційної системи Німеччини, а географічно малі інноваційні стартапи зосереджені у Берліні і Мюнхені. Діяльність стартапів охоплює практично усі галузі економіки Німеччини, але найбільше зростання показало сектор ІСТ Цікаво, що росте кількість стартапів і в секторі зеленої економіки (з 2018 р. їх доля виросла з 32,8% до 43,4%).

Про недостатній об'єм венчурного капіталу повідомлялося ще в звіті за 2016 р., але і в 2020 р. положення не змінилося. Приведені дані на рисунку 2.15 про співвідношення джерел фінансування діяльності стартапів, що віддаються перевага і реальних, демонструють явну "перевагу" власних засобів підприємців, а також фінансовій допомозі їх близьких і недолік бажаних підприємцями венчурного капіталу і підтримки мікроінвесторів.

Рис 2.15 Співвідношення джерел фінансування діяльності стартапів Німеччини, що віддаються перевага і реальних
Джерело: складено автором за [42]



2.3. Регіональні особливості розвитку малого та середнього бізнесу в Німеччині

Німецький малий та середній бізнес має багато підприємств та постійно розвивається. Широкий спектр малих та середніх підприємств є ключовим елементом конкурентоспроможності та стійкості країни як місця ведення бізнесу. Тож окрім загальних структурних відмінностей існують різні регіональні. Наприклад, МСП у землі Рейнланд-Пфальц продемонстрували найвище зростання зайнятості в період з 2012 по 2016 рік, компанії в Гамбурзі мають найсильнішу міжнародну присутність, тоді як МСП у Берліні набагато більше орієнтовані на місцеві умови. МСП у Бранденбурзі інвестують найбільше, підприємства з Мекленбурга-Передньої Померанії найактивніші у переговорах по кредитах, тоді як фірми Саксонії-Ангальт мають найсильнішу базу акціонерного капіталу.

Відмінності суттєві, зокрема й у топ-менеджменті компаній. Наймолодші менеджери-власники знаходяться у Саксонії, а найстарші — у землі Шлезвіг-Гольштейн, де проблема наступності також більш виражена. Жінки на керівних посадах найчастіше зустрічаються у північних землях Німеччини. МСП, які керуються мігрантами, часто розташовані у великих містах.

3,7 мільйона малих та середніх підприємств становлять 99,95% від загальної кількості підприємств Німеччини. Це робить їх одним із основних стовпів німецького ринку праці, на якому зараз зайняті 30,9 мільйонів людей - більше, ніж будь-коли раніше. У 2019 році трохи більше половини з них припадало на три найбільші федеральні землі Північний Рейн-Вестфалія, Баварія та Баден-Вюртемберг. У МСП у цих штатах зайнято близько 15 мільйонів працівників, стільки ж, скільки в решті 13 штатів разом узятих. На рис. 2.16 ми можемо побачити розподіл працівників МСП у федеральних землях. Розмір прямокутників, що представляють кожен штат, показують його відносну частку в загальній кількості працівників МСП.

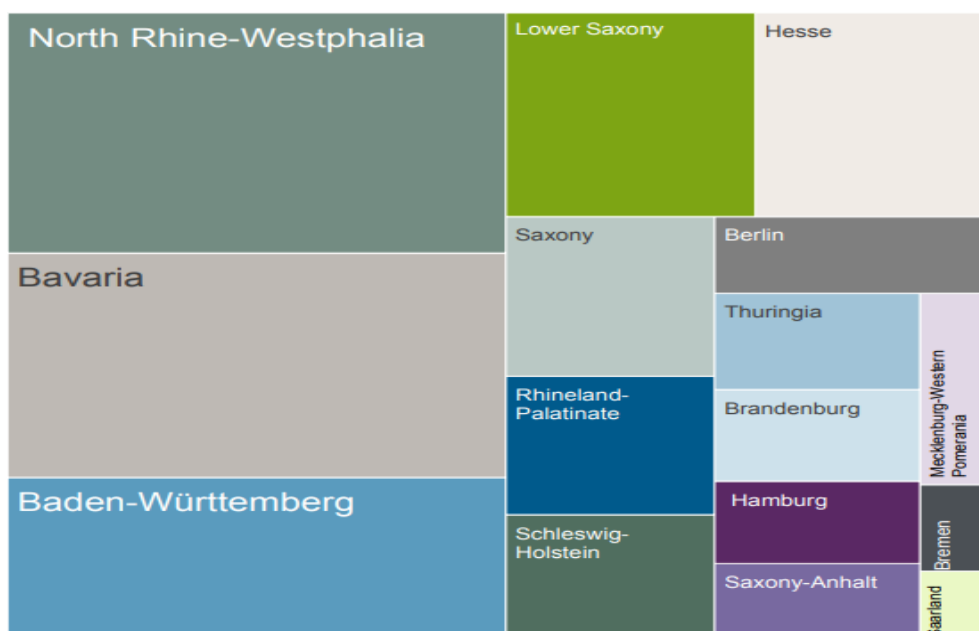


Рис.2.16 Розподіл працівників МСП за регіонами [43]

Зокрема, останніми роками малі та середні підприємства були рушійною силою буму зайнятості в Німеччині. Нещодавні високі темпи зростання зайнятості у МСП знову підвищили їх значимість на ринку праці. У 2018 році робоча сила МСП складала 70,4% від загальної чисельності працюючого населення, вперше перевищивши позначку 70%.

Ця частка варіюється від одного регіону до іншого залежно від структури розміру та галузевого складу МСП (Рис. 2.17). МСП мають найбільше відносне значення на ринку праці землі Шлезвіг-Гольштейн, де працівники МСП становлять

93% робітників сили, а також у Тюрінгії та Мекленбурзі-Вестерн-Померанії (за 91%). МСП становлять найнижчу частку робочої сили у Берліні та Нижній Саксонії. Тут 58% та 63% працівників відповідно зайняті у МСП. Середні показники мають Саксонія (80%), Саксонія-Анхальт (73%), Рейнланд-Пфальц та Гессен, де 71% співробітників малого та середнього бізнесу.

Доля малих і середніх підприємств на ринку праці східногерманських земель постійно перевищує середній показник. Це наслідок факторів, серед яких є низький показник присутності великих фірм у цих регіонах (рис.2.18). Великими підприємствами є компанії, на які працюють 250 і більше співробітників. У той час як у Бранденбурзі, наприклад, на кожен мільйон робочих приходить 247 великих підприємств (з більш ніж 250 зайнятими), в Гессене — 367 і у Гамбурзі навіть 403.

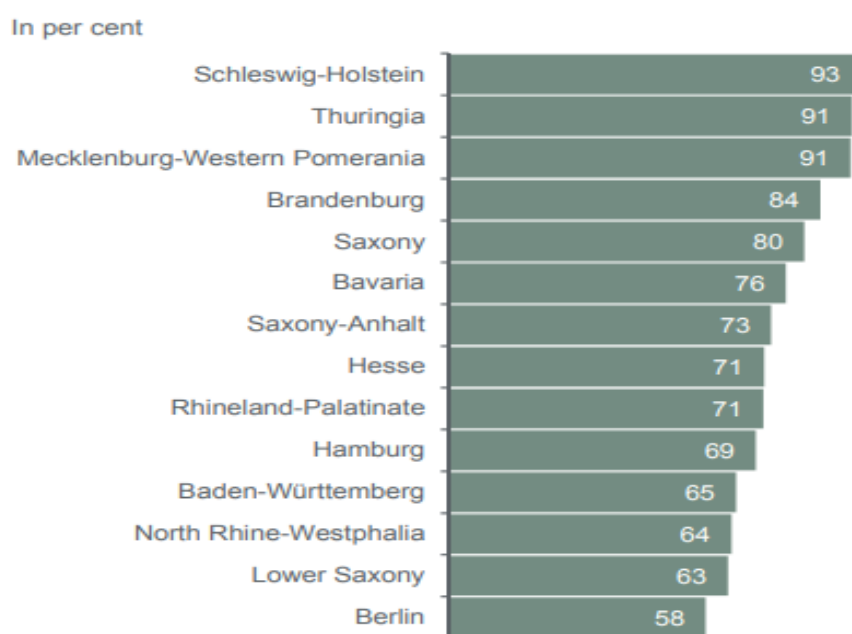


Рис. 2.17. Частка МСП у загальній чисельності працюючого населення [43]

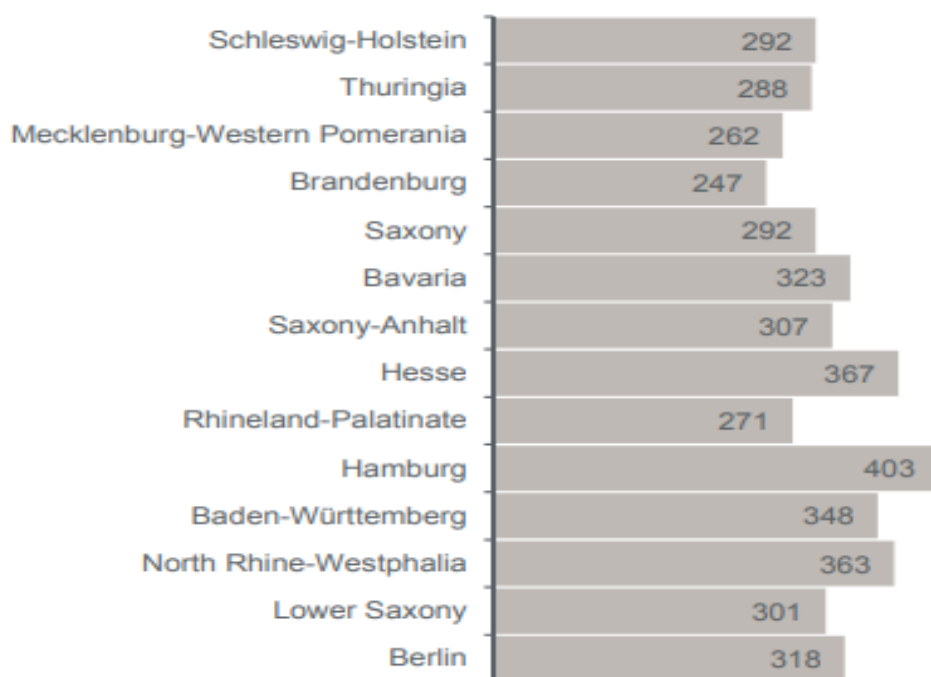


Рис. 2.18. Кількість великих підприємств на 1 млн. працюючих [43]

Цей дисбаланс, що зберігається, у розподілі великих підприємств між східними та західними землями Німеччини є спадщиною поділу Німеччини.

Базова структура малого та середнього бізнесу багато в чому схожа за окремими федеральними землями. Мікропідприємства з менш ніж п'ятьма штатними співробітниками становлять більшість МСП у всіх федеральних землях (в середньому 81%). Фрагментація МСП особливо помітна у Берліні, де 83% є мікропідприємствами. Крім того, це позначає велику кількість стартапів у Берліні, в яких зазвичай зайнято лише кілька людей. Саксонія-Анхальт, навпаки, має разюче низьку частку мікропідприємств (72%). Частка середніх підприємств (з 50 і FTE (Full-time equivalent)) займає помірну позицію. Вони мають відносно рівномірну частку від 2 до 3% у всіх штатах.

Малі та середні підприємства у Мекленбурзі-Вестерн-Померанії, середній вік яких становить 17 років, є наймолодшим (рис 2.19). Однак малі та середні підприємства в інших федеральних землях Східної Німеччини також порівняно молоді (середній вік від 19 до 21 року). Тут після об'єднання Німеччини, з економіки, яка раніше була у значній ступені організована у вигляді конгломератів, мали крок за кроком виникати невеликі структури приватного сектора. Тому історії

підприємств, звісно, коротше. Проте помітні відмінності існують і у віковій структурі східнонімецьких підприємств. У Берліні, столиці стартапів, найвища частка малих та середніх підприємств молодших за п'ять років — 21%, а в Саксонії-Анхальт — найнижча частка — 6%. Найвища частка малих та середніх підприємств, що працюють більше 20 років, припадає на землі Баден-Вюртемберг та Гессен (43%). «Найстарші» МСП (в середньому 26 років) зареєстровані в Баден-Вюртемберг. Це осередок великої кількості традиційних, давно існуючих малих та середніх підприємств. У Шлезвіг-Гольштейні найнижча частка старих МСП, 31%, що також дає відносно молодий ландшафт МСП (середній вік: 20 років).

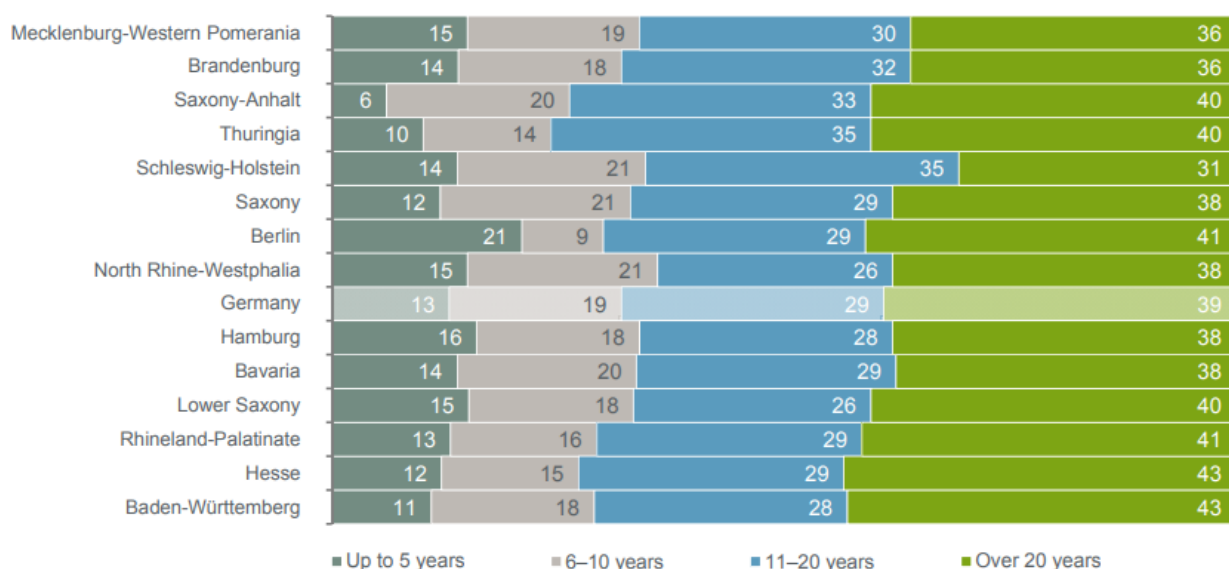


Рис. 2.19 Вік МСП за регіонами [43]

Деякі спільні риси між федеральними землями також можна знайти у галузевому складі. Таким чином, постачальники послуг формують ландшафт малого та середнього бізнесу у всіх частинах Німеччини. Це явище відображає зсув економічної активності у бік сектора послуг, який можна спостерігати у всіх розвинених країн. Тут грає роль аутсорсинг чи укладання контрактів із сторонніми компаніями на послуги, які раніше були внутрішніми, такі як обслуговування ІТ, зберігання даних, підбір персоналу, юридичні питання та оподаткування. Інший аспект полягає у тому, що структурні зміни вже деякий час створюють підвищений попит на певні послуги (наприклад, внаслідок демографічних змін).

Нині у бізнесі працює понад 2,8 мільйона постачальників послуг для малого та середнього бізнесу. Їхня частка коливається від 77% до вражаючих 95% залежно від штату (рис. 2.20). Не в останню чергу вони були основними рушійними силами зростання зайнятості останніми роками. В сукупності всі постачальники послуг МСП наразі наймають 18,4 млн працівників (без урахування торгівлі). На рубежі тисячоліть їх було "всього" 12,7 мільйона. Але при більш уважному розгляді галузевого складу федеральних земель також виявляються деякі відмінності. Виділяються три основні групи регіонів:

- У окремих містах Берліні та Гамбурзі переважають наукомісткі постачальники послуг МСП (50 та 49%), такі як юридичні фірми, архітектори, інженерні фірми, агенції у зв'язках з громадськістю, фінансові консультанти або фірми з підбору персоналу. Таку концентрацію послуг на невеликому географічному просторі можна насамперед пояснити потребами цих секторів: вони використовують те, що називають перевагами урбанізації, такими як диверсифікація, великі групи клієнтів, короткі відстані та переваги ефективного обміну ідеями та інформацією. В цілому, це може бути застосовано у секторах з високою часткою вчених та сильною технологічною орієнтацією. Виробництво та будівництво, навпаки, майже не представлені в Берліні та Гамбурзі.

- У східнонімецьких землях значно виділяються частки будівельних фірм (від 13 до 17%). Однією з основних причин цього є різке зростання інвестицій у інфраструктуру, житло та промислове будівництво у східній Німеччині після об'єднання. Це зберегло попит на будівельні та ремісничі фірми на високому рівні. Однак постачальники наукомістких послуг представлені недостатньо (від 26 до 35%). МСП, що надають «інші послуги», особливо представлені в Бранденбурзі та Мекленбурзі-Вестерн-Померанії (52% та 51%). Серед них, у тому числі, підприємства сфери охорони здоров'я та соціальних послуг, навчання та освіти, готельного бізнесу, культури та спорту.

- Галузевий розподіл у західнонімецьких землях також досить рівномірний. Що вражає, так це те, що перетворення економічної структури західної Німеччини у бік більшої кількості послуг, особливо бізнес-послуг, вже йде більш

просунуто, ніж у східній Німеччині. Малі та середні підприємства, що надають послуги, які засновуються на знаннях, які мають тут дуже високу частку — від 37% до 46%.

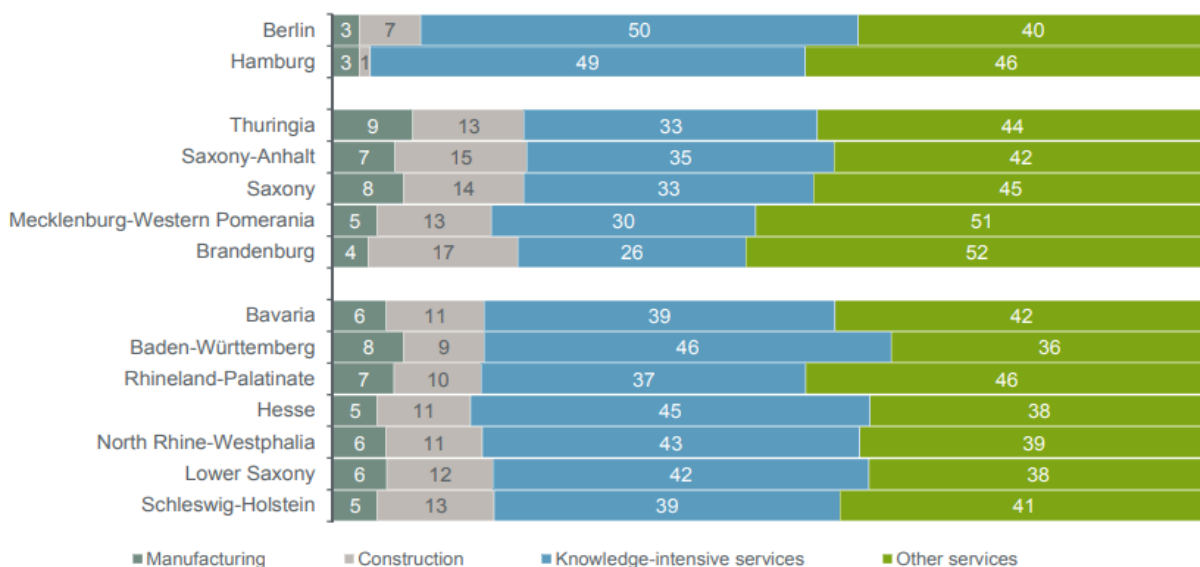


Рис. 2.20 Галузевий розподіл за регіонами [43]

У 2018 році оборот міжнародного бізнесу становив близько 547 мільярдів євро, що грає значну роль у загальному обігу малих та середніх підприємств. Тим не менш, ступінь міжнародної інтеграції МСП значно варіюється від одного регіону до іншого (рис 2.21). Гамбург очолює список із великим відривом. Більш ніж кожне третє підприємство, розташоване там, генерує міжнародний обіг (38%). Особливо примітна їхня ділова активність за межами Європи. Велика кількість із них (21%) генерують обіг поза межами Європи. Кожне третє мале та середнє підприємство у Гамбурзі працює як мінімум на європейських ринках. Гамбург отримує вигоду зі свого географічного положення та морського порту як вирішального фактора розташування (контейнерні перевезення, зв'язок із системою внутрішніх водних шляхів та залізниць і т. д.). Тому він має надзвичайно вигідне розташування для міжнародного бізнесу.

Малі та середні підприємства у Саксонії-Анхальт мають частку міжнародного бізнесу набагато нижче від середнього — менше одного з десяти підприємства мають обіг за межами Німеччини (9%).

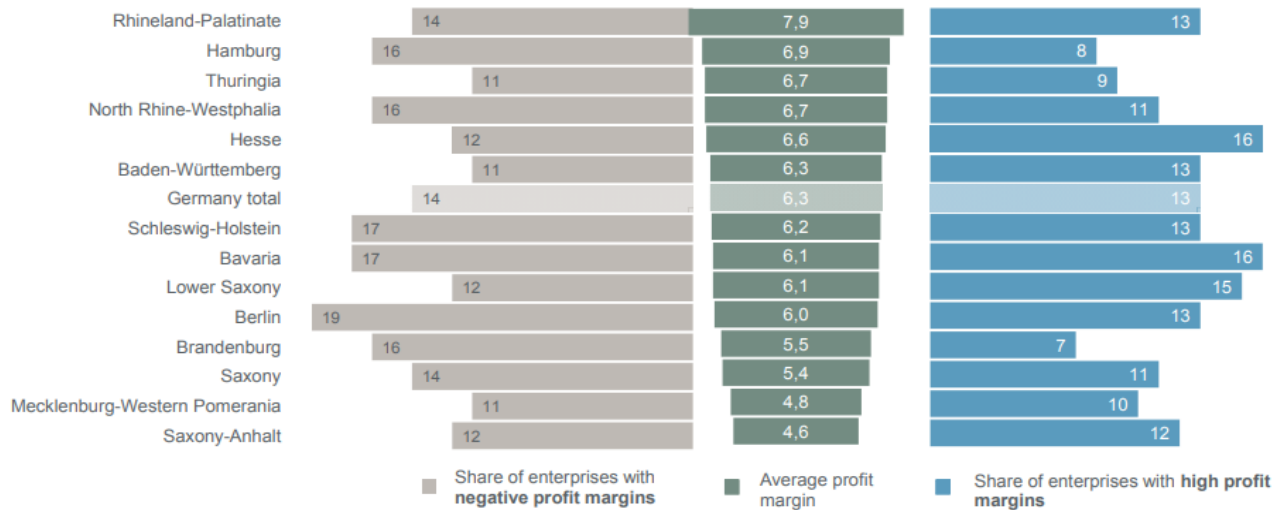


Рис. 2.21 Частка міжнародних МСП у федеральних землях та регіонах [43]

Підприємства там набагато більш орієнтовані на домашній регіон та країну. МСП у Саксонії-Анхальт генерують 53% обігу свого бізнесу у безпосередній близькості від нього та його потужностей (рис. 2.22,2.23). У кожному штаті, де МСП мають більш високий рівень інтернаціоналізації, їх частка становить менше ніж 50%. Не дивно, що малі та середні підприємства Гамбурга генерують найнижчу частку загального обігу в регіоні (44%), але найвищу частку на міжнародних ринках (40%). У Саксонії-Ангальт частка обігу, створеного на міжнародному рівні становить менше половини (19%). МСП у Берліні та Бранденбурзі, безумовно, мають найбільшу регіональну спрямованість - кожен із них генерує 69% обороту на найближчому регіональному ринку. Це можна пояснити високим та широким попитом з боку берлінської агломерації.

Інвестиції є ключем до забезпечення довгострокового успіху в бізнесі, оскільки підприємства оновлюють основний капітал, розширюють потужності, знижують витрати чи освоюють нові області бізнесу та технології. Крім того, активна інвестиційна діяльність МСП сприяє економічному розвитку, підвищує сукупний економічний виробничий потенціал та вносить значний внесок у довгострокове економічне зростання. Проте після кризових 2008 та 2009 років готовність МСП інвестувати зазнала стагнації та залишається на низькому рівні. Погляд на окремі федеральні штати показує, що готовність МСП інвестувати майже однакова (рис. 2.24, зліва).

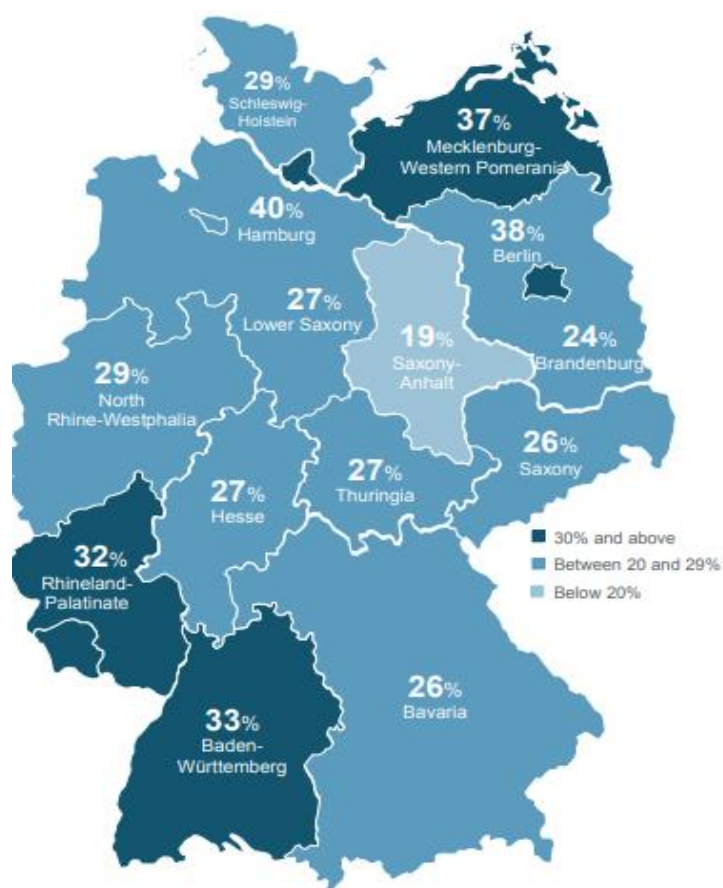


Рис.2.22 Частка міжнародного обігу МСП (лише бізнес з міжнародним обігом) [43]

Відхилення від значення 42% для всієї Німеччини (середня частка МСП, що інвестували у період з 2012 по 2018 рік) мають тенденцію бути помірними. Тільки МСП у Рейнланд-Пфальці демонструють схильність до інвестицій нижче середнього (на 6 процентних пунктів нижче значення для всієї Німеччини), у той час як МСП у Бранденбурзі та Саксонії-Анхальт інвестують частіше, ніж у середньому (48 та 49% відповідно). Однак, коли інвестиції МСП вимірюються по відношенню до відповідної робочої сили (інтенсивність інвестицій у євро на один еквівалент повної зайнятості), виявляється значно більше виражена різниця між регіонами (рис. 2.24, праворуч). Таким чином, «інвестиційними лідерами» є малі та середні підприємства у Бранденбурзі, які в середньому інвестують близько 9900 євро на одного працівника FTE. МСП у Нижній Саксонії інвестують значно менше (близько 9200 євро на одного працівника FTE), а підприємства в Гамбурзі та Баден-Вюртемберг ще менше (близько 8 800 євро).

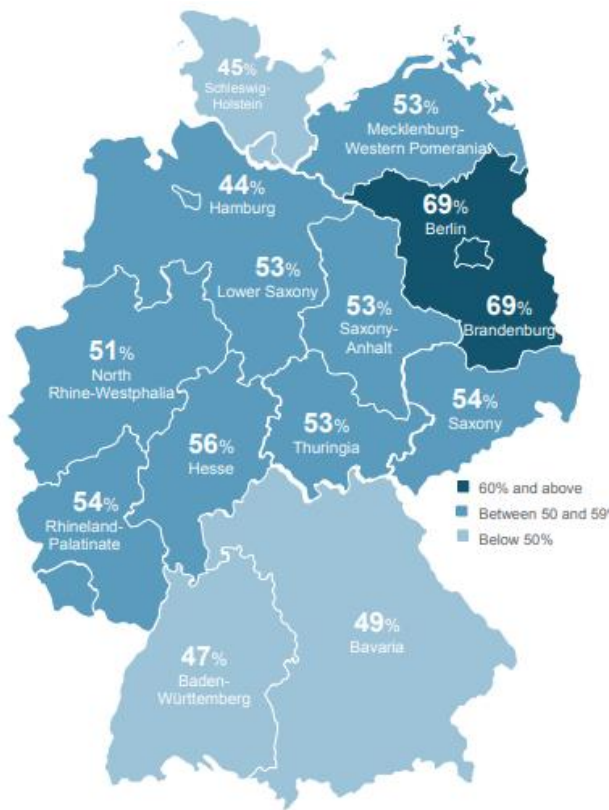


Рис. 2.23 Частка місцевого обігу МСП (тільки бізнес з місцевим обігом у межах радіусу 50 км) [43]

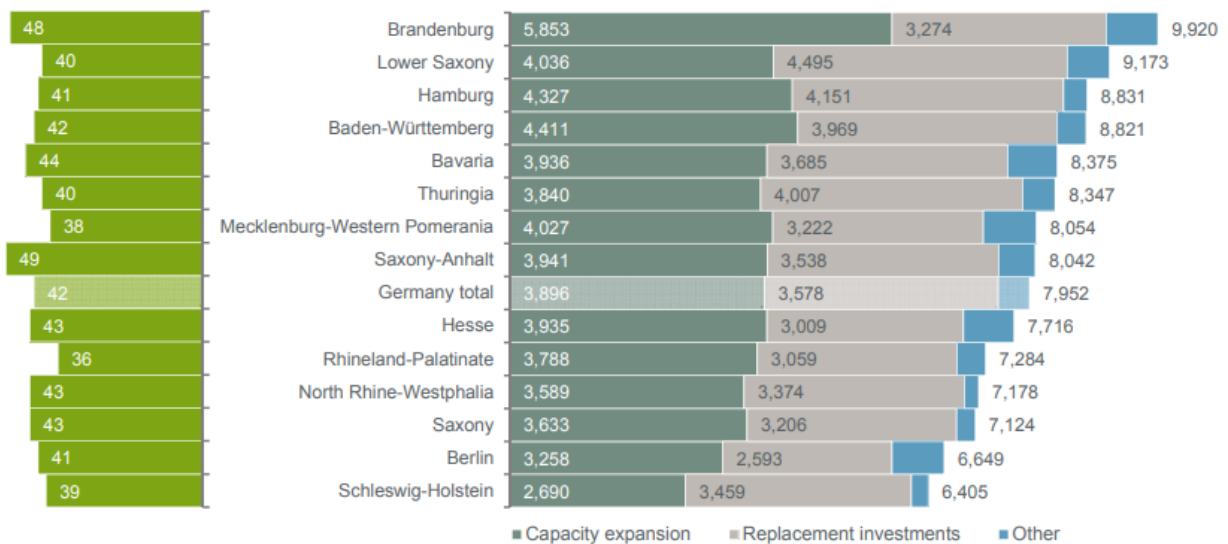


Рис. 2.24. Інвестиційна активність МСП за регіонами [43]

Незважаючи на деякі обнадійливі позитивні показники, МСП у багатьох регіонах, як і раніше, виявляють помітне небажання інвестувати. Це має бути змінено на широкому фронті – шляхом створення сприятливих умов для інвестицій

та надання відповідних та адекватних пропозицій щодо фінансування. Зрештою, збільшення інвестицій в основний капітал також може допомогти скоротити розрив у продуктивності між МСП та економікою в цілому, який останнім часом збільшився.

Цифровізація - ще одне джерело величезних можливостей майбутнього зростання та конкурентоспроможності. МСП, як і раніше, менше використовують можливості, ніж у середньому. У цій галузі існує великий потенціал, який необхідно мобілізувати. Але умови мають бути сприятливими, а підприємства як і раніше, стикаються з різними перешкодами. До них відносяться відсутність ІТ-навичок, невирішені питання, пов'язані з безпекою та захистом даних, проблеми з адаптацією корпоративної структури та управління робочими процесами, а також незадовільна якість інтернет-з'єднання.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ НІМЕЧЧИНИ

3.1 Програми підтримки малого та середнього бізнесу в Німеччині

Загалом доступ МСП до фінансування в Німеччині в даний час дуже хороший. Тривалий період низьких процентних ставок призвів до створення сприятливих умов для банків, які, як і раніше, є найважливішим джерелом фінансування німецьких МСП. Таким чином, більшість МСП повідомляють про відсутність чи незначні труднощі у фінансуванні через банківські кредити. Однак там, де ринкової пропозиції недостатньо, федеральний уряд надає широкий спектр фінансових інструментів для підтримки МСП, потенційних підприємців та інноваційних стартапів, щоб вони могли реалізувати нові проекти, продукти, процеси та послуги [44].

Ключовою областю підтримки є широка підтримка проектів із запуску та зростання. В останні роки основна увага приділяється політично важливій сфері фінансування інновацій та підтримки венчурного капіталу для стартапів, яка значно розширилася за останній законодавчий період. У результаті останніми роками ринок венчурного капіталу Німеччини значно розвинувся. Завдяки численним програмам державного фінансування на федеральному рівні та на рівні регіонів, на ринку венчурного капіталу Німеччини спостерігався дуже позитивний розвиток, особливо у сфері фінансування початківців на ранніх стадіях. У міжнародному порівнянні, однак, німецький ринок венчурних інвестицій все ще відносно малий. Зокрема, у другій та третій стадіях зростання (з обсягом фінансування від 50 до 150 мільйонів євро), німецькі стартапи часто стикаються з нестачею інвестицій. Однією з причин цього є те, що у Німеччині все ще відносно мало венчурних фондів, які інвестують у фазу зростання. Однак з'являється все більше фондів з обсягом інвестицій від 500 млн. євро і вище, що дозволяє проводити більші етапи фінансування. Розглянемо одні з найпопулярніших програм підтримки малого та середнього бізнесу.

1. Спеціальний фонд ERP передбачає диференційовану та добре налагоджену систему заохочувальних кредитів для різних етапів запуску. Кредитні програми ERP-Gründerkredit Startgeld: ERP Start-Up, Loan - Start-Up Money (Gründerkredit Universell), ERP Start-Up Loan - Universal та ERPKapital für Gründung ERP Capital for Start-Ups надають кредити під низькі відсотки з тривалий термін погашення для стартапів, а також для розвитку бізнесу. У деяких із цих програм банки, що надають фінансування, звільняються від частини ризику неповернення кредиту. ERP-Capital for Start-Ups надає кредити з вигідними процентними ставками, щоб зміцнити базу власного капіталу компанії та полегшити подальше зовнішнє фінансування [45].

2. Фінансування інновацій ERP було реструктуровано з 1 липня 2017 року з метою сприяння цифровій трансформації МСП шляхом надання розширеного спектру фінансування інновацій з особливим акцентом на проекти з оцифрування. The ERP Digitisation and Innovation Loan служить для фінансування проектів диджиталізації та інновацій, а також інвестицій та оборотного капіталу для інноваційних компаній. Фінансування надається як існуючим комерційним компаніям, так і професійним постачальникам послуг. За останній рік програма була вдосконалена і тепер доступна також молодим компаніям-початківцям. Фінансування здійснюється у формі низьковідсоткового кредиту у розмірі до 25 млн. євро на проект та до 7,5 млн. євро. Фінансування надається як на інвестиції, так і на оборотний капітал. Банк, який розглядає заявку, може бути звільнений від відповідальності на суму до 70%.

3. High-tech Start-Up Fund (HTGF) – це програма раннього фінансування для високоінноваційних та технологічно орієнтованих компаній, чия операційна діяльність розпочалася менше трьох років тому. Щоб отримати право на фінансування, проекти мають демонструвати перспективні результати досліджень, ґрунтуватися на інноваційній технології, а також відповідати вимогам ринку. Крім надання капіталу, фонд гарантує, що керівництво молодих стартапів отримає необхідну допомогу та підтримку. Початкова сума фінансування становить до 1 000 000 євро, а загалом на одну компанію зазвичай виділяється до 3 мільйонів євро. На

першому етапі роботи фонду (до листопада 2011 року) було виділено загалом 272 мільйони євро. Наступний фонд (HTGF II) надає загальне фінансування у розмірі 304 млн. євро. Третій фонд, HTGF III, було запущено восени 2017 року. Крім підтримки Міністерства економіки та Німецького банку реконструкції та розвитку (KfW), понад 30% фонду у розмірі 319,5 млн євро надали 33 приватні інвестори - або МСП, що добре зарекомендували себе, або великі корпорації [46].

4. The Micro-Mezzanine Fund був запущений у 2013 році і надає вільні кошти в розмірі до 50 000 євро для малих компаній та бізнесменів-початківців і до 150 000 євро для компаній, що входять до спеціальної цільової групи. Особливою цільовою групою фонду є компанії, які надають навчання, керуються жінками або мігрантами, або були започатковані особами, які раніше були безробітними. Соціальні підприємства, які ведуть комерційну діяльність, також мають право подавати заявки на фінансування на умовах спеціальної цільової групи, а також компанії, орієнтовані на екологічно безпечне виробництво. Фонд фінансується як Європейським соціальним фондом (ESF), так і Європейською програмою відновлення (ERP). Обсяг першого фонду становив 74,5 млн євро. Обсяг поточного фонду (ММФ II) становить 153,2 млн. євро.

5. На підставі рішення Бундестагу, Міністерство економіки, Міністерство фінансів та KfW розробили загальну концепцію організаційно-незалежної, орієнтованої на зростання венчурної компанії; вона розпочала свою діяльність під назвою "KfW Capital" у жовтні 2018 року. До 2021 року KfW подвоїли щорічний обсяг фінансування, що надається KfW Capital, до 200 млн. євро. Спочатку це відбувалося переважно за рахунок інвестицій у венчурні фонди, зокрема, в рамках програми ERP-VC Fund Investments, що діє з 2015 року. Крім того, KfW Capital є партнером фонду High-tech Start-up Fund and Coparion. Нарешті KfW Capital прагне підвищити якість венчурного фінансування. Мета - розробити структуру товару, у якій окремі етапи фінансування координуються протягом усього життєвого циклу підприємства. Загалом, розширення має призвести до зобов'язань щодо фінансування в розмірі близько 2 мільярдів євро в найближчі десять років [43].

6. Наприкінці 2018 року почала діяти програма KfW Venture Tech Growth Financing. У рамках цієї програми Німецький банк реконструкції та розвитку (KfW) може щорічно видавати 50 млн євро венчурних кредитів інноваційним технологічним компаніям, що швидко ростуть. Протягом усього періоду фінансування 500 млн. євро буде надано разом з приватними інвесторами компаніям-початківцям, що знаходяться на стадії зростання.

7. INVEST – це програма грантів, що здійснюється Федеральним міністерством економіки та енергетики. Вона була створена у 2013 році та отримала подальший розвиток у 2017 році для підтримки приватних інвесторів, які бажають придбати частку у молодих та інноваційних компаніях. У рамках цієї програми бізнес-ангели, які інвестують в інноваційні стартапи, одержують грант на придбання частки у розмірі 20% від інвестованої суми. Крім того, фізичні особи можуть отримати грант на вихід, якщо вони продадуть свої акції. Сума, що надається, еквівалентна 25% приросту капіталу від продажу і, таким чином, більш-менш покриває податок, що накладається на прибуток від продажу. Акції мають бути у власності не менше трьох років. Обидва гранти не оподатковуються для інвестора. Фінансування може бути надано на суму не більше 500 000 євро на одного інвестора та на рік. Максимальна сума, що підлягає фінансуванню, яка може бути інвестована в одну компанію на рік, становить 3 мільйони євро.

Варто також зазначити, що існують схеми підтримки з інвестиційних фондів ЄС. Молоді підприємці мають можливість отримати пільговий кредит або гарантію до 100 000 євро від ЄС - так званий "ERP-Gründerkredit - StartGeld", який стосується капітальних підприємств від COSME (Програма конкурентоспроможності для європейських підприємств і МСП).) та Європейського фонду стратегічних інвестицій (EFSI).

Для розвитку інновацій та підтримки досліджень Європейська програма відновлення (ERP) надає дешеві кредити малим і середнім підприємствам на придбання обладнання або фінансування розробки програмних систем. Це може включати оновлення комп'ютерного парку компанії, придбання нового програмного забезпечення або розробку автоматизованих систем.

Слід зазначити, що великий акцент робиться на підтримці експортерів – тут існує спеціальна програма підтримки експортерів сільськогосподарської продукції або загальна програма доступу на зовнішні ринки (BMEL-Exportförderprogramm).

Для допомоги молодим підприємцям існує окрема програма EXIST – стипендії, консультації та фінансова допомога на ранніх етапах відкриття бізнесу.

Окрім федеральної підтримки, підприємці можуть розраховувати на різноманітні регіональні програми фінансування. Кожна федеральна земля також має власні міністерства зі своїми місцевими програмами. Від земельного бюджету залежить і бюджет різних програми.

Наприклад, у Баварії є окрема програма цифрового бонусу – підтримка впровадження IT-рішень, дешеві кредити та часткове покриття витрат до 2 млн євро. Баварські чиновники витрачають 460 000 євро на рік на підтримку та розробку навчальних комп'ютерних ігор.

Крім того, Північний Рейн-Вестфалія проводить конкурс CreateMedia.NRW, спільну ініціативу місцевої влади та Фонду регіонального розвитку ЄС із загальним бюджетом 40 мільйонів євро.

У кожній із 16 регіонів Німецької Бундесліги багато таких проектів. Важливу роль у цьому відіграють місцеві відділення Торгової палати (ІНК, Industrie- und Handelskammer). Вони часто виступають посередниками між державою та підприємцями, надаючи підприємцям багато корисної інформації.

Крім того, кожен бундесвер має власний банк реконструкції та розвитку, створений за зразком KfW. Це означає, що є також 16 регіональних банків, які допомагають лише місцевим компаніям. Все залежить від місткості кожної частки землі - це може бути великий банк, наприклад NRW.Bank (Північний Рейн-Вестфалія, загальні активи 142 млрд євро) або L-Bank (Баден-Вюртемберг, 70 млрд євро), або Little SIKB (Saarländische Investitionskreditbank), найменший штат Саар в Бундеслізі, із загальними активами 1,5 мільярда євро.

Пандемія коронавірусу змусила багато урядів запровадити карантин, обмежити роботу компаній та підприємств. Одна з найбільш постраждалих галузей - малий та середній бізнес, на якому значною мірою тримається економіка країни.

Через жорсткий карантин у Німеччині вимушено припинили роботу незліченні підприємства сфери послуг: невеликі магазини та готелі, ресторани та закусочні, перукарні та салони краси, туристичні та концертні агенції тощо. До того ж без заробітку практично миттєво виявилися, скажімо, маклери та репетитори, а також представники багатьох творчих професій – позаштатники, які живуть на гонорарах, від музикантів до фотографів та художників. 25 березня 2020 року бундестаг схвалив найбільшу в історії ФРН антикризову програму, узгоджену до цього в коаліційному уряді консерваторів та соціал-демократів. Серед заходів боротьби з економічними наслідками пандемії COVID-19 – окрема загальнонаціональна програма підтримки мікропідприємств та самозайнятих обсягом у 50 мільярдів євро. Для цього уряду ФРН довелося відмовитись від політики бездефіцитних бюджетів, якій два кабінети міністрів під управлінням канцлера Ангели Меркель (Angela Merkel) дотримувалися сім років поспіль. Мета полягає в тому, щоб дати компаніям можливість розробити заходи щодо обмеження економічних наслідків пандемії та знову стати конкурентоспроможними [47].

Усім підприємствам з чисельністю персоналу не більше ніж 5 осіб було одноразово виплачено на найближчі три місяці до 9 тисяч євро. Фірми, де не більше 10 працівників, могли розраховувати на суми до 15 тисяч. Гроші призначені насамперед для оплати оренди приміщень, взятого в лізинг обладнання та кредитів. Умова: всі фірми та індивідуальні підприємці повинні довести, що до пандемії коронавірусу не зазнавали економічних труднощів. Гроші надавалися безоплатно, це були субсидії, проте їх було враховано при нарахуванні податків за 2020 рік.

Інший пріоритет антикризової програми - зберегти якнайбільше робочих місць у фірмах будь-якого розміру в умовах їх тимчасового вимушеного простою. Така дилема особливо гостро стояла, наприклад, перед багатьма типовими для німецької економіки високоспеціалізованими середніми і малими машинобудівними компаніями [48].

Уряду допоміг інструмент, що доказав свою ефективність у 2009 році, під час рецесії, що прийшла вслід за фінансовою кризою. Це виплата компенсацій працівникам, змушеним працювати неповний робочий час. Ще в середині березня

бундестаг оперативно вніс поправки до відповідного закону, розширивши можливості його застосування. Підприємство, підключившись до цієї програми, оплачує працівників, доки є робота. А під час простою вони одержують 60 відсотків свого чистого заробітку від держави. Тим, хто має хоча б одну дитину, належить 67 відсотків. На такий режим перейшли понад 2 мільйони працівників - приблизно вдвічі більше, ніж у рецесію 2009 року.

Усім, хто тимчасово залишився без роботи або з меншими заробітками, покликаний був допомогти такий загальнонаціональний захід, як заборона домовласникам розривати орендні договори з квартиронаймачами, які не в змозі регулярно платити за житло. Вона породжена специфікою німецького ринку нерухомості: приблизно половина домогосподарств у Німеччині живе не у власних квартирах та будинках, а у орендованих. Багатьом самозайнятим та власникам малих підприємств цей крок уряду суттєво полегшив життя: вони не турбувалися про збереження даху над головою та могли зосередитись на порятунку бізнесу.

Що ж до регіональних заходів підтримки малих і середніх підприємств, то, наприклад, найбільша за кількістю жителів федеральна земля Північний Рейн-Вестфалія на додаток до програми уряду ФРН вирішила виплачувати до 25 тисяч євро фірмам із кількістю працівників до 50 осіб. Умова: скорочення виторгів як мінімум на 50 відсотків або тимчасове закриття підприємства через карантинні заходи влади.

У свою чергу, земля Баден-Вюртемберг одноразово виплачувала підприємствам такого розміру до 30 тисяч євро. У Баварії аналогічну суму могли запросити фірми з кількістю працівників до 250 осіб. А земля Бранденбург вирішила надати компаніям із персоналом до 100 співробітників навіть 60 тисяч євро [49].

3.2 Вирішення проблем малого та середнього бізнесу в Україні з урахуванням досвіду Німеччини

В Україні, існують спільні фактори, які необхідно враховувати при розробці стратегічних заходів політики для МСП, у тому числі низький рівень довіри та

відносно слабе верховенство закону, а також політична та економічна нестабільність. Ці довгострокові обставини дуже впливають як на державне управління, так і на управління бізнесом.

Хоча структура малих та середніх підприємств та індивідуальних підприємців в Україні схожа на структуру Німеччини, українському сектору МСП не вистачає можливостей та продуктивності, які могли б привести його до успіху на національному чи міжнародному рівні. Зокрема, Україна суттєво відстає за кількістю малих та середніх компаній, успішних на міжнародних ринках (рис.3.1). Тому, провівши порівняльний аналіз сектору МСП Німеччини та України за кожним розміром та рівнем ринку, можна запропонувати заходи політики щодо збільшення частки підприємств, здатних та бажаючих розвиватися до вищого рівня, аж до того, щоб стати експортерами.

Для створення конкурентоспроможного та інноваційного сектору МСП, який сприяє формуванню національних та міжнародних лідерів, українська політика МСП має бути комплексною, довгостроковою та включати такі компоненти:

- Підтримка перспективних та нових підприємців: сприяння створенню та розвитку університетських технопарків та просування ідей інноваційних стартапів бізнесом. Створення можливостей для вразливих груп для започаткування власного бізнесу.
- сприяння створенню юридичної особи та розширенню бізнесу: уніфікація системи оподаткування; спільні кредитні та консультаційні програми місцевих органів влади, банків та міжнародних фінансових інститутів; регіональних центрів підтримки інновацій.
- Національний фокус: розвиток бізнес-асоціацій як можливість для нових ділових партнерських відносин, участі у розробці політики та політичного діалогу; сприяння використанню цифрової інфраструктури поза великими містами.
- Допомога у виході на зарубіжні ринки: розробка нових брендів; пом'якшення регулювання експорту; виховання короткострокова мобільність та знання іноземних мов [50].

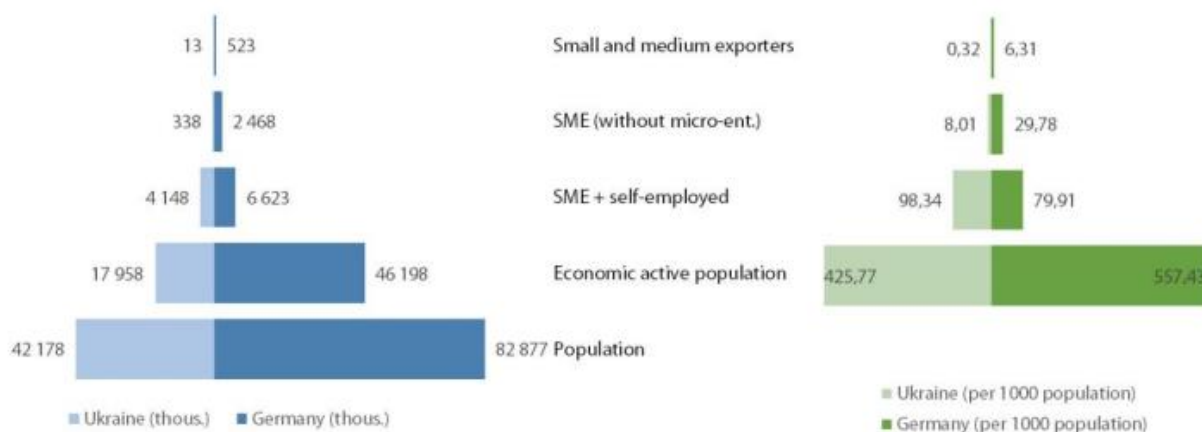


Рис. 3.1. Структура МСП в Україні та Німеччині (останні доступні дані) [45]

Малі та середні підприємства в Україні зазвичай працюють у дуже конкурентному середовищі. Однак у деяких випадках вони можуть зіткнутися з бар'єрами входу чи розвитку, штучно створеними державою чи конкурентами.

Коли немає штучних бар'єрів для входу, єдиний спосіб отримати суттєву частку ринку – це інновації та створення нових продуктів, процесів та послуг. Інновації передбачають більше інвестицій та кращу якість для клієнтів або споживачів, тому вони мають позитивний вплив як на економіку, так і на добробут населення.

Як ми дізналися з досвіду Німеччини, розвиток малих та середніх підприємств також може допомогти країні у вирішенні економічних та соціальних проблем, таких як монополізація, безробіття, нерозвиненість окремих регіонів, що ведуть до неінклюзивності економіки. Вирішення цих проблем - шлях до більш сталої економічної системи [51].

Згідно з опитуванням Світового банку «Doing Business 2020» Україна посідає 64 місце, а Німеччина — 22 місце з 190 країн (рис. 3.2).

Порівнюючи рейтингові позиції, неважко побачити значні переваги німецької системи, такі як сильна правозахисна судова система, високий рівень відповідності контрагентам, швидкість та простота адміністрування податків та ліцензування. З точки зору доступу до кредиту, реєстрації прав власності, захисту прав акціонерів тощо, з рисунка видно, що Україна та Німеччина знаходяться на

суміжних позиціях. При цьому Україна випереджає Німеччину за простотою та швидкістю реєстрації бізнесу. Очевидно, що цифрова революція, впорядкований процес створення і закриття бізнесу, сервіс «Дія» приніс свої плоди [52].

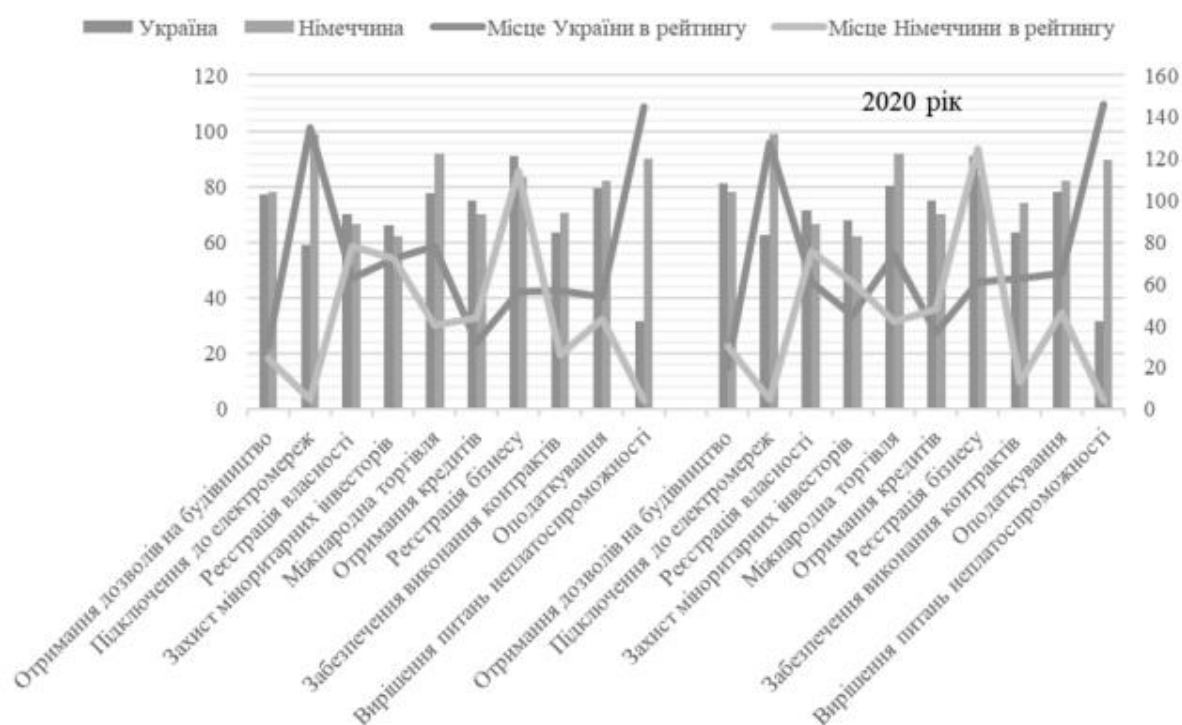


Рис. 3.2. Загальні та рейтингові показники України та Німеччини [53]

Серед позитивних аспектів - досягнення України у спрощенні процедури видачі дозволів на будівництво, спрощенні електропостачання та посиленні захисту міноритарних інвесторів. Реформи для полегшення ведення бізнесу в Німеччині включають спрощення контрактів за допомогою електронних послуг.

Проаналізувавши сильний німецький сектор МСП (Mittelstand) та поточну українську ситуацію, можна зробити наступні висновки:

Вища частка сильних малих і середніх підприємств може зробити позитивний внесок у економіку, наприклад, змінити такі показники як:

- більш висока інклюзивність та стабільність економіки;
- економічне зростання, засноване на широкому та інклюзивному підході до інновацій, що ґрунтуються на знаннях.

Щодо України, існують спільні фактори, які необхідно враховувати при розробці стратегічних політичних заходів для МСП. Це довгострокові обставини, що впливають як на державне управління, так і на керування бізнесом.

Існують переконливі докази того, що рівень довіри у суспільстві відповідає рівню ВВП душу населення. Частка людей, згодних з тим, що "всім людям слід довіряти", вдвічі вища в Німеччині, ніж в Україні. Низький рівень довіри перешкоджає розвитку МСП, оскільки збільшує невизначеність серед зацікавлених сторін, знижує ймовірність того, що людина чи група людей розпочнуть бізнес та впровадять інновації.

Державні органи загалом користуються низьким рівнем суспільної довіри, що ґрунтується на слабкому верховенстві закону. Це викликає:

- нездатність захистити права власності на активи, прибуток та інтелектуальну власність;
- низький рівень довіри до системи правосуддя та правоохоронних органів;
- високий рівень корупції

Таким чином, будь-яка ініціатива уряду щодо надання фінансових засобів підтримки МСП може бути сприйнята потенційними бенефіціарами з недовірою, оскільки вони можуть не вірити у справедливий розподіл коштів. Це також може призвести до низького рівня попиту на державне фінансування та підтримку МСП.

Політична та економічна нестабільність — ще один фактор, який утримує бізнес від планування на довгострокову перспективу, оскільки високий ризик несподіваних змін у податковій, нормативно-правовій та зовнішньоторговельній політиці через зміну політики та інтереси лобі великого бізнесу. Було доведено, що політична невизначеність впливає на технологічні інновації більше, ніж тип самої політики. Це також означає, що коли політичний вплив на економічні рішення велике, технологічні інновації

Німецька модель МСП популярна серед країн, що прагнуть створити сильний і конкурентоспроможний сектор МСП. Найбільш успішні підприємства, широко відомі в німецькомовних країнах, становлять значну частку на своїх ринках завдяки своєму глибокому досвіду, постійному потоку інновацій, а також довгостроковій політиці та бізнес-плануванню.

МСП також відіграють важливу роль в українській економіці. Хоча частки малих та середніх підприємств у цілому (включаючи самозайнятих) зіставні в обох

аналізованих країнах, український сектор МСП зміщений у бік мікробізнесу, з меншою кількістю середніх підприємств та меншою кількістю експортерів МСП.

Аналізуючи статистику та інформацію з відкритих джерел, можна виділити такі проблеми у секторі малого та середнього бізнесу України:

- Більшість обороту сектора МСП займає торгівля, і МСП, зазвичай, розміщуються у великих містах.
- Низька частка малих та середніх підприємств (крім мікропідприємств).
- Немає попиту, який часто вказується як перешкода в опитуваннях та інтерв'ю, і МСП, як правило, обмежують свою географічну присутність місцевими ринками.
- Валютне регулювання є бар'єром для зовнішньої торгівлі, як зазначається в інтерв'ю та опитуваннях.
- Академічне підприємництво та передача технологій не використовуються повною мірою у традиційних формах університетських технологій чи наукових парків.
- Захист прав інтелектуальної власності ще належить покращити, особливо у сфері політики авторського права та реєстрації власності.

Кінцевою метою української політики в галузі малого та середнього бізнесу має бути розвиток національних та міжнародних лідерів за допомогою конкуренції та інновацій. Як показує досвід Німеччини, такі лідери можуть виникнути органічно, якщо держава усуне широкий спектр бар'єрів, що перешкоджають зростанню вітчизняного бізнесу від мікро до малого та середнього на кожному етапі розвитку бізнесу.

Створення екосистеми для розвитку бізнесу слід роздивлятися як комплексну і всебічну політику. У довгостроковій перспективі ці підприємства можуть стати національними та міжнародними лідерами у своїх нішах, сприяючи більш стійкій та заснованій на знаннях економіці.

При цьому Україна повинна використовувати м'які стимули для досягнення того ж ефекту, що й ініціативи, засновані німецьким законодавством, наприклад, про обов'язкове членство в торгово-промислових палатах або обов'язковому

створенні виробничих рад на підприємствах. Адже якби держчиновники краще узгоджували свою політику із представниками бізнес-асоціацій, більше МСП захотіло б вступити до таких асоціацій.

Нижче наведені рекомендації щодо втручання у політику на кожному етапі розвитку бізнесу.

Для виходу на національний рівень та розширення ринку:

- Розширення співробітництва та мережевих можливостей для МСП (бізнес-асоціацій, робочих рад, технологічних парків тощо) для вивчення нових ділових можливостей, надаючи їм не лише консультації, а й право спільного визначення у процесі розробки політики.
- Розширення використання цифрової інфраструктури та забезпечення кращої цифрової інфраструктури за межами великих міст.
- Компенсація нестачі кадрів та невідповідності навичок, наприклад, запровадження спільного професійного навчання з технічними університетами за підтримки бізнес-асоціацій.
- Обмін інформацією щодо кращих практик механізмів підтримки бізнесу на місцевому та регіональному рівнях з метою більш ефективного використання повноважень та фінансових ресурсів, наданих органам місцевого самоврядування у межах децентралізації.

Для виходу на зовнішній ринок:

- Заохочення компанії розвивати власний бренд, а не ставати аутсорсинговою одиницею при вході на зовнішні ринки.
- Заохочення розширення за кордоном шляхом створення дочірніх компаній за збереження штаб-квартири та виробництва в Україні.
- Подальші заходи щодо лібералізації іноземної валюти для полегшення експортних операцій.
- Забезпечення постійного припливу робочої сили та менеджерів з міграційним минулим та іноземними мовними навичками шляхом заохочення короткострокової освітньої та трудової мобільності.

Розвиток конкурентоспроможного сектора МСП на основі рольової моделі МСП міг би допомогти Україні вирішити економічні та соціальні проблеми, такі як монополізація, безробіття та відсталість деяких регіонів. Це прокладе шлях до більш інклюзивного та сталого економічного зростання країни.

3.3 Основні напрями розвитку співробітництва українських та німецьких малих та середніх підприємств

З моменту набуття незалежності (1991 р.) Україна не змогла повністю реалізувати свій економічний потенціал. Економічний застій та відсутність структурних реформ призвели до державних революцій. Після зміни уряду Україна разом із міжнародною спільнотою проводила реформи, спрямовані на зближення з ЄС. Проте економічна ситуація залишається складною. Економічному відновленню заважають потужні олігархічні економічні структури, корупція, зовнішній борг та війна з Росією. Започаткований у 2019 році курс реформ уже приніс певні успіхи, але зупинився.

За дорученням Федерального уряду Німеччини Банк розвитку KfW [54] підтримує проекти у таких галузях: енергоефективність, належне управління, допомога вимушеним переселенцям, розвиток малих та середніх підприємств, професійне навчання, охорона природи:

- Установки з виробництва та транспортування електроенергії та тепла значно застаріли. Порівняно з Європою використання енергії в громадських та приватних будівлях, а також на підприємствах вкрай неефективне, незважаючи на усвідомлення необхідності змін. Це призводить до значних екологічних проблем, а також високих витрат на задоволення потреби в енергії. Від імені федерального уряду Німеччини KfW підтримує більш ефективне використання енергії у трьох областях: 1. модернізація підстанцій для ефективноної передачі електроенергії та інтеграції до європейських мереж; 2. енергоефективна реконструкція громадських будівель та систем громадського транспорту у містах Харкові, Житомирі та

Запоріжжі; та 3. заохочення інвестицій для підвищення енергоефективності малих та середніх підприємств.

- Модернізація професійної освіти та навчання є важливим фактором забезпечення сталого економічного розвитку України та конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Окрім реформування системи професійного навчання, центральну роль відіграє оновлення інфраструктури. KfW просуває професійну освіту та навчання в Україні, інвестуючи у будівлі та обладнання, а також створюючи систему навчання, адаптовану до потреб ринку.

- Після децентралізації муніципалітети відіграють більш вирішальну роль в Україні. Для їхнього зміцнення Банк розвитку KfW з 2000 року співфінансує Український фонд соціальних інвестицій (USIF). USIF реалізує інфраструктурні проекти разом із безпосередніми бенефіціарами та муніципальними адміністраціями. Серед іншого, ремонтуються та розширюються дитячі садки та школи. У зв'язку з пандемією COVID-19 USIF також надає підтримку невідкладним заходам у секторі охорони здоров'я, який зазнає великого навантаження. З метою сталого підвищення якості обслуговування громадян KfW також інвестує від імені федерального уряду у відновлення муніципальної інфраструктури. Крім того, муніципалітетам з високою часткою внутрішньо переміщених осіб надається підтримка у збільшенні доступної житлової площі та розширенні соціальних послуг. У Харківській області KfW сприяє інвестиціям за рахунок коштів Федерального уряду Німеччини та ЄС у рамках регіонального підходу, спрямованого на забезпечення питною водою міста Харкова, а також відновлення каналізаційних систем невеликих міст Богодухів і Чугуїв.

- У європейському контексті біорізноманіття України винятково велике. Він включає букові ліси, які є частиною Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, великі водно-болотні угіддя і верхові болота, степи та екологічно цінні прибережні та морські райони. Уряд України прагне виконувати свої міжнародні зобов'язання щодо збереження біорізноманіття, проте бюджети обмежені. Банк розвитку KfW від імені Федерального уряду Німеччини підтримує уряд України в покращенні управління

пріоритетними територіями, що охороняються, приділяючи особливу увагу Карпатському регіону.

З 2014 року уряд Німеччини надає кредитну гарантію у розмірі 500 мільйонів євро, яка використовується зокрема для українського фонду захисту депозитів та модернізації системи енергопостачання.

За дорученням Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку (BMZ) сервісне агентство "Общини в єдиному світі" підтримує німецько-українські громадські зв'язки, які сприяють зміцненню інститутів на муніципальному рівні.

Ініціативи об'єднані у "План дій України", який координується Федеральним міністерством закордонних справ у Берліні [55]. План дій включає не лише короткострокові заходи щодо швидкого усунення надзвичайних ситуацій, а й середньострокові та довгострокові проекти та програми, спрямовані на вирішення структурних проблем.

Багато проектів, що здійснюються політичними фондами, асоціаціями та неурядовими організаціями, доповнюють державні заходи, часто за фінансової підтримки уряду Німеччини.

Одним із особливо успішних прикладів є MEET UP! German-Ukrainian Youth Encounters - програма фінансування Фонду EVZ у партнерстві з Федеральним міністерством закордонних справ та Фондом Роберта Боша.

Забезпечення можливості академічної освіти та обміну між студентами та дослідниками є завданням Німецької служби академічних обмінів (DAAD), яка керує інформаційним центром у Києві. Попри значні обмеження, спричинені пандемією, понад 100 німців навчаються в Україні, а майже тисяча студентів з України продовжують навчання у німецьких університетах [56].

В рамках програми PASCH Ukraine Гете-Інститут у Києві курирує 17 шкіл в Україні. Ініціатива PASCH розшифровується як "Школи: Партнери для майбутнього". Вона об'єднує понад 2 000 шкіл у всьому світі, в яких особливе значення надається викладанню німецької мови. Програма також включає відвідування німецьких шкіл-партнерів та обмін досвідом із ними.

Команда засновників Німецько-українського фонду (з 2020 року – Фонд розвитку підприємництва) спільно з консультантами Франкфуртської школи фінансів та менеджменту розробила нову програму підтримки інвестицій малих та середніх підприємств у національній валюті для захисту від валютних ризиків [57].

Проект "Підтримка малих та середніх підприємств" поділено на дві частини: інвестиційну та консультаційну. Інвестиційний компонент представлений кредитом у розмірі 10 мільйонів євро від уряду Німеччини, наданого Україні через Німецький банк розвитку, KfW в рамках ініціативи EU4Business. Таким чином фонд запропонував МСП довгостроковий кредитний ресурс у гривні під 14-15% річних. Потім до програми приєдналася місцева влада з програмами компенсації відсотків до 50%, що вдвічі знизило річний відсоток для підприємців. За вісім років німецько-української співпраці вони розробили систему кредитування малих та середніх українських підприємств у національній валюті та профінансували МСП на суму близько 1 млрд. грн.

Консалтинговий компонент включав грант у розмірі 2 млн. євро на інституційний розвиток Німецько-українського Фонду, консультаційну підтримку банків-партнерів, маркетингові заходи та фінансові ярмарки. Цей компонент був реалізований за участю Франкфуртської школи фінансів та менеджменту.

Німецький фонд Sparkassenstiftung в Україні підтримує фінансові установи, які надають відповідальні та орієнтовані на потреби фінансів послуги, стійко сприяючи економічному та соціальному розвитку на місцевому, регіональному або національному рівні [57]. German Sparkassenstiftung допомагає своїм партнерським установам стати більш професійними у наданні своїм клієнтам постійного доступу до фінансових послуг. Основними цільовими групами є мікро-, малі та середні підприємства (MSME), а також бідні та соціально маргіналізовані групи населення.

З 2015 до 2021 року Німецький фонд Sparkassenstiftung в Україні реалізовував проект "Відповідальне фінансування", який фінансувався Федеральним міністерством економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ). У рамках проекту Німецький фонд Sparkassenstiftung у співпраці з партнерами з фінансового сектору та бізнес-асоціацій допоміг підвищити рівень бізнес-

грамотності мікро-, малих та середніх підприємств шляхом реалізації навчальних програм та інформаційних кампаній.

1 березня 2021 року німецький фонд Sparkassenstiftung в Україні розпочав реалізацію нової програми, що фінансується BMZ, метою якої є покращення доступу до фінансування, а також навичок ведення бізнесу та управління ризиками для МСП у сільській місцевості. Перший етап програми триватиме до кінця 2022 року.

Створення німецько-українського АНК (Німецько-Української промислово-торговельної палати), безперечно, стало важливим сигналом для німецько-українських економічних відносин. Німецькі інвестори позитивно сприймають зміни у рамкових умовах в Україні та виявляють все більший інтерес до нашої країни. Зокрема, німецькі постачальники автомобілів в останні роки відкрили низку нових виробничих потужностей в Україні. Такі компанії, як Leoni, Bader, Kromberg & Schubert та інші, відкрили нові заводи в інших містах України на додаток до існуючих. Німецькі інвестори також шукають цікаві об'єкти в інших секторах, таких як сільське господарство або відновлювані джерела енергії [58].

Німецький експорт в Україну вирає від економічної стабілізації та модернізації українських компаній. В останні роки знову різко зріс обсяг найважливішого німецького експорту - капітальних товарів, таких як машини, транспортні засоби та сільськогосподарська техніка. Іншими важливими експортними товарами є електротехнічна, хімічна та фармацевтична продукція, а також пластмаси, причому у деяких випадках також спостерігається значне зростання.

Німецький імпорт зріс за останні три роки, востаннє на 25 відсотків у 2018 році. Насамперед це пов'язано з німецькими інвестиціями в українську галузь автомобільних поставок та імпортом ріпаку. А також дедалі успішнішим українським виробникам побутової техніки. Іншими важливими імпортними товарами з України є руди, сталь та вироби з неї, одяг, вироби з дерева, меблі та машини.

Німецько-українська торгівля також виграє від покращення рамкових умов у рамках угоди про вільну торгівлю ЄС. Наведемо невеликий приклад: останніми роками Україна увійшла до першої трійки країн походження німецького імпорту меду. Імпорт інших продуктів сільськогосподарської та харчової промисловості також зростає, у деяких випадках у високих двозначних цифрах.

Німецька продукція та технології, а також німецькі компанії, як ділові партнери, мають відмінну репутацію в Україні. Вище було згадано низку галузей, які важливі для німецько-українського економічного співробітництва. Для модернізації економіки, підвищення глибини переробки та міжнародної конкурентоспроможності Україна найближчими роками продовжуватиме залежати від сучасного обладнання та технологій. Я бачу тут великі можливості для німецьких експортерів у майбутньому. Що ширша і розвиватиметься українська економіка, то гнучкіші німецькі постачальники середнього бізнесу будуть тут затребувані, а не лише виробники великих промислових підприємств.

Німецькі імпортери не повинні уникати зусиль щодо використання нових можливостей, що надаються угодою про вільну торгівлю з ЄС. Молоді українські компанії, що динамічно розвиваються, а також традиційні підприємства в даний час активно орієнтуються на ринок ЄС і активно шукають європейських ділових партнерів.

Тому розвиток відносин із постачальниками у напрямку Німеччини та ЄС часто пов'язаний із передачею ноу-хау з боку імпортерів. Особливо на початку співпраці, як правило, це не стандартні запити від німецького відділу закупівель, а пов'язане з певними зусиллями розвитку. Саме в цьому я бачу силу та потенціал німецьких малих та середніх підприємств у встановленні довгострокових успішних ділових відносин із майбутніми постачальниками. Оскільки місцевий ринок ще не оговтався від кризи, на мою думку, інвестиції цікаві насамперед там, де йдеться про продукцію для ринку ЄС чи третіх країн. Особливо якщо українські ресурси, такі як сільськогосподарська продукція, метал, деревина чи мінеральна сировина можуть поєднуватися з вигідними виробничими витратами. Цікаво відзначити, що німецькі інвестори в Україні активні як у секторах, для яких більш характерна проста ручна

праця, так і в аутсорсингу бізнес-процесів та секторі інформаційних технологій. Я припускаю, що Україна і в майбутньому буде цікавою для широкого кола німецьких малих і середніх підприємств завдяки своїй широкій економічній базі. Ось лише деякі з них: одяг, взуття, деревообробка та меблі, переробка сільськогосподарської продукції, продукти харчування, металообробка, машинобудування, постачальники автомобілів тощо.

Україна планомірно наближається до норм ЄС. Проте багато правові норми та практика ведення бізнесу все ще значно відрізняються від того, що ми бачили у Німеччині чи країнах ЄС. Громадянам ЄС більше не потрібна віза для поїздки в Україну, але їм потрібний паспорт. Договори мають укладатися в письмовій формі, українська валюта не є вільно конвертованою, а все правове середовище перебуває у процесі реформування. Для німецьких компаній це часто вимагає звикання, особливо для співробітників відділів продажу та доставки. Але увага до деталей може заощадити тут нерви та додаткові витрати.

Чим інтенсивніше планується форма співпраці з українськими партнерами, тим ретельніше німецькі партнери мають розібратися з українськими умовами та відповідними деталями.

Досвід показує, що особливо успішними є ті компанії, які трохи наблизилися до України і розглядають встановлення ділового співробітництва як процес взаємного навчання. Особливо у випадку МСП, між особами, що приймають рішення з обох сторін, часто виникають довірчі відносини, які виходять за межі суто ділових питань.

ВИСНОВКИ

МСП є основою економіки будь-якої країни. Економіка з великим відсотком сильних малих і середніх підприємств (МСП) має ряд переваг, таких як інклюзивне та стійке зростання та економічне зростання, засноване на знаннях та інноваціях. МСП також більш гнучкі та інтегровані в суспільство.

У Німеччині розвиток сильного сектору МСП, призвів до появи «прихованих чемпіонів», які сприяють економічному успіху країни.

Щодо України, то існує низка загальних факторів, які необхідно враховувати при формуванні стратегічної політики щодо МСП, зокрема низький рівень довіри, відносно слабе верховенство права, політична та економічна нестабільність тощо. Ці довгострокові умови мають значні наслідки як для державного управління, так і для управління бізнесом.

Хоча структура МСП та індивідуальних підприємців в Україні подібна до Німеччини, українському сектору МСП бракує можливостей та продуктивності, які могли б привести до успіху на національному чи міжнародному рівні. Зокрема, Україна значно відстає за кількістю малих і середніх компаній, які успішно працюють на міжнародному ринку.

Тому після порівняльного аналізу сектору малого та середнього бізнесу в Німеччині та Україні для кожного розміру та рівня ринку можна запропонувати рекомендації, які допоможуть збільшити частку підприємств, які здатні та бажають вирости на більш високий рівень, аж до початку експортної діяльності:

Для потенційних та нових підприємців:

1. Сформулювати довгострокову політику Міністерства освіти і науки та Міністерства економічного розвитку і торгівлі щодо відновлення існуючих інноваційно-наукових парків та створення нових в університетах.
2. Надати реформованому університетському кластеру необхідний ступінь автономії та свободи для взаємодії з потенційними зацікавленими сторонами.

3. Забезпечити фінансування для здійснення належного кластерного управління та участі в його роботі науковців.
4. Забезпечити фінансування консультативної підтримки кластерів.
5. Кластери підтримують принципи, засновані на співфінансуванні, стабільності, об'єктивній продуктивності та реалістичних цілях.
6. Залучати бізнес до навчального процесу, підтримувати ідеї інновацій та конкурентоспроможного підприємництва, особливо в технічній сфері.
7. Впроваджувати програми заохочення українських трудових мігрантів та інших уразливих груп до створення власного бізнесу.

Щоб створити юридичну особу:

1. Гармонізувати податкову систему та спростити перехід від мікробізнесу до малого, включаючи зміни в організаційно-правовій формі.
2. Місцеві органи влади та українські банки повинні співпрацювати з міжнародними фінансовими установами у виділенні малих грантів та мікrokредитів, щоб мінімізувати ризики неправильного розподілу коштів.
3. Поєднувати позики з програмами консультування або наставництва, щоб зменшити ризик дефолту.
4. Центри підтримки інновацій малого та середнього бізнесу можуть бути створені в регіоні України через Офіс міністра розвитку малого та середнього бізнесу у співпраці зі Всесвітньою організацією інтелектуальної власності та місцевими зацікавленими сторонами та з використанням передового досвіду німецької установи Mittelstand 4.0. Зосередити увагу слід на економічно слаборозвинених територіях або типах поселень.

Вийти на національний рівень та розширити ринок:

1. Розширити можливості співпраці та мережі для МСП (бізнес-асоціації, ради праці, наукові парки тощо) для вивчення нових можливостей для бізнесу, не тільки надавати їм консультативні послуги, але й мати спільні повноваження щодо прийняття рішень щодо процесу вироблення політики.
2. Розширити використання цифрової інфраструктури та оновити її за межами великих міст.

3. Компенсація за нестачу персоналу та невідповідність кваліфікації, наприклад, спільні програми професійної підготовки з технічними університетами під егідою бізнес-асоціацій.

4. Обмінюватися інформацією про передовий досвід механізмів підтримки бізнесу на місцевому та регіональному рівнях для кращого використання владних та фінансових ресурсів, наявних у місцевих органах влади в рамках децентралізації.

Вихід на зовнішні ринки:

1. Під час виходу на зовнішні ринки підприємства заохочуються розвивати власні бренди, а не передавати послуги аутсорсингу.

2. Розширення за кордоном стимулюється створенням дочірніх компаній із збереженням штаб-квартири, досліджень і розробок та виробництва в Україні.

3. Подальші заходи для сприяння валютній лібералізації в експортних операціях.

4. Розвивання стійких можливостей працевлаштування для робочої сили та керівників, які мігрували або розмовляють іноземними мовами через короткострокове навчання та трудову мобільність.

Розвиток конкурентоспроможного сектору МСП може допомогти Україні вирішити такі економічні та соціальні проблеми, як монополія, безробіття та нерозвиненість окремих регіонів. Це прокладе шлях для більш інклюзивного та сталого економічного зростання в країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фінагіна О. В. Ринкова трансформація в регіоні: особливості розвитку та діагностування : монографія / НАН України. Ін-т екон.-прав. дослідж. Донецьк : ЮгоВосток, Лтд, 2005. 228 с.
2. <https://www.usaid.gov/uk/> - офіційний сайт USAID в Україні.
3. Шабардіна Ю.В, Хоменко І.В. Державна політика у сфері розвитку малого підприємництва \ Ю.В. Шабардіна, І.В. Хоменко \ Економіка та держава. 2019.- № 12. - с. 75-81.
4. Мочерний С.В., Устенко О.А., Фомішин С.В. Політична економія: Навчальний посібник. – Херсон: Дніпро, 2002. – 794 с.
5. <https://www.dez.gov.ua/> - офіційний сайт Державної служби зайнятості.
6. Шпак В.. Розвиток малого підприємництва в Україні (на прикладі Української видавничополіграфічної компанії «Експрес - Об'ява»): наук. вид. / В.І. Шпак. К. МАУП, 2006. - 122 с.
7. Романенко Л.Ф. Маркетинг. Словник економічних термінів / Л.Ф. Романенко. – К. : Університет Україна, 2007. – 231 с.
8. Колісник Г. М. Сучасні підходи до поняття витрат суб'єктів підприємництва / Г. М. Колісник // Економічний простір. - 2013. - № 79. - С. 231-247. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_79_24.
9. Філіппов В. Ю. Еволюція понятійно-категорійного апарату підприємництва / В. Ю. Філіппов // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2019. – № 1 (41). – С. 72-80. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No1/72.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3416425.
10. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб / За заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. – К: ФОП Гуляєва В.М, 2019. – 320 с.
11. Assael, H., Reed, P. and Patton, M. (1995) Marketing: Principles and Strategy Harcourt-Brace, Sydney.

12. Мадрига Г. М. Поняття, місце і роль малих підприємств в економіці: економічні та соціальні аспекти / Г. М. Мадрига // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2013. - № 767. - С. 154-163. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_767_24.
13. Лимар О. Ф. Кількісна та якісна характеристика суб'єктів малого підприємництва в країнах Європейського Союзу / О. Ф. Лимар // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. - 2011. - № 2(2). - С. 149-155. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2011_2\(2\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2011_2(2)_19).
14. Velu H.A. The Development Process of The Personally Managed Enterprise / H.A. Velu // European Foundation for Management Development's, 10th Seminar on Small Business. – 1980. – СР. 1-21.
15. Дерун А.М. Оцінка вкладу підприємств різних розмірів у розвиток національної економіки / А.М. Дерун // Підприємницька діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання: зб. матеріалів VII Міжнар. науково-практ. конф. ; 27 червня 2013 р. – Київ : МІБО КНЕУ; Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2013. – С. 58-61 (0,15 д.а.).
16. Стаття видання Галицький Кореспондент “Як у Європі впроваджують регулювання для бізнесу” - URL: <http://www.drs.gov.ua/press-room/stattya-vydannya-galytskyj-korespondent-yak-u-yevropi-vprovadzhuyut-regulyuvannya-dlya-biznesu/>
17. Вороніна Л. І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: навч. посібник. Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. 307с.
18. Г. М. Рижаківа. Ефективна економіка № 1, 2011
19. Дойников І.В. Державне підприємництво: Підручник. - М.: «Видавництво ПРИОР», 2000. - 240 с.
20. Комих Н. Г. Соціокультурний контекст становлення та розвитку підприємництва в Україні : автореф. дис. канд. соціол. наук : 22.00.04 /

- Н. Г. Комих ; Харківський національний ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2006. – 19 с.
21. Варналій З.С. Державна регуляторна політика у сфері малого підприємництва // З.С. Варналій, І.С. Кузнєцова. – К.: 2009. – 76-81 с
 22. Яковлев В.М. Конструктивне підприємництво. - М.: МУЛУ «Трил», 1994.- 232 с.
 23. Друкер П. Ринок: як увійти в лідери. Практика й принципи / Пер. з англ.- М., 2002.
 24. Аширов Д.А. Организационное поведение / Д.А. Аширов– М.: Проспект, 2006. – 360 с.
 25. Frank H. Knight. The Meaning of Risk and Uncertainty. In: F.Knight. Risk, Uncertainty, and Profit. Boston: Houghton Mifflin Co, 1994, p.16-29.
 26. Adam Smith. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, 1993, p.- 98-101.
 27. Jean Baptiste Say. A treatise on political economy; or The production, distribution, and consumption of wealth. 1986, p.-138-140.
 28. Max Weber. Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, 1990, p.- 31-35.
 29. Sombart Werner. Der Bourgeois. Zur Geistesgeschichte des modernen Wirtschaftsmenschen, 1994, p.50-51.
 30. Joseph Alois Schumpeter.Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. 1982, p.16-18
 31. Конєва Т.А. Роль малого бізнесу в економіці України//Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL:
www.nbuv.gov.ua/
 32. Бакуменко В.Д. Методологія державного управління: проблеми становлення та подальшого розвитку / В. Бакуменко, В. Князєв, Ю. Сурмін // Вісн. укр. акад. держ. упр. – 2003. – № 2. – С. 18-23.
 - 33.SBA Fact Sheet GERMANY- 2019. URL:
<https://www.euopen4business.eu/2019/sba-fact-sheets-for-germany/>

34. Батова А. Значення малого та середнього бізнесу в економіці Німеччини./ Євразійський Союз Вчених (ЄСВ) # 1(70), 2020
35. Statistisches Bundesamt (Destatis), 2022 г. – Федеральне управління статистики Німеччини. URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=48121-0001&language=en#abreadcrumb>
36. Павлова А.С., Особливості розвитку малого бізнесу в Німеччині. – 2017.
37. Herr, Hansjörg; Nettekoven, Zeynep Mualla (2018) : The role of small and medium-sized enterprises in development: What can be learned from the German experience?, Global Labour University Working Paper, No. 53, International Labour Organization (ILO), Geneva.
38. Brady A., Honey G. Corporate Reputation. Perspectives of Measuring and Managing a Principal Risk / A. Brady, G. Honey // The Chartered Institute of Management Accountants, London, 2007. – P. 19-23.
39. Deutscher Industrie- und Handelskammertag. URL: <https://www.dihk.de/en/>
40. IfM Bonn. Mittelstand policies in practice – Business framework policy or funding policy? URL: https://en.ifm-bonn.org/uploads/tx_ifmstudies/Executive_Summary-IfM-Materialie-251_2017.pdf
41. Н. Vyshlinskyy, D. Yablonovsky, O. Kuziakiv/ Policy paper: Centre for economic strategy/ How can Ukrainian SME grow into national and global champions? – 2019 – 44с.
42. Deutscher Startup Monitor 2020. Innovation statt Krise. URL: <https://deutscherstartupmonitor.de/>
43. KfW Research //KfW SME Atlas//2020. URL: www.kfw.de
44. Дрига С. Г. Сучасні тенденції розвитку малого бізнесу в країнах Європейського Союзу. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=83>
45. OECD (2020), Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/061fe03d-en>.

46. А. Павлушко. Експортні програми розвитку МСП – 2018 - Режим доступу:
https://texty.org.ua/articles/88990/Nimechchyna_maje_sotni_program_finansovoj_i_pidtrymky_biznesu-88990/
47. Як у Німеччині рятують малий та середній бізнес від коронавірусу – 2019 -
www.dw.com/
48. Державна допомога Німеччини малому та середньому бізнесу в умовах коронакризи. – 2020 - <https://gkhsp.kz/wordpress-my/wp-content/uploads/2020/04/Gosudarstvennaya-pomoshh-v-Germanii-malomu-i-srednemu-biznesu-v-usloviyah-korona-krizisa.pdf>
49. Bundesministerium der Finanzen – Режим доступу:
<https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Sc hlaglichter/Corona-Schutzschild/2020-03-13-Milliarden-Schutzschild-fuer-Deutschland.html>
50. ISSN 1605 – 7988. Економіка і прогнозування. 2014. № 3. О.Саліхова – Державна політика у сфері нанонауки та нанотехнологій в Україні з урахуванням орієнтирів ЄС. – 16 с.
51. The European Nanotechnology Innovation Landscape [Електронний ресурс]. URL: www.nanoconnect.org/.
52. Стратегія економічного розвитку України. № 49 \ Кохан М., Мазур А. Стратегія розвитку стартап-підприємництва в Україні з урахуванням досвіду Німеччини. – 2021 – 53 с.
53. Doing Business 2020. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2020>
54. KfW Development Bank. URL: <https://www.kfw-entwicklungsbank.de/International-financing/KfW-Development-Bank/Local-presence/Europe/Ukraine/>
55. Germany and Ukraine: Bilateral relations. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/aussenpolitik/laenderinformationen/ukraine-node/ukraine/228182>
56. MEET UP! Ukrainian-German youth encounters. URL: <https://houseofeurope.org.ua/en/opportunity/256>

57. German Sparkassenstiftung Project. URL: <https://www.sparkassenstiftung-caucasus.org/project-countries/ukraine>

58. Ukraine: Wirtschaftspartner vor der Haustür der EU. URL:
<https://europaservice.dsgv.de/europa-aktuell/ukraine-wirtschaftspartner-vor-der-haustuer-der-europaeischen-Union.html>

Огляд зарубіжної літератури

1. Assael, H., Reed, P. and Patton, M. Marketing: Principles and Strategy.

Marketing is a process within a company to create value and build mutual relationships with customers. Marketing is also a strategy to achieve the mission organization and company; therefore, they must be more efficient and better than their competitors in producing, delivering, and delivering customer value to their target market. This book describes the basic concepts of marketing, how it works, and the laws of marketing in the environment.

2. Velu H.A. The Development Process of The Personally Managed Enterprise.

The European Foundation for Management Development is an international nonprofit association based in Brussels, Belgium. The largest management development network association in Europe, it has more than 890 member organizations from academia, business, public service and consultancy in 88 countries. EFMD provides a forum for networking in management development. EFMD manages the EFMD Quality Improvement System (EQUIS), which is one of the leading international systems of quality assessment, improvement and accreditation of higher education institutions in management and business administration. It is comparable to its American counterpart, the Association for the Advancement of Graduate Schools of Business, and provides a forum for information, research, networking and debate on innovations and best practices in management development.

3. Frank H. Knight. The Meaning of Risk and Uncertainty.

Knight invented the concept of what became known as Knight's Uncertainty and distinguished between the concepts of risk and uncertainty. In Knight's definition, risk is measurable uncertainty. The scholar also notes that there are two kinds of income: contractual income, or rent; and, residual income or profit. In the presence of uncertainty, it is impossible to ascertain what part of the income

belongs to one or the other type. Knight considers improvement of production processes, methods of organization, etc. to be one of the main sources of uncertainty, noting that the degree of predictability increases if new knowledge arises as a result of deliberate reflection, research and experimentation.

4. Adam Smith. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*.

Adam Smith was a Scottish economist, the founder of political economy. With his fundamental work "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations" Adam Smith laid the foundations of modern economic theory. Smith criticized the mercantilistic system and opposed patronizing duties and other measures limiting free trade. The author also points out that the division of labor is a prerequisite for high productivity, the exchange of goods requires the desire of society to trade and the market. An interesting thought was that the larger the market, the more active the exchange. The market price arises as a result of agreement between suppliers and buyers. The actual value of a commodity is equal to the value of the labor expended to produce it. This "natural price" is not subject to fluctuation, whereas the nominal price can change.

5. Jean Baptiste Say. *A treatise on political economy; or The production, distribution, and consumption of wealth*.

In 1803 Say published *A Treatise of Political Economy, or A Simple Summary of the Way Wealth is Formed, Distributed, and Consumed*, in which he set forth the hypothesis that overproduction of goods and economic crises are impossible. Production produces income with which goods of corresponding value are bought. Aggregate demand in an economy is always equal to aggregate supply (Say's Law).

6. Max Weber. *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*.

This work was first published in 1905. In this work Max Weber associates the emergence of the capitalist system with the Reformation and with the emergence

of Protestant currents in Christianity, with their special attitude to labor and entrepreneurial activity. According to the author, the Protestant religious and ethical complex ensures the formation of industriousness, thrift, honesty, prudence, i.e. those qualities which largely contributed to the development of capitalism.

7. Sombart Werner. Der Bourgeois. Zur Geistesgeschichte des modernen Wirtschaftsmenschen.

The book "Bourgeois", devoted to the historical and structural analysis of the "entrepreneurial spirit", as well as a short work "Artistic Industry and Culture", which is a historical and sociological study of the problems of culture, are offered for readers' attention.

The book is intended for sociologists, philosophers, historians, economists, social scientists, as well as for a wide range of readers interested in the problems of development of society and culture.

8. Joseph Alois Schumpeter. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung.

According to J. Schumpeter, it is the entrepreneur who is the driving force behind economic development. Thanks to his organizational skills, intuition, and ability to take risks, the economy is stimulated to improve.

In his book, the Austrian scholar touches on many problems indirectly related to his concept of entrepreneurship. For example, he believes that goods are in a variety of relationships with each other, in some cases supplementing, in other cases - replacing each other. At the same time, their values are also interrelated. They are not independent values, but form a system of values.

9. Herr, Hansjörg; Nettekoven, Zeynep Mualla : The role of small and medium-sized enterprises in development: What can be learned from the German experience?

Small and medium-sized enterprises (SMEs) play an important role for development. Of importance are Schumpeterian SMEs, which include start-ups that trigger innovation, boost productivity and bring about structural change. Normal SMEs, which only adjust to market pressure, are also important for development and employment. Germany is a role model for SMEs. This is due to several important factors: Germany's local banking system, which is not profit oriented (made up of Sparkassen, or savings banks); the dual vocational system, with its combination of practical and theoretical education; the high social capital of strong employers' associations and trade unions; government support of SME clusters and a big, government-owned development bank (the KfW). SMEs in developing countries typically suffer from limited access to long-term and affordable finance, insufficient institutions for developing a skilled class of entrepreneurs and workers, a low income, and poor policies to support economic and social upgrading of SMEs. Economic upgrading in developing countries is necessary, but it will not be successful without social upgrading. Germany – with its high social capital within the framework of a social market economy, its financial and education system, and its government support for SMEs – can stimulate debates about SMEs in developing countries.

10. Brady A., Honey G. Corporate Reputation. Perspectives of Measuring and Managing a Principal Risk

This report, based on interviews with key individuals from a number of industries, provides insight into how reputational risk should be managed and reported. It does so from a variety of perspectives, including governance, legal and personnel issues.

Most of us would agree that reputation matters - it can explain why customers choose your product or service over someone else's and can make the difference between success and failure. Reputation is a major risk for all organizations and should be considered alongside other major risks, such as operational, strategic and financial risks. This means that organizations need to mitigate reputation loss,

but they must also look for opportunities to improve their reputations. Against this background, CIMA commissioned this report to explore different perspectives on corporate reputation.

Анотація дипломної бакалаврської роботи

The "State Models of SME Development" analyzes the processes of entrepreneurship development in Germany. Small and medium business in this country differs depending on the region, industry, participation in government support programs. SMEs are one of the driving forces of the economy of each country, so the state and development of such enterprises affects the creation of jobs, the purchasing power of the population, the development of export and import policies.

In the introduction, the author emphasizes the importance of the study, defines its main object, purpose and objectives.

In the first chapter, the author defined the essence of the concept of "entrepreneurship", the criteria for defining small and medium-sized businesses, the role played by small and medium-sized enterprises in the economy of countries and, in particular, in Germany.

The second section analyzes the main indicators of SME development in Germany, peculiarities of the regional development of SMEs in different federal states and peculiarities of state support for small and medium businesses in this country.

The third section is devoted to the programs of small and medium business support, cooperation of German and Ukrainian entrepreneurship and proposals for solving the problems of SMEs in Ukraine taking into account the experience of Germany.

In the conclusion the author offers recommendations on the ways of development of small and medium business in Ukraine, based on the experience of Germany.