

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

Факультет міжнародної економіки та менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему **«Сучасне бізнес-середовище США»**

(назва теми)

здобувача **Дубич Катерини Сергіївни**

(ПІБ, підпис)

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент **Жеваго Аліна Володимирівна**

(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

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

Завідувач кафедри к.е.н., доцент

(підпис) **Микола Бурмака**

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародного менеджменту**

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма	«Міжнародний бізнес»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньої програми

_____ О.О Євдоченко
(підпис)

« ____ » _____ 20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Микола Бурмака
(підпис)

« ____ » _____ 20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувача вищої освіти Дубич Катерина Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

очної (денної) форми навчання
(очної (денної) / заочної)

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему: Бізнес-середовища США

Тему затверджено наказом ректора Університету від « ____ » _____ 20__ р. № _____

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Формування та розвиток бізнесу в економіці США (назва розділу)
Розділ 2	Аналіз тенденцій розвитку сучасного бізнес-середовища (назва розділу)
Розділ 3	Проблеми та шляхи оптимізації системи малого та
Об'єкт дослідження:	Дослідження сучасних трендів та тенденцій, що мають місце бізнес-середовищі США

Предмет дослідження:	Система США та її окремі елементи
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	Виявлення сучасних тенденцій розвитку бізнес середовища США

Конкретні завдання, які студент повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Визначити поняття бізнесу. Дослідити історичні передумови виникнення та розвитку бізнес-середовища США, а також його організаційно-правові форми
У розділі 2	Здійснити аналітичну та фінансову характеристику малого та середнього бізнесу США. Проаналізувати ефективність державної підтримки малого та середнього бізнесу США
У розділі 3	Визначити проблеми функціонування малого та середнього бізнесу США. Визначити напрями оптимізації малого та середнього бізнесу США, а також дати оцінку результативності пропозицій.

Завдання підготував науковий керівник


(підпис)

Жеваго А.В

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

Завдання одержав студент

(підпис)

Дубич К.С

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 74 сторінок, 7 таблиць,
14 рисунків, список використаних джерел з 40 найменувань.

Назва кваліфікаційної бакалаврської роботи: «Сучасне бізнес-середовище США»

Об'єктом дослідження є сучасні тренди та тенденції, що мають місце у бізнес-середовищі США.

Предметом дослідження є економічна система США та її окремі елементи.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – Виявлення сучасних тенденцій розвитку бізнес середовища США.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- Визначити поняття бізнесу.
- Дослідити історичні передумови виникнення та розвитку бізнес-середовища США, а також його організаційно-правові форми
- Здійснити аналітичну та фінансову характеристику малого та середнього бізнесу США.
- Проаналізувати ефективність державної підтримки малого та середнього бізнесу США
- Визначити проблеми функціонування малого та середнього бізнесу США.
- Визначити напрями оптимізації малого та середнього бізнесу США, а також дати оцінку результативності пропозицій.

Практичне значення отриманих результатів.

Аналіз особливостей сучасного етапу розвитку господарства країни допомагає виявити нові виклики та можливості, що постають перед національною економіками. Аналіз проблем та особливостей розвитку сучасного бізнес-середовища США допомагає виявити перешкоди та ризики, з якими стикаються країна під час свого внутрішнього розвитку, а також здійснення діяльності у глобальному економічному середовищі.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи: 2024

Рік захисту роботи: 2024

Ключові слова: бізнес-середовище, середній та малий бізнес, тенденції розвитку малого та середнього бізнесу, інноваційність, програми підтримки

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес»
Дубич К.С
(*прізвище, ініціали здобувача вищої освіти*)
На тему: Сучасне бізнес-середовище США
(*назва теми*)

1. Обґрунтування актуальності обраної теми, витриманість логічного ланцюга тема- об'єкт-предмет-мета-завдання-висновки, відповідність побудови роботи її назві, взаємозв'язок назв розділів та підрозділів (0-10 балів): аналіз проблем та особливостей розвитку сучасного бізнес-середовища США актуальний з точки зору виявлення перешкод та ризиків діяльності у глобальному економічному середовищі враховуючи ключову роль США у світовій економіці (10 балів)

2. Рівень аналізу та повноти розгляду теоретичних концепцій, понятійного апарату досліджуваної предметної галузі; якість аналізу бібліографічних джерел; достатність глибини теоретичних досліджень за темою; цінність теоретичних висновків (0-10 балів): автором проаналізоване формування бізнес-середовища в США на основі численних історичних передумов, за принципами власності та ринкових відносин, які поступово впроваджувалися і стали ключовими для подальшого розвитку бізнесу в країні (8 балів)

3. Якість та глибина проведених досліджень, застосування аналітичних розрахунків, якісного та кількісного аналізу, відповідність методів і засобів досліджень меті й завданням дослідження, коректність інтерпретації результатів дослідження (0-15 балів): автором аналітично підтверджено важливу роль малих та середніх підприємств у розвитку економіки США, як через їхню зайнятість, так і через внесок у інновації, економічний зріст, експорт та місцевий розвиток (12 балів)

4. Оцінка результатів досліджень; обґрунтування напрямів, наявність альтернативних підходів до вирішення досліджуваної проблема, можливість впровадження результатів дослідження, рівень обґрунтування запропонованих рішень (0-15 балів): автором доведено на прикладах, наскільки державна підтримка малого та середнього бізнесу є важливою складовою економічної політики держави для стимулювання економічного розвитку США (10 балів)

5. Чіткість, обґрунтованість, практичне значення, можливість реалізації висновків (0-10 б.): державні програми та ініціативи по підтримці малого та середнього бізнесу в США сприяють створенню нових робочих місць, збільшенню конкурентоспроможності та стимулюють інновації, що веде до економічного зростання в цілому (8 балів)

1. Оформлення роботи та дотримання графіку виконання БДР (0-10 балів): 10

балів

2. Позитивні сторони дипломної роботи: порівняння рівня розвитку малого та середнього бізнесу в США та СС, оцінка конкурентних переваг кожного регіону, визначення ключових аспектів для підтримки конкурентоспроможності (8 балів)

3. Недоліки роботи: суттєвих недоліків немає, є певний резерв у викладанні по суті. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи (0-70 балів): 66 балів

Допущення КБР до захисту перед ЕК Дипломна робота відповідає вимогам і рекомендована до захисту з високою попередньою оцінкою

Науковий керівник доцент, кандидат економічних наук

(посада, учене звання, науковий ступінь)

(підпис)

Жеваго А.В.

(прізвище, ініціали)

“ 6 ” червня 20 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЦІ США ...	6
1.1.Поняття та сутність бізнесу	6
1.2.Історичні передумови виникнення та розвитку бізнес-середовища США	11
1.3. Малий та середній бізнес в економіці США: організаційно-правові форми, значення та функції.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США.....	30
2.1. Аналітична та фінансова характеристика малого та середнього бізнесу США	30
2.2.Аналіз ефективності державної підтримки малого та середнього бізнесу	38
2.3.Порівняння сучасного бізнес-середовища США з досвідом зарубіжних країн	47
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ США	53
3.1.Проблеми функціонування малого та середнього бізнесу США.....	53
3.2.Напрямки оптимізації малого та середнього бізнесу США	59
3.3.Оцінка соціально-економічної ефективності та результативності пропозицій	65
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Дослідження сучасного бізнес-середовища США має важливе значення в контексті загального розвитку сучасного глобального економічного середовища, яке характеризується значною динамікою та непередбачуваністю. Спостереження та аналіз діяльності підприємств у США дає можливість краще розуміти та прогнозувати тенденції у світовій економіці.

США відіграють ключову роль у світовій економіці, вони мають найбільшу економіку за показниками номінального ВВП та друге місце за реальним ВВП. Крім того, США мають найсильнішу армію в світі та величезний політичний та економічний вплив, оскільки долар є світовою резервною валютою. Ця країна також має значний культурний вплив.

Одним із ключових аспектів, який слід вивчати у контексті сучасного бізнес-середовища США, є його структура, включаючи правові, регуляторні та соціокультурні аспекти. Дослідження ринків, конкурентної ситуації, інноваційного потенціалу та споживчих тенденцій у США надасть корисну інформацію для бізнес-аналітики, стратегічного планування та прийняття управлінських рішень як на місцевому, так і на глобальному рівні.

Особливу увагу слід звернути на інноваційні тенденції у бізнесі, так як США відомі своєю високою технологічною та науковою базою. Дослідження різноманітних секторів економіки, таких як технології, фінанси, охорона здоров'я та інші, може допомогти виявити перспективні напрями для інвестицій та розвитку.

Отже, вивчення сучасного бізнес-середовища США має велике значення для розуміння та аналізу глобальних економічних тенденцій, а також для розробки стратегій управління та прийняття ефективних бізнес-рішень.

Метою дослідження є виявлення сучасних тенденцій розвитку бізнес-середовища США

Для досягнення поставленої мети вирішуються такі завдання:

- проаналізувати поняття та сутність бізнесу і його роль в економіці країн;

- розглянути історичні передумови виникнення та розвитку бізнес-середовища США;
- оцінити роль малого та середнього бізнесу в економіці США: організаційно-правові форми, значення та функції;
- надати аналітичну та фінансову характеристику малого та середнього бізнесу США;
- провести аналіз ефективності державної підтримки малого та середнього бізнесу;
- здійснити порівняння сучасного бізнес-середовища США з досвідом зарубіжних країн;
- розглянути проблеми функціонування малого та середнього бізнесу США;
- оцінити напрямки оптимізації малого та середнього бізнесу США;
- визначити соціально-економічну ефективність та результативність пропозицій.

Об'єктом дослідження даної роботи є дослідження сучасних трендів та тенденцій, що мають місце у бізнес-середовищі США.

Предметом дослідження є економічна система США та окремі її елементи, що визначають специфіку розвитку та впливу на окремих індивідів та господарства.

Методи дослідження У процесі написання цієї роботи були застосовані такі методи дослідження: аналіз, порівняння, статистичний аналіз, а також вивчення літературних джерел і наукових публікацій.

Теоретичне, методологічне та практичне значення отриманих результатів. Дослідження сутності та тенденцій розвитку бізнес-середовища США потребує розуміння важливих аспектів, що впливають на зовнішньоекономічну політику країн. Аналіз особливостей сучасного етапу розвитку господарства країни допомагає виявити нові виклики та можливості, що постають перед національною економіками. Аналіз проблем та особливостей розвитку сучасного бізнес-

середовища США допомагає виявити перешкоди та ризики, з якими стикаються країна під час свого внутрішнього розвитку, а також здійснення діяльності у глобальному економічному середовищі. Особливу увагу можна приділити аналізу сучасних світових тенденцій, що пов'язані з розвитком нових промислових країн, поступового зменшення впливу та ролі західних країн та руйнування усталеного світового порядку.

Інформаційною базою дослідження є наукові журнали, нормативно-правові акти, матеріали мережі Інтернет, матеріали науково-практичних конференцій, статистичні звіти та огляди міжнародних дослідницьких організацій.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЦІ США

1.1 Поняття та сутність бізнесу

Перш ніж перейти до розкриття поняття та сутності бізнесу зазначимо, що терміни бізнес та підприємництво як у зарубіжній так і в сучасній українській науковій практиці часто виступають як синоніми. В.М. Марченко зазначає, що поняття бізнес походить від англійського слова «business», що в перекладі означає справа, заняття, підприємство, що в науковій літературі розуміється як діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку [14, с.106].

С.П. Король зауважує, що формування так званого «бізнесу» розпочалось ще в середні віки, в час якого припало утворення нового суспільного прошарку – ремісництва. Саме дрібних торговців та крамарів можна назвати першими представниками малого та середнього бізнесу, оскільки ремісництво являло собою дрібне промислове виробництво, що базувалось на ручній праці. Капіталізм продовжував розвиватися та ті представники ремісництва, що жили у місті, стали називатись новим класом власників, що отримав назву буржуазія. Саме з цього класу і виникли такі поняття як бізнес, малий та середній бізнес, середній клас, підприємництво тощо [8].

Окремі зарубіжні дослідники вважають, що між поняттями «бізнес» та «підприємництво» все ж є певні відмінності. Так, К. Веспер визначає малий бізнес як економічну діяльність у малих підприємствах, що приносить прибуток, а мале підприємництво, у свою чергу, розглядає як малий бізнес, основним суб'єктом якого виступає підприємець [26].

На думку С.Д. Лучика, бізнес є одним із основних занять в умовах ринкової економіки, джерелом економічного та соціального розвитку суспільства» [16, с.24]. В контексті теми дипломної роботи бакалавра важливо не лише проаналізувати поняття та сутність бізнесу в сучасних умовах але і згадати історичні аспекти виникнення та розвитку поняття «бізнесу». Так, в англійській мові термін «підприємництво» вперше зустрічається 1387 р. та розуміється як «торговельна,

комерційна діяльність». У 1723 р. в Парижі у «Всесвітньому словнику комерції» був згаданий термін «підприємець», який мав на увазі особу, що бере на себе зобов'язання виробництва чи будівництва об'єкту [20, с.20].

У XVII ст. ірландським економістом, банкіром Річардом Кантильоном було запроваджено поняття «бізнесмен» або «підприємець» яке він сформулював та відобразив у своїй роботі «Нарис про природу торгівлі взагалі» (1755). Саме з ім'ям цього вченого пов'язане зародження теорії підприємництва у світі. Так, згідно з визначенням Кантильона, бізнесмен або підприємець - це людина, яка наражається на ризик непостійних доходів. До цієї категорії він відносив купців та ремісників, розбійників, фермерів, жебраків та інших осіб із невизначеним заробітком. Купуючи чужі товари за певною ціною та сплачуючи фіксовані податки землевласникам, підприємець сподівається продати їх за вищою, але невідомою ціною, обумовленою природною чи ринковою «невизначеністю». «Капіталіст» у працях Річарда Кантильона це торговець або ремісник, що наймає працівників [14, с.106].

У контексті особливостей епохи, її матеріальних тенденцій та ідеологічних пошуків не залишив без уваги питання підприємництва та інший знаменитий економіст Адам Сміт (1723-1790). «Дослідження про природу та причини багатства народів» (1776) стало революційною працею з погляду оформлення. Багато економічних концепцій пояснюють світ торгівлі, комерції та промисловості [18, с.62]. Сміт визначає спонтанну організацію економічного світу, у якому підприємець посідає центральне місце. «...Він переслідує лише свою власну вигоду, причому в цьому випадку, як і в багатьох інших, невидима рука змушує його сприяти такому результату, який зовсім не входив до його намірів. Переслідуючи свої власні цілі, часто він служить інтересам суспільства більш дієвим чином, ніж коли свідомо прагне робити це». В результаті виникає парадигма «переслідування власних інтересів, що призводить до служіння інтересам суспільства» [19, с.62]:

1. Компанії прагнуть отримати прибуток.
2. Компанії виробляють товари, які потрібні людям.

3. Високі прибутки залучають нові компанії, які виробляють дешевші товари.

4. Споживачі виграють від зниження цін.

5. Купуючи товари, які вам потрібні, ви забезпечуєте інших людей робочими місцями.

Сміт відводить уряду значну роль у забезпеченні суспільних благ, захисті приватної власності та регулювання монополій [19, с.62].

Виходячи з сказаного вище, Ю.Г. Козак зазначає, що історія бізнесу збігається з історією підприємництва. Таким чином, формується думка, що поняття «бізнесмен» та «підприємець» ідентичні, і це цілком вірно з наступних причин [7, с.118]:

- отримання прибутку - мета, яку висловлюють обидва терміни;
- створення матеріальних благ - одне з основних завдань в обох процесах;
- господарська діяльність, спрямована на правильне використання обладнання, доступних технологій, організацію праці працівників тощо є в обох поняттях;
- бізнесмен та підприємець однаково відповідальні за використання капіталу, який використовують для реалізації своєї діяльності;
- і підприємець, і бізнесмен здійснюють свою діяльність, як правило, за допомогою найманих працівників.

Великий внесок у визначенні поняття та сутності бізнесу зробив відомий сучасний американський вчений Пітер Друкер. На його думку, бізнесмен - це людина, яка створює свій новий бізнес, який не можна зарахувати ні до науки, ні до мистецтва. База знань бізнесмена - засіб досягнення мети. Основою бізнесу, на думку П. Друкера, є інновації у всіх сферах діяльності насамперед в управлінні. Постійний пошук змін у бізнесі - це цілком нормально та природно. Нові ідеї та його реалізація – головне завдання бізнесмена, який у ролі «творця» [6, с.226].

Інновації, каже П.Друкер, є головним критерієм успіху підприємницької діяльності. Тому інноваційний шлях розвитку - це особливий бізнес-інструмент, спрямований на максимальне використання ресурсів з метою створення нових,

сучасніших благ. Ресурсу як такого не існує доки людина не знайде в природі щось корисне і не надасть їй економічної цінності. На думку вченого, бізнесмен - це людина, яка використовує кожен можливість з максимальною вигодою. Друкер вважає, що якщо бізнесмен компетентний у веденні свого бізнесу, то бізнес не є ризикованим видом діяльності, за винятком його реалізації у певних галузях [6, с.226].

Визначний економіст К. Маркс також розглядав поняття «бізнесу» у своїх працях. Бізнесмен у К. Маркса - капіталіст, але далеко не всякий. Капіталісти поділялися на кредиторів та функціонуючих (підприємців) [9, с.168]. Останні, у свою чергу, є організаторами процесу виробництва, які використовують власний капітал та (або) позиковий. У своїй головній праці «Капітал» К. Маркс дає підприємцю трактування капіталіста, який отримує підприємницький дохід, тобто частину прибутку, з якого віднімається позичковий відсоток [10, с.56].

Американський вчений Алан Хоскінг, автор «Business Studies» (одне з багатьох систематичних видань Холборнського коледжу (Лондон)), трактував поняття «бізнес» як «діяльність, що здійснюється приватними особами, підприємствами або організаціями з отримання природних благ, виробництва або придбання та продажу товарів або надання послуг в обмін на інші товари, послуги чи гроші на взаємну вигоду зацікавлених осіб чи організацій» [26].

1985 року американський вчений професор Р. Хізрич дав таке визначення терміну «бізнес» - «підприємництво як процес створення чогось нового, що має вартість, а підприємець - людина, яка витрачає на це весь необхідний час та сили, бере на себе весь фінансовий, психологічний та соціальний ризик, отримуючи нагороду гроші та задоволення досягнутим» [28].

Для кращого розуміння історії визначення поняття «бізнесу» проаналізуємо і розуміння «бізнесу» в інноваційній концепції підприємництва Й. Шумпетера. Згідно з нею, бізнесмен є економічним агентом, який створює нові ідеї та є руйнівником старої структури. Він виконує функцію новаторства в економіці, реалізує різні комбінації ресурсів до створення нового матеріального блага, способу виробництва та ведення господарської практики [22, с.150].

З економічної точки зору існують кілька різних варіантів визначення бізнесу, які відображають різні аспекти його діяльності та значення. Ось кілька з них:

К.О. Калачникова розглядає бізнес як виробничу діяльність, де бізнес - це система виробництва товарів або послуг з метою продажу на ринку та отримання прибутку [6, с.226]. Натомість Н.В. Доброва схиляється до думки, що бізнес є економічним суб'єктом, що включає в себе підприємства, компанії, фірми та інші установи, які здійснюють виробничу та комерційну діяльність. Бізнес також є системою, яка створює вартість шляхом виробництва товарів або послуг, які задовольняють потреби споживачів. Бізнес може бути розглянутий і як ключовий фактор економічного зростання, що сприяє створенню нових робочих місць, інвестиціям, інноваціям та розвитку технологій [4, с.60].

На підставі наведених визначень, можна зауважити, що в дипломній роботі бакалавра було проведено розмежування понять «підприємництво» та «бізнес», які у зарубіжній та сучасній українській науковій практиці часто виступають як синоніми. Поняття бізнес походить від англійського слова «business», що в перекладі означає справа, заняття, підприємство, що в науковій літературі розуміється як діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку. В контексті теми роботи було не лише визначено та проаналізовано поняття та сутність бізнесу в сучасних умовах але і розглянуто історичні аспекти виникнення та розвитку поняття «бізнес».

Так, проаналізовано погляди К. Веспера, А.Сміта, Р. Кантильйона, П.Друкера, а також сучасних зарубіжних та українських дослідників. В ході проведеного аналізу наукової літератури сформувалась думка, що визначення поняття «бізнес» змінюється під впливом розвитку ринкових відносин. У сучасному світі бізнес є ключовим елементом глобальної економіки. Він охоплює різноманітні сектори, включаючи торгівлю, виробництво, фінанси, технології та послуги. Узагальнивши наведені підходи до визначення поняття «бізнес», можна відзначити, що бізнес - це підприємницька діяльність, пов'язана з ризиком використання наявних ресурсів, спрямована на отримання прибутку.

1.2 Історичні передумови виникнення та розвитку бізнес-середовища США

Дослідження сучасного бізнес-середовища США доцільно розпочати з визначення історичних передумов та особливостей розвитку. Бізнес-середовище в США сформувалося на основі численних історичних передумов, які сприяли його виникненню та розвитку. Початковим етапом є колоніальний період, коли перші європейські поселення були засновані на території, яка зараз становить Сполучені Штати. Під впливом британської торговельної системи виникли перші форми торгівлі та комерційної діяльності. Колоністи отримали деяку свободу ведення бізнесу, що стимулювало місцеву економіку та мале підприємництво. Принципи власності та ринкові відносини поступово впроваджувалися і стали ключовими для подальшого розвитку бізнесу в регіоні [12, с.52].

Колоніальний період в історії США є ключовою передумовою для виникнення бізнесу в країні. Під час цього періоду, який тривав приблизно з 1600 до 1776 року, були закладені фундаментальні основи для економічного розвитку і формування підприємницької культури [23].

У 1606 році Вірджинська компанія отримала королівське затвердження для заснування колонії в Північній Америці. Її головна мета полягала в експлуатації торговельних можливостей та встановленні англійського впливу в цьому регіоні. Компанія отримала право на заснування поселень, збирання ресурсів та торгівлю з місцевими племенами. Перша постійна англійська колонія, Джеймстаун, була заснована в 1607 році в рамках цієї компанії. Основною метою заснування Вірджинської компанії стало отримання прибутку від нового бізнесу: американського поселення.

В історії американського бізнесу колоніального періоду важливим моментом стало вирощування Вест-Індського тютюну Джоном Ролфом у 1612 році. Він вперше впровадив технології вирощування і обробки тютюну, що були відомі в Європі, на американській землі. Це стало кроком до розвитку промислового вирощування тютюну в Північній Америці, що принесло значні

прибутки і сприяло економічному розвитку колонії. Ролф використовував свої знання і вправно впроваджував вдосконалені методи обробки тютюну, що забезпечило йому успішну кар'єру торговця і підвищило його статус у колоніальному суспільстві [27].

У 1614 році Джон Сміт організував промисел тріски на узбережжі Нової Англії. Цей промисел був важливим джерелом їжі та сировини для колоністів, а також представляв значний економічний інтерес. Тріска використовувалася для харчування, а також для виготовлення риб'яного жиру та інших продуктів. Цей промисел сприяв розвитку рибальства та торгівлі в колоніальній Америці. Саме відправка Джоном Смітом своїх людей на промисел тріски біля Нової Англії, вказала шлях до першої економічної опори регіону.

Важливою сторінкою історії американського бізнесу стало прибуття у 1619 році перших чорношкірих до Вірджинії. Прибульці були африканськими рабами, що були привезені на борту корабля «Джонтаун», який прибув до англійської колонії Джеймстаун. Це подія стала початком трансатлантичної работоргівлі, яка мала великий вплив на історію Сполучених Штатів та розвиток рабства в Америці [23].

У 1626 році голландська компанія «Голландська Західно-Індійська Компанія» придбала острів Мангеттен (сучасний Мангеттен, Нью-Йорк) від місцевих індіанських племен за вартістю ювелірних виробів на суму приблизно 60 гульденів. Після цього голландські поселенці почали заселяти острів і створили на його території перше європейське поселення, яке пізніше стало початком міста Нью-Амстердам, а згодом – Нью-Йорка.

На початку 1646 року Saugus Iron Works, перший промисловий комплекс з виробництва заліза у Північній Америці, розпочав свою роботу в Саугусі, Массачусетс. Цей завод був важливим для економічного розвитку Нової Англії та США в цілому, сприяючи виробництву металевих виробів, таких як інструменти, зброя та інші товари [27].

Основними здобутками колоніального періоду, на думку С.Д. Лучика, стали наступні [16, с.20]:

- Економічний потенціал. Колоніальні поселення, такі як Вірджинія, Массачусетс та Пенсильванія, мали значний економічний потенціал через багатство природних ресурсів та доступ до нових ринків.

- Торговельні зв'язки. Британська торговельна система сприяла розвитку торгівлі між колоніями та материковою частиною Європи. Це стимулювало зростання торговельних мереж та розвиток місцевого підприємництва.

- Свобода підприємництва. В колоніях була деяка автономія в управлінні та економічній діяльності, що сприяло розвитку малого підприємництва та торговельних підприємств.

- Економічні можливості для новачків. Колоніальний період відкривав нові можливості для іммігрантів та новоприбулих, які здійснювали різноманітні види діяльності, від сільського господарства до ремесел.

- Ринкові відносини. Розвиток ринкових відносин та торговельних шляхів сприяв виникненню підприємницьких можливостей та стимулював розвиток бізнесу.

Наступним етапом становлення бізнес-середовища США стали події Американської революції 1775-1783 рр. Цей період став переломним моментом, коли колонії боролися за свою незалежність від британського правління. Цей період сприяв появі ідей самовладання та економічної свободи, що відіграли важливу роль у формуванні нового політичного та економічного порядку. Революція посилила прагнення до вільного підприємництва та створила передумови для розвитку бізнес-середовища [23].

Американська революція (1775-1783) мала значний вплив на виникнення бізнесу в США і суттєво сформувала його розвиток. Ось деякі аспекти, які підкреслюють цей вплив:

У 1784 році Томас Джефферсон розробив докладні плани стосовно американської валютної системи, яка включала в себе введення долара як національної валюти та встановлення метричної системи мір та ваги. Його плани були спрямовані на створення стабільної та однорідної валютної системи для забезпечення економічної стабільності та розвитку Сполучених Штатів.

У 1789 році Семюел Слейтер, відомий також як «батько американських мануфактур», прибув до Сполучених Штатів з Великої Британії. Він привіз з собою великий досвід у виробництві текстилю та механічних знань. Слейтер заснував перший успішний текстильний завод у Павтакеті, Род-Айленд, що відзначив початок промислової революції в Америці та визначив майбутнє розвитку промисловості в країні [27].

Для повного розкриття передумов виникнення та розвитку бізнес-середовища США зазначимо, що у 1792 році була укладена Баттонвудська угода, яка визначила умови та розміри компенсації для племен індіанців у Штатах Верджинія, Кароліна та Джорджія, які відмовилися від своїх земель на користь уряду США. Угода також встановила правила взаємодії між індіанськими народами та американським урядом в певних регіонах [28].

Загалом на період та кінець Американської революції тодішнє бізнес-середовище США отримало, як зазначає Г.Ф. Толмачова [20, с.168]:

- Політичну свободу. Революція виборола незалежність Сполучених Штатів від Великої Британії, що надало новій нації політичну свободу. Це сприяло створенню більш стабільного та прогнозованого політичного клімату, який був важливим для розвитку підприємництва.

- Економічну незалежність. Одним із ключових моментів революції було боротьба за економічну незалежність від британського впливу. Це стимулювало розвиток внутрішнього ринку та виробництва в колоніях, а також залучення іноземних інвестицій.

- Підтримку місцевого бізнесу. Революція мобілізувала місцевих підприємців та торговців для підтримки боротьби за незалежність. Багато з них вклали свої ресурси та фінансову підтримку в армію та урядові заклади.

- Створення нових можливостей. Революція змусила американську суспільність переглянути свої соціальні та економічні структури. Це відкрило нові можливості для підприємців та стимулювало розвиток різних галузей економіки.

- Легалізацію підприємництва. Після закінчення війни було необхідно встановити новий правовий порядок. Це включало в себе закріплення прав власності, захист прав підприємців та сприяння розвитку ринкових відносин.

В цілому, американська революція створила сприятливі умови для розвитку бізнесу в США, сприяючи економічній самостійності та розвитку підприємницького духу у новій нації [24].

У XIX столітті відбувся розквіт промислової революції, що прискорило розвиток промислових секторів та збільшило обсяги виробництва. Великий прорив у технологіях сприяв винаходам, які змінили способи виробництва, реклами та маркетингу. Створення капіталу через інвестиції у нові галузі діяльності та розвиток банківської системи також були важливими факторами для становлення бізнес-середовища в цей період [22].

Залізниці стали першим великим бізнесом в Америці, коли до 1869 року завершилось будівництво трансконтинентальної залізниці. Коли компанії почали прокладати залізничні колії, вони незабаром зрозуміли, що їм потрібно оптимізувати послуги шляхом розподілу відповідальності, створення управлінських ролей і розуміння фінансових зобов'язань. Залізниці заклали основу для інших великих підприємств, які злетіли та поширилися протягом епохи.

Наприклад, зв'язування залізниці зі сходу і заходу дозволяло американцям купувати будь-який товар із каталогу чи універмагу. Залізниці також створили шлях для промислового буму, запропонувавши швидше транспортування продуктів і товарів по всій країні.

У 1901 році американський фінансист Джон П'єрпонт Морган організував United States Steel Corporation, яка стала першою корпорацією залізної і сталевих промисловості в Сполучених Штатах. Це об'єднання стало найбільшою сталевих компанією світу того часу. Заснована консолідацією більш ніж 200 окремих компаній, United States Steel Corporation контролювала виробництво значної частини сталі в країні і відігравала важливу роль у промисловому розвитку США.

Розквіт промислової революції у 19 столітті в США був періодом інтенсивного економічного зростання та трансформацій, що суттєво вплинув на формування бізнес-середовища країни [27].

Початок XX століття в історію американського бізнесу увійшов і як основа літальної ери. У 1903 році брати Вілбур і Орвілл Райт здійснили перший контрольований пілотований польот на своєму літаку «Флайер» у місті Кітті-Гок, Північна Кароліна. Ця історична подія відкрила нову еру в авіації і відзначила початок розвитку літальної техніки. Літак братів Райт, «Флайер», був дерев'яною двокрилою машиною з бензиновим двигуном, яка важила приблизно 340 кілограмів і здійснила перший керований і довгочасний польот на відстань близько 36 метрів за 12 секунд.

Промисловий революційний період призвів до зростання важливих галузей, таких як текстильна промисловість, сталеливарення, нафтова та залізнична промисловості. Виникнення цих галузей створило безліч нових бізнес-можливостей та зробило США однією з провідних промислових держав світу. Промислові технології дозволили підприємствам значно збільшити обсяги виробництва. Замість ручної праці вони використовували машини, що дозволило виробляти товари ефективніше та великими партіями [23].

У жовтні 1907 році розпочалась «Фінансова паніка 1907 року», яка в результаті стала серйозною фінансовою кризою. Ця криза виникла через недостатню ліквідність у фінансовій системі, а також через нестабільність банківських та фінансових установ. Паніка викликала масові продажі акцій та викликала велику загальну нестабільність на фондовому ринку. Деякі банки та фінансові установи збанкрутували, а цілий ряд інших був змушений призупинити операції. Уряд США діяв, щоб запобігти подальшому загостренню ситуації, але криза показала недоліки у фінансовій системі та прискорила розгляд реформ, спрямованих на підвищення стабільності фінансового сектора країни.

Зростання обсягів виробництва призвело до формування великих промислових корпорацій, які керували величезними підприємствами та контролювали значну частину ринку. Ці корпорації впливали на бізнес-середовище

через свою конкурентоспроможність та інновації. Будівництво залізниць та каналів значно полегшило транспортування товарів та розширило ринки збуту. Це сприяло розвитку міжміської торгівлі та розширенню можливостей для підприємств. Розквіт промисловості привернув увагу іноземних інвесторів, які вкладали свої кошти в американські підприємства. Це сприяло зростанню капіталу та розвитку бізнесу в країні.

Промислова революція створила потребу в робочій силі, що призвело до масової міграції з сільських районів до міст. Це забезпечило підприємства кваліфікованою робочою силою для розвитку виробництва [7, с.116].

Розглядаючи історію формування бізнес-середовища США не можна не згадати і події 1911 року, коли Верховний суд Сполучених Штатів рішенням у справі «Standard Oil Co. of New Jersey v. United States» розпорядився розпустити компанію Standard Oil, яка була однією з найбільших і найвпливовіших монополій у світі. Рішення суду призвело до розподілу компанії на кілька дочірніх підприємств, що стало кроком у напрямку антимонопольного регулювання в Сполучених Штатах та поклали початок пошуку способів обмеження концентрації влади в корпоративному секторі країни.

На початку XX століття розвиток бізнесу в США відбувався у різних секторах економіки, включаючи нафтову промисловість, автомобільну промисловість, електричність, сталевиробництво та фінансовий сектор. Великі корпорації, такі як Standard Oil, General Electric, Ford та US Steel, визначали економічний ландшафт, консолідуючи великі підприємства та монополізуючи деякі галузі промисловості [27].

Протягом періоду Другої світової війни, бізнес в США пройшов через низку значних змін і викликів. Економіка країни була мобілізована для потреб війни, що призвело до значного збільшення виробництва військового обладнання, боєприпасів та інших матеріалів. Великі корпорації, такі як General Motors, Ford, IBM, General Electric та US Steel, перенаправили свої виробничі потужності на військове замовлення [23].

Бізнес в США також зазнав впливу дефіциту робочої сили через мобілізацію на фронті, що призвело до залучення більшого числа жінок та представників інших національних меншин до промисловості. У цей період також відбувся значний технологічний прогрес, зокрема у розробці нових технологій для військового використання, таких як радіо, радар, комп'ютери тощо. Друга світова війна також відіграла важливу роль у стимулюванні економіки США, що виявилось корисним для подальшого економічного зростання та розвитку країни після війни [38].

Протягом періоду Холодної війни бізнес в США став ключовим фактором у конфронтації з Радянським Союзом та розвитку світового лідерства. Війна за вплив, яка відбувалася у галузі економіки, технологій, культури і влади, призвела до ряду значних розвитків в американському бізнесі.

Уряд США витрачав значні кошти на оборону, що стимулювало зростання оборонної промисловості та залучення великих компаній, таких як Lockheed, Boeing, Raytheon та інших, до розробки військової техніки та обладнання. Гонка за космосом між США та Радянським Союзом сприяла розвитку космічної промисловості, технологій і наукових досліджень. Компанії, такі як NASA та конструкторські бюро, стали ключовими учасниками в цій гонці [32].

Зростання конкуренції з Радянським Союзом спонукало американські компанії до активного впровадження нових технологій у виробництві та обслуговуванні. Це стимулювало розвиток таких галузей, як комп'ютерна технологія, електроніка, телекомунікації та інші.

Холодна війна прискорила процес глобалізації, що призвело до розширення діяльності американських компаній за межі країни та розвитку міжнародних корпорацій. Бізнес пов'язаний з військово-промисловим комплексом став важливою складовою економіки США. Військові контракти стали важливим джерелом доходу для багатьох компаній, а військова технологія стала важливим елементом конкурентоспроможності країни [23].

Протягом 1990-2000-х років бізнес в США пережив значний розвиток та перетворення в різних секторах економіки:

Зростання використання Інтернету сприяло з'яві та розвитку інтернет-компаній, таких як Amazon, Google, та eBay. Ці компанії змінили спосіб, яким люди роблять покупки, здійснюють пошук інформації та взаємодіють один з одним. В середині 1990-х років відбувся бум інтернет-компаній, відомий як дот-ком бум. Це спричинило виникнення та швидке розвиток багатьох технологічних стартапів, але також призвело до краху багатьох компаній внаслідок бульбашки в Інтернеті [27].

Глобалізація торгівлі: Зростання світової торгівлі та інвестицій стали характерною рисою економічного ландшафту 1990-2000-х років. Багато американських компаній розширювали свої операції за межі країни та займалися зовнішньою торгівлею. Цей період був вирішальним для розвитку технологій, таких як мобільні телефони, персональні комп'ютери та програмне забезпечення. Компанії, такі як Apple, Microsoft та Cisco, випереджали свій час у розробці нових продуктів та технологій [32].

Фінансовий сектор також пройшов значні зміни, зростання інвестиційних фондів, страхових компаній та іпотечних установ. Однак, кінець 1990-х років також був відзначений серією фінансових скандалів та крахів після зростання ринків акцій та інтернет-компаній [23].

У цілому, розквіт промислової революції створив умови для формування сучасного бізнес-середовища в США, заснованого на великих корпораціях, інноваціях та високому рівні конкуренції [27].

Таким чином, можна підсумувати, що бізнес-середовище в США сформувалося на основі численних історичних передумов, які сприяли його виникненню та розвитку. Початковим етапом є колоніальний період, коли перші європейські поселення були засновані на території, яка зараз становить Сполучені Штати. Під впливом британської торговельної системи виникли перші форми торгівлі та комерційної діяльності. Колоністи отримали деяку свободу ведення бізнесу, що стимулювало місцеву економіку та мале підприємництво. Принципи власності та ринкові відносини поступово впроваджувалися і стали ключовими для подальшого розвитку бізнесу в регіоні. Американська революція в 1775-1783 роках стала переломним моментом, коли колонії боролися за свою незалежність від

британського правління. Цей період сприяв появі ідей самовладання та економічної свободи, що відіграли важливу роль у формуванні нового політичного та економічного порядку. Революція посилила прагнення до вільного підприємництва та створила передумови для розвитку бізнес-середовища.

У 19 столітті відбувся розквіт промислової революції, що прискорило розвиток промислових секторів та збільшило обсяги виробництва. Великий прорив у технологіях сприяв винаходам, які змінили способи виробництва, реклами та маркетингу. Створення капіталу через інвестиції у нові галузі діяльності та розвиток банківської системи також були важливими факторами для становлення бізнес-середовища в цей період. Підписання Конституції в 1787 році забезпечило правовий фундамент для захисту власності та контрактів, що стало ключовим для розвитку бізнесу. Крім того, у 19-20 століттях було впроваджено антимонопольне законодавство для регулювання конкуренції та захисту від монополій. Світові війни та холодна війна також вплинули на бізнес-середовище. Розвиток воєнно-промислового комплексу та розширення міжнародних ринків для американських компаній стали важливими факторами розвитку бізнесу. У результаті цих історичних передумов виникло динамічне та конкурентоспроможне бізнес-середовище в США, що сприяло його перетворенню на одне з найбільш інноваційних та впливових у світі.

1.3. Малий та середній бізнес в економіці США: організаційно-правові форми, значення та функції

Сучасне бізнес-середовище США складається з підприємств малого, середнього та великого бізнесу [2, с.26]. Так, як об'єктом нашого дослідження виступає малий та середній бізнес, то проведемо їх теоретичний аналіз дослідження. Як зазначає К.А. Андрющенко, на малий і середній бізнес припадає значна частина зростання робочих місць і економічної активності в Сполучених Штатах. Малий та середній бізнес як основний компонент ринкової економіки, найбільш досконала форма продуктивних та економічних відносин, при яких

підприємець, працюючи в умовах повної економічної незалежності та майнової відповідальності, стає справжнім господарем [1, с.62].

В.О. Капітан акцентує увагу на тому, що важливість малого та середнього бізнесу полягає насамперед у тому, що саме такий бізнес забезпечує значну кількість нових робочих місць, насичує ринок новими товарами та послугами, задовольняє численні потреби великих підприємств, а також випускає спеціальні товари та послуги [7, с.117].

З року в рік малі та середні підприємства становлять значну частину економіки США. Незважаючи на це, отримати узгоджене визначення того, що таке малий та середній бізнес, порівняно складно. Визначення змінюється не лише в різних країнах, але й у галузях промисловості та органах управління. Якщо бізнес не має чіткої класифікації, вибір правильної стратегії успіху може виявитися неможливим. З огляду на це важливо визначити, що являє собою малий та середній бізнес, а також якими є критерії належності підприємства до малого або середнього бізнесу [12, с.68].

На думку американського дослідника Б. Редлі, вивчення умов функціонування малого та середнього бізнесу неможливо без визначення самого поняття, розкриття його сутності та функцій. На міжнародному рівні основне питання аналізу діяльності підприємств малого та середнього бізнесу пов'язане з точним розумінням того, який спектр підприємств включається до їх складу [26].

Проаналізуємо думки сучасних дослідників на рахунок того, що таке підприємства малого та середнього бізнесу. Н.С. Ситник та С.І. Козак зазначають, що область діяльності малого та середнього бізнесу досить велика. Вона включає торгівлю та громадське харчування, сільське господарство, промисловість та будівництво. Однак слід зазначити, найбільш поширеним видом діяльності малого бізнесу є торгова та посередницька діяльність, яка за даними статистики охоплює 70 % всього малого бізнесу. Виробничою діяльністю займається приблизно кожен десятий підприємець, приблизно стільки ж надають населенню транспортні, будівельні та побутові послуги, що займаються переробкою

сільськогосподарською продукцією. На ринку інформаційних, медичних та ріелторських послуг зайнята незначна кількість малих підприємств [19, с.498].

У дослідженні Л.В. Рібун та Г.А. Лех під малим бізнесом розуміється діяльність, що виконується невеликою групою осіб, або підприємство, яким керує один власник. Тобто малий бізнес є підприємницькою діяльністю, що здійснювана суб'єктами ринкової економіки за певними встановленими законам, державними органами чи іншими представницькими організаціями [17, с.230].

Американський дослідник Б. Редлі розуміє малі та середні підприємства – як підприємства, що мають доходи, активи або кількість працівників нижче певного порогу. Кожна країна має власне визначення того, що є малим і середнім підприємством. Необхідно відповідати певним критеріям розміру, а іноді також береться до уваги галузь, у якій працює компанія. [26]

Важливим для розкриття даного питання є визначення суб'єктів малого та середнього бізнесу. Суб'єктами малого бізнесу, на думку В.І. Аранчій, можуть бути громадяни (фізичні) та юридичні особи. Фізичні особи (громадяни) можуть бути учасниками малого бізнесу як безпосередньо фізичні особи, які беруть участь у створенні суспільних благ, так і фізичні особи, які є засновниками господарських товариств та товариств, які займаються підприємницькою діяльністю без утворення юридичної особи. Юридичні особи (комерційні організації) можуть створюватися у формі господарських товариств та товариств, виробничих кооперативів, державних та муніципальних унітарних підприємств [6, с.210].

Можна відзначити, розбіжності країн не тільки в кількісних індикаторах, а й у якісних умовах визначення. Тому єдині міжнародні критерії визначення малого та середнього підприємництва на сьогоднішній день є відсутніми. Як показує світова практика, основним критеріальним параметром, на основі якого підприємства різних організаційно правових форм відносяться до суб'єктів малого бізнесу, насамперед є середня чисельність працівників, зайнятих за звітний період на підприємстві. Тим часом можна виділити і низку інших критеріїв, на основі яких підприємства належать до малого та середнього бізнесу.

Найчастіше застосовуються наступні (рис. 1.1.):



Рисунок 1.1 – Критерії визначення розміру підприємств

Джерело: складено автором на основі [38]

Згідно з положеннями Світового банку, загальна кількість показників, за якими підприємства відносяться до суб'єктів малого бізнесу перевищує 50. Проте практично у всіх країнах визначальним критерієм є чисельність працівників за звітний період [39].

Кожна держава в залежності від національності, виробничих градацій, галузевої культури економіки, на думку О.Ю. Клепанчук, встановлює свої критерії розподілу підприємств за їх розмірами. Федеральним законом про малий бізнес у Сполучених Штатах Америки встановлено, що мале підприємство - має одного або кількох власників, з кількістю зайнятих не більше 500 осіб, величиною активів не більше 5 млн. дол. та річним прибутком не понад 2 млн. дол [8].

Залежно від кількості найнятих працівників усі підприємства у США діляться на наступні [36]:

- найменші - 1 - 24 зайнятих;
- малі - 25 - 99 зайнятих;
- проміжні - 100 - 499 зайнятих;
- великі - 500 - 999 зайнятих;
- найбільші - 1000 та більше зайнятих.

Ю.О. Ольвінська зазначає, що порівняно з іншими країнами, США часто дають вищі цифри при визначенні малого та середнього бізнесу. Хорошим

орієнтиром є Адміністрація малого бізнесу (SBA), урядова установа США, призначена для допомоги малому бізнесу. Ця установа класифікує малі підприємства на основі середньорічного доходу або середньої кількості працівників. Щоб вважатися малим бізнесом, компанії, як правило, повинні мати менше ніж 500 працівників. Однак ці стандарти розміру відрізняються залежно від середніх галузевих показників. Виробництво, як правило, вище, тоді як оптова торгівля нижча [13]. Б. Редлі наводить кілька прикладів, які вказують на можливу дисперсію [26]:

- Виробництво морозива та заморожених десертів: 1000 співробітників
- Виробництво сонячної електроенергії: 500 співробітників
- Оптова торгівля меблями: 100 співробітників

Хоча обмеження для визначення малого та середнього бізнесу відрізняються, нижній поріг є більш послідовним. SBA зазвичай визначає будь-яку компанію з менш ніж 10 співробітниками як малі офіси/домашні офіси (SOHO). Таким чином, на сьогоднішній момент часу універсальних критеріїв виділення підприємств малого та середнього бізнесу, що дозволяють правильно здійснювати їхній відбір, не існує [22, с.150].

На підставі аналізу цивільного законодавства та практики функціонування суб'єктів ринкової економіки в окремих розвинених країн С.Д. Лучик робить висновок про те, що еволюція малого бізнесу в світовій економіці пройшла низку етапів, кожному з яких відповідає особливий тип бізнесу [16, с.20]. Відповідно до цього можна навести наступні організаційно-правові форми суб'єктів малого підприємництва (рис.1.2.).

Малий та середній бізнес у США може існувати у різних організаційно-правових формах, кожна з яких має свої особливості та переваги. Л.В. Рібун у своєму дослідженні зображує таке детальне пояснення організаційно-правових форм [17, с.230]:

1. Підприємство з обмеженою відповідальністю (LLC). LLC - це гнучка форма бізнесу, яка надає власникам обмежену відповідальність за зобов'язаннями компанії. Власники LLC, відомі як члени, несуть особисту відповідальність лише

за свій внесок у капітал компанії. Ця форма бізнесу має переваги у оподаткуванні, оскільки прибуток переходить безпосередньо до власників та оподатковується лише на рівні особистого оподаткування.



Рисунок 1.2 - Організаційно-правові форми підприємств в США

Джерело: складено автором на основі [38]

2. Партнерство. Партнерство - це форма бізнесу, у якій двоє або більше осіб об'єднуються для здійснення спільного бізнесу. В партнерствах є два основних типи: спільне партнерство (general partnership) та обмежене партнерство (limited partnership). У спільному партнерстві кожен партнер має рівний внесок та відповідальність за борги партнерства. У обмеженому партнерстві є як мінімум один обмежений партнер, який має обмежену відповідальність тільки за свій внесок.

3. Корпорація. Корпорація - це юридична особа, що існує окремо від своїх власників (акціонерів). Власники корпорації, відомі як акціонери, що мають обмежену відповідальність тільки за свій внесок у капітал. Корпорації мають спеціальні права, включаючи можливість видачі акцій та залучення капіталу на фондовому ринку.

4. Суб'єкт самозайнятості (sole proprietorship). Ця форма бізнесу належить одній особі, яка володіє і керує підприємством. Власник не має відокремленого

правового статусу від свого бізнесу і несе особисту відповідальність за всі зобов'язання компанії.

Кожна з цих організаційно-правових форм має свої переваги та недоліки, і вибір форми залежить від конкретних потреб та обставин бізнесу.

Незважаючи на малі розміри, підприємства малого та середнього бізнесу відіграють важливу роль в економіці. Вони переважають за кількістю великі підприємства, наймають величезну кількість людей і, як правило, є підприємницькими за своєю природою, допомагаючи формувати інновації. Малі та середні підприємства можуть існувати майже в будь-якій галузі, але, швидше за все, вони будуть розташовані в галузях, які потребують меншої кількості працівників і менших початкових капіталовкладень. До поширених типів малого та середнього бізнесу в США належать юридичні фірми, стоматологічні кабінети, ресторани та бари [20, с.166].

За даними SBA, у Сполучених Штатах існує 33 185 550 малих підприємств, що становить 99,9% американського бізнесу. Це число не лише відображає домінування малих підприємств у бізнес-секторі, але й свідчить про їх значну роль у створенні робочих місць та сприянні економічній стабільності, тенденція, яка залишається актуальною у 2024 році [18, с.20].

У 2023 році в малих і середніх підприємствах працювало 61,7 мільйона американців, що становило 46,4% від загальної кількості робочої сили в приватному секторі. Зіткнувшись із такою жорстокою опозицією, малі та середні підприємства повинні використовувати кожен конкурентну перевагу, яку вони можуть отримати. Це означає вибір перевірених і перевірених рішень і співпрацю з надійними партнерами з перевіреною репутацією [38].

С.В. Калабухова вважає, що незважаючи на те, що більшість малих підприємств, понад 80%, працюють без будь-якого персоналу, у них все ще працюють 61,6 мільйона людей. Ця цифра становить 45,9% усієї робочої сили США, дивовижна статистика, особливо якщо взяти до уваги, що менше 20% малих підприємств мають будь-яких працівників. Ці дані показують не лише важливість малих та середніх підприємств у створенні робочих місць, але й їх роль у підтримці

економіки. Зрозуміло, що зростання малого та середнього бізнесу є невід'ємною частиною здоров'я зайнятості в країні та загального економічного успіху [6, с.26].

Звіт Агентства з малого бізнесу США (Small Business Administration) за 2023 рік надає наступну детальну інформацію про роль малих та середніх підприємств (МСП) у економіці США [36]:

1. Зайнятість. Підприємства малого та середнього бізнесу продовжують бути головним джерелом зайнятості в країні. За даними звіту, вони забезпечують робочі місця для понад половини всіх працівників в приватному секторі.

2. Інновації. Підприємства малого та середнього бізнесу відіграють ключову роль у стимулюванні інновацій. Вони створюють і впроваджують нові технології, продукти та послуги, що сприяє конкурентоспроможності та розвитку економіки.

3. Економічний зріст. Малий та середній бізнес робить значний внесок у зростання національного валового внутрішнього продукту (ВВП). Звіт вказує на те, що вони є основним джерелом нових робочих місць і сприяють загальному економічному зростанню.

4. Експорт і торгівля. Малим та середнім підприємствам припадає значна частка експортних операцій США. Вони активно здійснюють міжнародну торгівлю і вносять важливий внесок у підтримку зовнішньої торгівлі країни.

5. Локальний розвиток. Малі та середні підприємства сприяють розвитку місцевих економік, особливо в регіонах з низьким рівнем розвитку. Вони створюють робочі місця, підтримують місцеві товари й послуги, і впливають на загальний рівень життя в спільнотах.

Звіт підтверджує важливу роль малих та середніх підприємств у розвитку економіки США, як через їхню зайнятість, так і через внесок у інновації, економічний зріст, експорт та місцевий розвиток.

Малі та середні підприємства у США виконують важливі функції, які не підвладні великим підприємствам. Серед таких функцій наступні С.Д. Лучик виокремлює наступні [20, с.20]:

- Гнучкість. Не дивно, що малі та середні підприємства набагато гнучкіші, ніж великі. Малі та середні підприємства можуть не тільки орієнтуватися

на тенденції ринків, що розвиваються, але й бути більш гнучкими у своєму наборі технологій. Там, де підприємства можуть закріпитися на застарілих технологіях, малі та середні підприємства можуть набагато легше прийняти нові робочі моделі.

- Інновації. Там, де великі підприємства прагнуть повторювати існуючі продукти, МСП часто розробляють нові продукти та послуги. Але цей простір для інновацій не повинен відображатися лише в пропозиціях МСП для клієнтів. Малі та середні підприємства мають бути в авангарді внутрішніх інновацій, будь то з'єднання та оптимізація накопичувачів даних, використання штучного інтелекту або надання працівникам можливостей самообслуговування.

- Фінансування та підтримка: одним із головних недоліків, з якими стикаються малі та середні компанії порівняно з великими конкурентами, є їхній доступ до фінансування. На щастя, як згадувалося вище, багато урядів у всьому світі мають ініціативи для підтримки МСП. Використання переваг цих ініціатив є основною причиною для отримання офіційної класифікації як МСП.

Розглянувши теоретичні основи малого та середнього бізнесу підсумуємо, що у багатьох наукових працях під малим бізнесом розуміється діяльність, що виконується невеликою групою осіб, або підприємство, яким керує один власник. Тобто малий бізнес є підприємницькою діяльністю, що здійснювана суб'єктами ринкової економіки за певними встановленим законам, державними органами чи іншими представницькими організаціями. На міжнародному рівні основне питання аналізу діяльності підприємств малого та середнього бізнесу пов'язане з точним розумінням того, який спектр підприємств включається до їх складу. Вчені-економісти неодноразово робили спроби угруповання суб'єктів малого бізнесу відповідно до різних класифікаційних ознак, у складі яких виділяють: вид діяльності, форма власності, кількість власників.

Федеральним законом про малий бізнес у Сполучених Штатах Америки встановлено, що мале підприємство - має одного або кількох власників, з кількістю зайнятих не більше 500 осіб, величиною активів не більше 5 млн. дол. та річним прибутком не понад 2 млн. дол. Залежно від кількості найнятих працівників усі підприємства у США діляться на наступні: найменші - 1 - 24 зайнятих; малі - 25 -

99 зайнятих; проміжні - 100 - 499 зайнятих; великі - 500 - 999 зайнятих; найбільші - 1000 та більше зайнятих. За даними SBA, у Сполучених Штатах існує 33 185 550 малих підприємств, що становить 99,9% американського бізнесу. Це число не лише відображає домінування малих підприємств у бізнес-секторі, але й свідчить про їх значну роль у створенні робочих місць та сприянні економічній стабільності, тенденція, яка залишається актуальною у 2024 році. Отримана в результаті дослідження інформація говорить про важливість малого та середнього бізнесу в економіці США.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩА США

2.1. Аналітична та фінансова характеристика малого та середнього бізнесу США

Малий та середній бізнес є важливим рушієм економічного зростання США. Станом на 2023 рік Адміністрація малого та середнього бізнесу повідомила, що зараз нараховується 33 185 550 малих та середніх підприємств у Сполучених Штатах [39] (рис.2.1.).



Рисунок 2.1 - Кількість підприємств малого та середнього бізнесу в США впродовж 2017-2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [38]

Збільшення кількості малих підприємств у США у 2023 році свідчить про стійке зростання, оскільки воно відзначає зростання на 0,3% порівняно з попереднім роком і загальне зростання на 12,5% порівняно з 2017 роком.

Згідно з Адміністрацією малого та середнього бізнесу США, «малі підприємства» визначаються як «підприємства з менш ніж 500 співробітниками». Звіт Адміністрації показує, що близько 27,2 мільйона малих підприємств не

наймають працівників. 5,5 мільйонів мають менше 20 співробітників, а 648 000 підприємств мають менше 500 співробітників [36].

Щорічно відкриваються та закриваються сотні тисяч малих підприємств, але за останні декілька років чистий приріст зростає [32]. Лише 0,01% компаній в Америці не вважаються малими підприємствами. З усіх підприємств 98% мають менше 100 працівників, а 89% мають менше 20 працівників [32].

Відповідно до останнього щорічного звіту Адміністрації малого та середнього бізнесу США, проаналізуємо штати, з найбільшою кількістю підприємств малого та середнього бізнесу (рис.2.2.).



Рисунок 2.2 - Штати з найбільшою кількістю підприємств малого та середнього бізнесу станом на 2023 рік

Джерело: складено автором на основі [38]

З рис.2.2. видно, що штатом з найбільшою кількістю малих підприємств є Каліфорнія. Станом на 2023 рік там зареєстровано 4,1 млн. малих підприємств, що становить 99,8% від загальної кількості підприємств штату. Останніми роками кількість малих підприємств у Каліфорнії зростає з року в рік. У 2016 році там було 3,7 млн малих підприємств [33].

Наступними за кількістю підприємств малого та середнього бізнесу за штатами йдуть Техас і Флорида. Там налічується 3,2 млн і 3,1 млн малих підприємств відповідно. Нью-Йорк посідає четверте місце з 2,2 мільйонами [32].

Далі йде Іллінойс, де розташовано 1,3 мільйона малих підприємств. Незабаром Джорджія з 1,2 мільйонами є штатом із шостим за кількістю малих підприємств. Наступними йдуть Пенсільванія з 1,1 мільйона та Північна Кароліна з 1 мільйоном. Огайо та Нью-Джерсі завершують першу десятку з 989 435 та 952 029 зареєстрованими малими підприємствами відповідно [37].

Проаналізуємо зворотню статистику штатів за кількістю підприємств малого та середнього бізнесу (рис.2.3.).

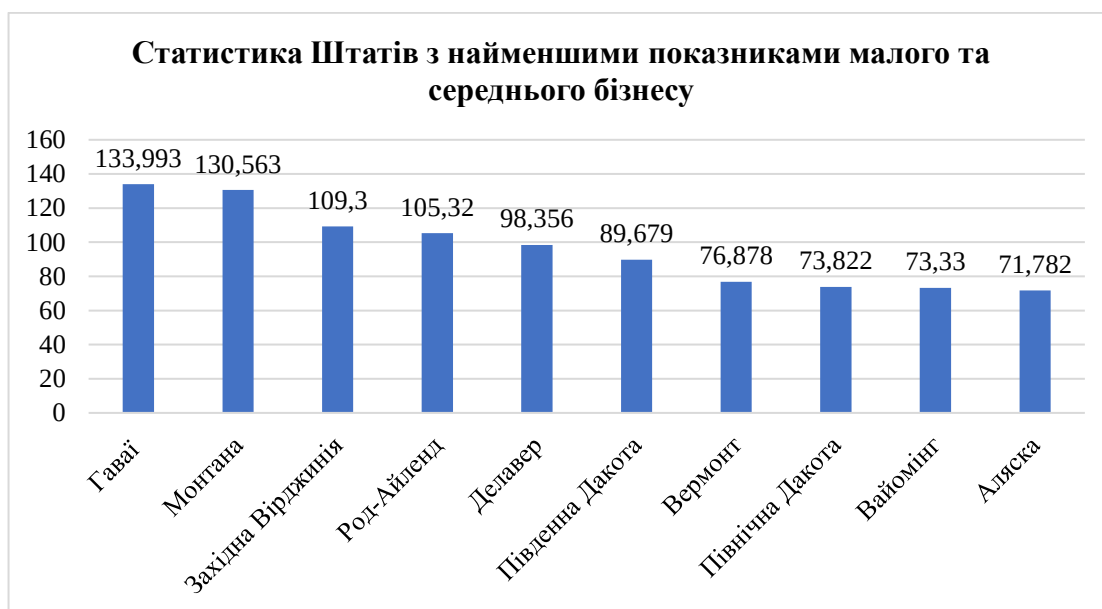


Рисунок 2.3 - Штати з найменшою кількістю підприємств малого та середнього бізнесу в США за даними 2023 року

Джерело: складено автором на основі [38]

На іншому кінці цього списку за кількістю малих підприємств за штатами знаходиться Вайомінг, штат з найменшою кількістю малих підприємств. Там зареєстровано трохи більше 72 000 малих підприємств, що незначно менше, ніж у Каліфорнії. Далі йде Аляска з 74 587 малими підприємствами. Незважаючи на те, що Аляска є найбільшим за площею штатом США, вона є одним із найменш

населених штатів. Далі йдуть Північна Дакота та Вермонт, де зареєстровано 75 265 та 78 883 малих підприємств відповідно. Наступними в списку ідуть: Південна Дакота - 90 274; Делавер - 93 686; Род-Айленд - 108 360; Західна Вірджинія - 111 614; Монтана -129 180; Нью-Гемпшир - 138 199 [35].

Малі та середні підприємства протягом десятиліть створювали багато робочих місць. У 2023 році кількість працівників малого бізнесу в США досягла 61,6 млн осіб . Це означає, що працівники малого бізнесу становлять 45,9% від загальної кількості працівників США [38].

Хоча порівняно з даними 2022 року, станом на 2023 рік спостерігається зниження на 0,2% порівняно з 61,7 мільйона та перше річне падіння щонайменше за шість років. Також за підсумками 2023 року спостерігається один із найповільніших темпів зростання кількості працівників лише на 0,8% порівняно з даними 2022 року. Для порівняння, темпи зростання у 2021 та 2020 роках становили 1% та 1,2% відповідно [36].

З 1995 по 2021 рік малі підприємства створили 17,3 млн чистих нових робочих місць. Це 62,7% чистих робочих місць, створених з 1995 року. За даними Адміністрації малого та середнього бізнесу, малі компанії щороку створюють 1,5 мільйона робочих місць, що становить 64% усіх нових робочих місць, створених у США.

У період із січня по червень 2023 року люди подали майже 2,7 мільйона заявок на відкриття бізнесу. Це на 5% більше, ніж у 2022 році, і на 52% більше, ніж у 2019 році. Лише у вересні 2023 року було подано 472 961 бізнес-заявок, що на 1,3% більше, ніж у серпні 2023 року. Малі компанії також сприяють економічному зростанню [32].

З 2017 по 2023 рік економіка США додала 3,7 мільйона працівників малого бізнесу до своєї робочої сили, що на 6,4% більше за весь період.

Каліфорнія, будучи найбільш густонаселеним штатом США з майже 40 мільйонами жителів, не дивно, що штат також є місцем з найбільшою кількістю працівників, що задіяна в малому та середньому бізнесі. У Каліфорнії їх 7,5 млн , що становить 47,6% від загальної кількості працівників штату [33].

Другий за кількістю задіяних працівників у малому та середньому бізнесі штат - Техас. Нараховуючи 5 мільйонів працівників, вони становлять 44,3% від загальної кількості працівників штату. Нью-Йорк займає третє місце за кількістю працівників малого бізнесу з 4,1 мільйона, а Флорида займає четверте місце з 3,6 млн. Пенсильванія посідає п'яте місце з 2,6 млн (рис. 2.4.).

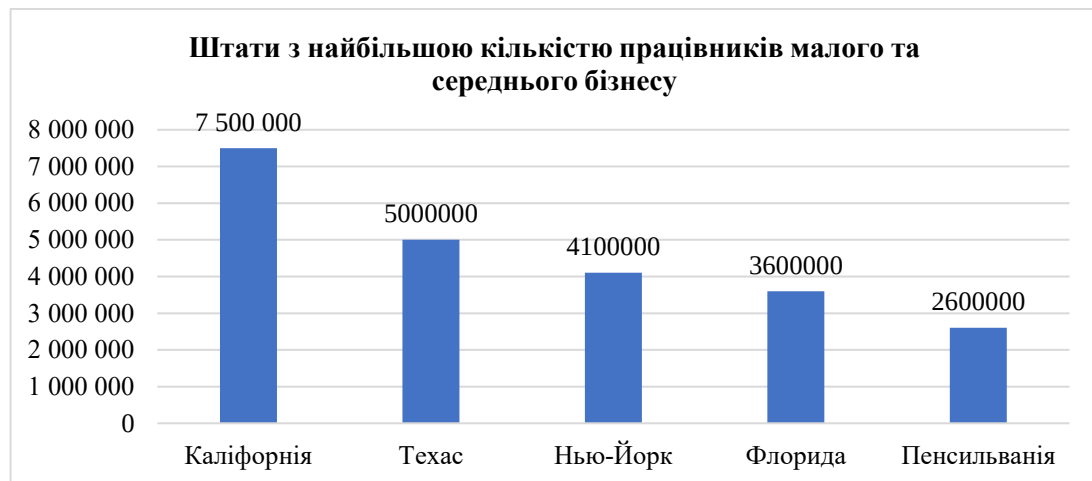


Рисунок 2.4 - Штати, з найбільшою кількістю працівників, що працюють в малому та середньому бізнесі станом на 2023 рік

Джерело: складено автором на основі [38]

Проаналізуємо штати з найменшою кількістю працівників, задіяних в малому та середньому бізнесі [30]. У кінці списку Вайомінг – штат з найменшою кількістю працівників малого бізнесу (рис.2.5.).



Рисунок 2.5 - Штати, де задіяна найменша кількість працівників в малому та середньому бізнесі станом на 2023 рік

Джерело: складено автором на основі [38]

Проаналізуємо дані аналітичного звіту Адміністрації малого та середнього бізнесу США та визначимо галузі підприємництва, де переважає малий та середній бізнес (рис.2.6.).

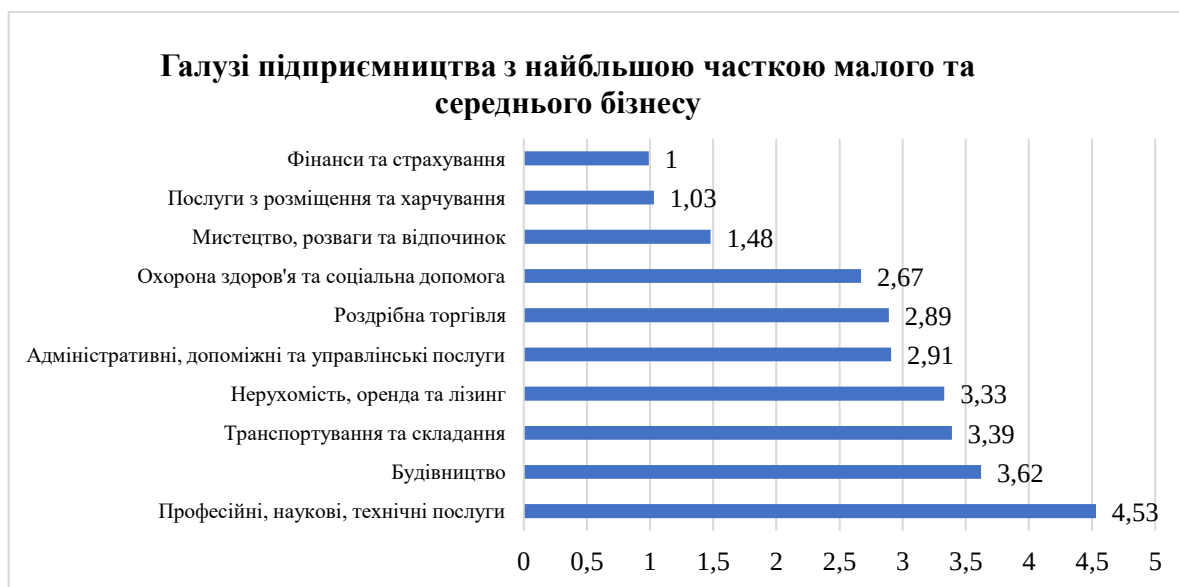


Рисунок 2.6 - Галузі підприємництва з найбільшою часткою малого та середнього бізнесу за підсумками 2023 року

Джерело: складено автором на основі [38]

Згідно з аналітикою Адміністрації малого та середнього бізнесу за 2023 рік, існує 4,53 млн малих підприємств, які надають професійні, наукові та технічні послуги, що робить їх найпоширенішою галуззю для малого бізнесу. Це означає, що 13,6% із 33,3 млн малих підприємств у Сполучених Штатах працюють у цьому секторі - приблизно кожен сьомий. Більше 670 000 з них розташовані лише в Каліфорнії, штаті з найбільшою кількістю малих підприємств у цьому секторі. До речі, у Голден-Стейті також знаходиться найбільша кількість малих підприємств загалом - 4,2 млн [24].

Друге місце в рейтингу малого та середнього бізнесу за галузями займає будівництво - 3,62 млн. З 3,39 млн. малих підприємств сектор транспортування та складування тримає третє місце. Четвертою за поширеністю галуззю для малого

бізнесу є нерухомість, оренда та лізинг, з 3,33 млн. Ці чотири згадані галузі є єдиними, які мають понад три мільйони малих підприємств [26].

Замикають першу п'ятірку в цьому списку малих підприємств за галузями діяльності адміністративні, допоміжні та управління відходами. У цьому секторі працює 2,91 млн. малих підприємств. Шостою за поширеністю галуззю для малого бізнесу є роздрібна торгівля з 2,89 млн. Велика кількість роздрібних малих підприємств не повинна дивувати, враховуючи, що роздрібні продажі в США зростають з року в рік. Наступними галузями є: охорона здоров'я та соціальна допомога - 2,67 млн., мистецтво, розваги та відпочинок: 1,48 млн., послуги з розміщення та харчування: 1,03 млн., фінанси та страхування: 997 472 [32].

Валовий внутрішній продукт США - це ринкова вартість товарів і послуг, вироблених підприємствами (працівниками та майном) усередині країни. У 1998 році малі підприємства створювали майже половину (48%) ВВП. Повертаючись у 2014 рік, ця статистика знизилася до 43,5%. Незважаючи на це, уряд вважає малий бізнес життєво важливим, оскільки він є лідером у розвитку інновацій, створенні робочих місць і забезпеченні економічного зростання [28].

Зараз у 2022 році понад 65% малих підприємств були прибутковими. Це чудова новина, оскільки дослідження 2018 року показало, що лише 40% малих підприємств були прибутковими. Водночас 35% малих підприємств є неприбутковими [30].

Місцезнаходження є одним із головних факторів успіху бізнесу. Массачусетс, Луїзіана та Каліфорнія мають найвищий рівень успішності. Мічиган, Вашингтон і Канзас, з іншого боку, мають найвищий рівень невдач. Деякі регіони США також виявилися більш прибутковими для компаній, що належать людям різних етносів. 71% чорношкірих підприємств знаходяться на схід від Міссісіпі. Одна третина підприємств, що належать темношкірим, зосереджена в регіоні Південної Атлантики. Крім того, у Тихоокеанському регіоні (Аляска, Хай, Вашингтон, Орегон та Каліфорнія) спостерігалася збільшення небілих компаній: підприємства чорношкірих зросли на 4 пункти; азіатські підприємства зросли на 4 пункти; іспаномовні підприємства зросли на 3 пункти. Східний північно-

центральный регіон (WI, IL, IN, MI та OH) також спостерігав зростання: підприємства чорношкірих зросли на 5 пунктів; азіатські підприємства зросли на 3 пункти; латиноамериканські компанії останнім часом не змінилися [32].

Адміністрація малого та середнього бізнесу США повідомляє, що більшість підприємств починаються вдома: 50% усіх підприємств починаються вдома; 60% усіх підприємств без персоналу працюють на дому. Таким чином, 19 мільйонів американських підприємств працюють на дому.

Люди різного віку та етнічного походження входять у світ бізнесу в останні десятиліття. Наразі більшість власників бізнесу належать до покоління X і бейб-бумерів; 13% міленіалів є власниками бізнесу, тобто люди, що народились впродовж 1981-1996 роках; 47,20% покоління X є власниками бізнесу; 39,63% бейб-бумерів є власниками бізнесу; 0,25% тихого покоління (народжені між 1928 і 1946 роками) є власниками бізнесу [26].

Таким чином, статистика минулих років показує, що малий та середній бізнес завжди був невід'ємною частиною економіки та зростання США. США налічується 33,3 мільйона малих підприємств. На частку малого бізнесу припадає 64% нових робочих місць щорічно, і щороку вони створюють 1,5 мільйона робочих місць у США. 99,9% підприємств у США є малими підприємствами (підприємствами з менш ніж 250 співробітниками). Найбільша кількість підприємств малого та середнього бізнесу зосереджена в Каліфорнії, наступними ідуть Техас, Флорида, Нью-Йорк, Іллінойс, Джорджія, Пенсільванія, Північна Кароліна, Огайо, Нью-Джерсі, натомість найменше таких підприємств зосереджено в Гаваях, Монтані, Західній Вірджинії, Род-Айленді, Делавері, Південній Дакоті, Вермонті, Північній Дакоті, Вайомінгу та Алясці. Вони пропонують можливості працевлаштування, фінансового зростання та низку унікальних продуктів і послуг. За даними Адміністрації малого та середнього бізнесу за 2023 рік, найбільше малих підприємств, а саме 4,53 млн, діють у галузі професійних, наукових та технічних послуг, що робить цей сектор найпоширенішим для малого бізнесу. На другому місці за кількістю підприємств знаходиться будівництво - 3,62 млн, а на третьому - сектор транспортування та

складування з 3,39 млн. Четверте місце за поширеністю займає нерухомість, оренда та лізинг з 3,33 млн. Всі ці галузі мають понад три мільйони малих підприємств. У секторі адміністративних, допоміжних та управління відходами діють 2,91 млн малих підприємств, що ставить їх на п'яте місце. На шостому місці за поширеністю знаходиться роздрібна торгівля з 2,89 млн. Наступні за кількістю галузі це: охорона здоров'я та соціальна допомога - 2,67 млн., мистецтво, розваги та відпочинок - 1,48 млн., послуги з розміщення та харчування - 1,03 млн., фінанси та страхування - 997 472.

2.2. Аналіз ефективності державної підтримки малого та середнього бізнесу

Малий і середній бізнес відіграє важливу роль у стимулюванні економічного розвитку США. Державна підтримка малого та середнього бізнесу в США є важливою складовою економічної політики країни. Ця підтримка охоплює широкий спектр ініціатив і програм, спрямованих на стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу і забезпечення його конкурентоспроможності [40].

Адміністрацію малого та середнього бізнесу США (SBA) було створено в 1953 році як незалежне агентство федерального уряду для допомоги, консультування, допомоги та захисту інтересів концернів малого бізнесу, збереження вільного конкурентоспроможного підприємництва, а також підтримки та зміцнення загальної економіки країни. Незважаючи на те, що SBA виросла і розвивалась впродовж років, основна місія залишається незмінною - SBA допомагає американцям починати, будувати та розвивати бізнес [32].

Однією з ключових програм є програми кредитування, які надають фінансову підтримку підприємствам через гарантії часткового або повного погашення кредитів, наданих банками та іншими фінансовими установами. Крім того, існують програми грантів, що надають безповоротні кошти на розвиток бізнесу, і програми консультацій та навчання, які допомагають підприємцям у покращенні управлінських навичок та розробці бізнес-стратегій [36].

Програма 7(а) та програма 504 - це дві основні програми кредитування, які належать Адміністрації малого та середнього бізнесу США (SBA) у США для підтримки малого та середнього бізнесу [35].

1. Програма 7(а): Ця програма надає гарантії на кредити, надані приватними банками та іншими фінансовими установами малим підприємствам. Гарантії можуть становити до 85% суми кредиту для кредитів до \$150 000 та до 75% для кредитів понад цю суму. Ці кошти можуть використовуватися для розвитку бізнесу, закупівлі обладнання, нерухомості, а також для рефінансування існуючих боргів (табл.2.1.).

Таблиця 2.1. Переваги та недоліки підпрограми базової програми SBA7 (а)

Назва програми	Переваги для малого та середнього бізнесу	Недоліки
Стандарт 7 (а) Позика	• пільгові процентні ставки; • постійна підтримка в організації та веденні бізнесу	• тривалі терміни погодження кредитів з SBA • високий відсоток відмов
7 (а) Мала позика	• відсутність застави (для кредитування)	• тривалий строк погодження кредитів з SBA
SBA Express	• прискорене прийняття рішень про кредитування (24 години)	• вимога завдаткового забезпечення (для кредитів більше 25 тис.) • вимога особистої гарантії (для осіб з 20-ою часткою візнесу) • додаткові збори при оплаті кредиту та комісія за довгострокове погашення 1-5%
Міжнародна торгова позика	• тривалий термін надання кредитних коштів (до 25 років)	• жорсткі вимоги до кредитувальників для отримання фінансування; • суворі обмеження витрат (контроль SBA)
CAPLines	• адаптованість до сезону і галузевим потребам підприємств • низькі відсоткові ставки та збори • високий кредитний ліміт • гарантійне покриття (до 3,75 млн. доларів)	• жорсткі вимоги до кредитувальників для отримання кредиту; • суворі обмеження витрат (контроль SBA)

Джерело: складено автором на основі [26]

2. Програма 504: Ця програма надає довгострокове фінансування для придбання основних активів, таких як нерухомість та обладнання. Вона дозволяє малим підприємствам отримати низькопроцентні кредити на придбання або реконструкцію нерухомості та обладнання, сприяючи їхньому розвитку та розширенню.

Ці програми роблять доступними фінансові ресурси для малих та середніх підприємств, допомагаючи їм здійснювати різні проекти та забезпечуючи їхній стабільний розвиток (табл.2.2.).

Таблиця 2.2. Переваги та недоліки програми 504/ CDC

Назва програми	Переваги для малого та середнього бізнесу	Недоліки
Програма 504 /CDC	- створення (зберігання) нових робочих місць (1 робоче місце на кожні 100 тис. доларів за наймом) - можливість гарантійного покриття до 90% оцінки вартості наявного завдатку - застосування фіксованої відсоткової ставки - низьке відсоткове забезпечення за кредитом: для малого та середнього бізнесу – 10%, для стартапів – 20%	- необхідність оплати двох платежів за кредитом (один - кредитор, інший – CDC) обмеження частки фінансування CDC (до 30%) стартапам або надання кредиту для нерухомості - заборона на надання підтримки іншим видам бізнесу (азартні ігри, спекулятивні справи) - наявність комісійних зборів (для посередника CDC)

Джерело: складено автором на основі [26]

Закон про роботу в малому бізнесі збільшив максимальний розмір кредиту з 2 до 5 млн. доларів США та збільшив максимальний розмір позики з 4 до 5,5 млн. доларів США для виробничих проектів, а також збільшив максимальний розмір мікропозики до 50 000 доларів США. Позики можуть бути використані для заснування нового бізнесу або для допомоги в придбанні, експлуатації або розширенні існуючого бізнесу. Надходження від позик мають бути використані для проектів основних засобів і не можуть бути використані для оборотного капіталу чи запасів, консолідації чи погашення боргу чи рефінансування. З урахуванням того, як зростає зацікавленість людей відкрити бізнес, більше людей

звертаються до банків за фінансуванням. Крім того, процентні ставки постійно зростають. Неприємним побічним ефектом цього є зменшення затверджених кредитів. У лютому 2023 року було задоволено лише 14,2% запитів на отримання кредиту для бізнесу. Проте минулого року було задоволено 28,3% запитів [23].

Жінкам-власникам бізнесу в середньому надають менші кредити, ніж чоловікам. Дослідження 2022 року показало, що середній розмір кредиту для бізнесу, яким володіють жінки, становить 49 712 доларів США, що на 50% менше, ніж кредит, наданий підприємствам, які належать чоловікам, і складає 83 198 доларів США. У той час як 78% власників малого бізнесу використовують власні кошти для відкриття свого бізнесу, більшість не має достатньо грошей, щоб почати [27].

Адміністрація малого та середнього бізнесу (SBA) надала малому бізнесу 50 млрд. доларів США в 2023 році, значно збільшивши підтримку для підприємств, які недостатньо обслуговуються, включно з підприємствами, що належать міноритаріям. Основні дані з даних включають [25]:

SBA підтримало 108 млрд. доларів у рамках кредитів для малого бізнесу під час адміністрації Байдена - на 32% більше, ніж за той самий час за попередньої адміністрації [34].

З 2020 року частка кредитного портфеля SBA, що надходить підприємствам, що належать міноритаріям, зросла з 23% до понад 32%. Наприклад, кількість і доларова вартість позик, забезпечених SBA, компаніям, які належать темношкірим, зросла більш ніж удвічі. У 2023 році SBA підтримало кредити латиноамериканцям на суму 3 млрд. доларів США, що є рекордним показником. Кредитування малого бізнесу, що належить AAPI, зростає, причому кількість кредитів і загальна сума кредитів зросла більш ніж на третину з 2020 року. Нарешті, позики малим підприємствам, що належать місцевим власникам, зросли на 70%, а загальна сума кредитів майже подвоїлася з 2020 року [23].

Кредитування малих підприємств, якими володіють жінки, знову зростає, кількість позик зросла на 70% з 2020 року, а загальна сума кредитів перевищила 5 млрд. доларів США у 2023 році [27].

Кредити малим підприємствам, які належать ветеранам, зросли на третину з 2020 року, а загальна сума кредитів перевищила 1 млрд. доларів у 2023 році. Підприємства малого бізнесу постійно висловлюють потребу в доступі до невеликих позик у доларах США, результати опитування, що проведені SBA свідчать про те, що понад 50% шукають позики на суму менше 100 000 доларів США. Згідно з іншим опитуванням, лише одна третина найменших підприємств - тих, хто має 100 000 доларів річного доходу або менше - повідомляють про отримання повного фінансування, яке вони запитують у банків. Адміністрація малого та середнього бізнесу (SBA) працювала над збільшенням невеликих позик у доларах США, і в 2023 році надала мікропозики на суму майже 90 мільйонів доларів США – позики в розмірі 50 000 доларів США або менше, причому 35% цих позик було надано чорношкірим підприємствам, а 15% – латиноамериканцям. SBA надала більше позик у своїй знаковій програмі позик на суму до 150 000 доларів США у 2023 році, ніж у 22, 21 і 20 фінансових роках - загальне збільшення на 45% з моменту вступу президента Байдена на посаду [38].

SBA та Міністерство сільського господарства зміцнюють партнерство для інвестування в малий бізнес у сільській місцевості. У 2023 році SBA та Міністерство сільського господарства США підписали меморандум про взаєморозуміння щодо зміцнення свого багаторічного партнерства для створення робочих місць та економічного зростання в невеликих і недостатньо забезпечених громадах. Разом агентства проводитимуть тренінги для власників сільського бізнесу, працюватимуть із сільськогосподарськими виробниками, щоб визначити шляхи експорту продукції, а також розширюватимуть співпрацю між мережею сільських партнерів Міністерства сільського господарства США та мережею ресурсних партнерів SBA для покращення економічної безпеки малого бізнесу в сільськогосподарській місцевості [38].

За останні кілька місяців адміністрація Байдена-Гарріса вже зробила значні кроки для підтримки малого бізнесу. SBA вперше за 40 років розширила свою програму кредитування, зосереджену на громадах, які недостатньо забезпечені. Восени 2023 SBA видала нові ліцензії кредиторам у програмі Small Business

Lending Company (SBLC) вперше за 40 років. Кредитори в цій програмі історично перевершують банки та кредитні спілки у кредитуванні підприємств, що належать меншості. Три нові ліцензовані кредитори - Arkansas Capital Corporation, Alaska Growth Capital і Funding Circle - мають досвід і історію кредитування традиційно недостатньо забезпечених громад [33].

Arkansas Capital Corporation - це фінансова установа розвитку громади (CDFI), яка обслуговує Арканзас і прикордонні штати, і з 2019 року надала більше половини своїх кредитів округам із стійкою бідністю - округам із рівнем бідності щонайменше 20% протягом понад 30 років [32].

Alaska Growth Capital є сертифікованою корінною установою CDFI, більш ніж 60% діяльності якої присвячено обслуговуванню підприємств і громад корінних жителів Аляски, індіанців і корінних жителів Гавайських островів.

Funding Circle - це онлайн-платформа кредитування, яка надала малому бізнесу понад 4,5 мільярда доларів США позик, причому 33% поточних позик надано малому бізнесу в районах із низьким і середнім рівнем доходу, а 40% - малому бізнесу в сільській місцевості.

У 2023 року жовтні Міністерство фінансів оголосило про конкурсну грантову програму в розмірі 75 млн. доларів США за кошти Американського плану порятунку для надання послуг для дуже малих і малозабезпечених підприємств у доступі до можливостей, створених президентською програмою «Інвестиції в Америку», яка включає історичні інвестиції, зроблені двопартійним законом про інфраструктуру, Закон про зниження інфляції, Закон про CHIPS і науку та Американський план порятунку - пропонуючи їм технічну допомогу [35].

Агентство з розвитку бізнесу меншин (MBDA) виділило 100 млн. доларів через програму Capital Readiness Program для інвестування в інкубатори та акселератори малого бізнесу. MBDA виділив 43 некомерційним громадським організаціям фінансування для підтримки підприємців, які не отримують належних послуг, започаткувати та розширити свій малий бізнес. Ця програма, що фінансується Американським планом порятунку, є найбільшою в історії прямою федеральною інвестицією в інкубатори та акселератори малого бізнесу [37].

Програма Community Navigators від SBA надає важливу технічну допомогу. Цього літа SBA оголосила, що понад 50 грантів програми Community Navigators, які фінансуються Американським планом порятунку, вже допомогли отримати майже 250 млн. доларів США для малого бізнесу, навчили понад 290 000 власників бізнесу та провели 145 000 годин індивідуальних тренінгів. консультування. Оскільки термін фінансування закінчується до кінця цього року, адміністрація Байдена-Гарріса запропонувала додаткове фінансування програми у своїй пропозиції щодо бюджету на 24 фінансовий рік і закликала Конгрес продовжити програму [25].

Історичні інвестиції в малий бізнес були надані через систему федеральних закупівель. У 2022 році адміністрація Байдена-Гарріса виділила малому бізнесу рекордні 163 млрд. доларів на федеральні закупівлі. Ці винагороди включають рекордні 69,9 млрд. доларів США, або 11,4% федеральних контрактних витрат, для малого бізнесу (SDB) - що перевищує ціль адміністрації на 22 фінансовий рік - і понад 28 мільярдів доларів США для малого бізнесу, що належить ветеранам із обмеженими можливостями (SDVOB), або 4,6% федеральних контрактних витрат [26].

Дослідницька програма інновацій малого бізнесу (SBIR) - це висококонкурентна програма, яка заохочує малий бізнес досліджувати свій технологічний потенціал і створює стимул для отримання прибутку від його комерціалізації. Залучення кваліфікованих малих підприємств до науково-дослідної арени країни стимулює інновації у сфері високих технологій, а Сполучені Штати отримують дух підприємництва, оскільки вони задовольняють свої специфічні потреби в дослідженнях і розробках. SBIR націлений на підприємницький сектор, оскільки саме там процвітає більшість інновацій та новаторів. Однак ризик і витрати на проведення серйозних досліджень і розробок часто не під силу багатьом малим підприємствам. Резервуючи певний відсоток федеральних фондів досліджень і розробок для малого бізнесу, SBIR захищає малий бізнес і дозволяє йому конкурувати на тому ж рівні, що й великі підприємства. SBIR фінансує критичні етапи запуску, розробки та заохочує

комерціалізацію технології, продукту чи послуги, що, у свою чергу, стимулює економіку США [31].

Важливою програмою для малого бізнесу є програма передачі технологій (STTR) – це програма, яка розширює можливості фінансування на федеральній арені досліджень і розробок інновацій. Центральне місце в програмі займає розширення партнерства між державним і приватним секторами, яке включає можливості створення спільних підприємств для малого бізнесу та головних неприбуткових дослідницьких установ країни. Найважливішою роллю STTR є сприяння інноваціям, необхідним для вирішення наукових і технологічних викликів людства [35].

Адміністрація економічного розвитку (EDA) і Національна асоціація організацій розвитку (NADO) об'єдналися, щоб надати бібліотеку інформації, щоб допомогти місцевим чиновникам, фахівцям з економічного розвитку, лідерам громад і громадянам оцінити місцеві та регіональні активи, потреби та бачення в глобальному контексті, щоб досягнення довгострокового регіонального процвітання та стабільності.

Програма GSA для наставників-протеже підтримує довгострокові відносини між головними підрядниками GSA та малими підприємствами, щоб підвищити здатність протеже вигравати та успішно виконувати контракти та субпідряди GSA [32].

SSBCI було засновано Законом про робочі місця в малому бізнесі, щоб допомогти стимулювати кредитування до 15 мільярдів доларів США шляхом зміцнення інноваційних державних програм, які підтримують кредитування малого бізнесу приватним сектором, включаючи програми підтримки застави, програми доступу до капіталу (CAP) і програми гарантування кредитів. Щоб отримати доступ до коштів SSBCI, малий бізнес повинен подати заявку на державну програму кредитування.

Щоб стимулювати кредитування малого бізнесу, SBLF, яким керує Міністерство фінансів, має право надавати до 30 мільярдів доларів капіталу кваліфікованим громадським банкам та іншим цільовим кредиторам із активами

менше 10 мільярдів доларів. Для того, щоб стимулювати кредитування малого бізнесу, SBLF побудовано таким чином, що ціна, яку банк платить за фінансування SBLF, зменшуватиметься у міру збільшення кредитування малого бізнесу банком. Щоб отримати ці переваги, малий бізнес повинен звернутися до банків-учасників SBLF. На сьогоднішній день Казначейство отримало заявки від понад 250 установ на загальну суму понад 4 мільярди доларів США. Казначейство очікує завершити початкове фінансування в рамках програми в першому кварталі, а потім продовжить фінансувати установи на постійній основі [38].

Можна зауважити, що державна підтримка малого та середнього бізнесу сприяє створенню нових робочих місць, збільшенню конкурентоспроможності та стимулює інновації, що сприяє економічному зростанню в цілому. Державна підтримка малого та середнього бізнесу в США включає в себе програми та ініціативи, що реалізуються Адміністрацією малого та середнього бізнесу SBA. SBA є федеральним агентством, яке забезпечує підтримку, консультації та ресурси для малих підприємств у всіх аспектах їхньої діяльності. Основні програми SBA включають:

1. Програми кредитування. SBA надає гарантії кредитів для малих підприємств через комерційні банки та кредитні спілки, забезпечуючи їм доступ до фінансових ресурсів за вигідними умовами.

2. Програми грантів та фінансової допомоги. SBA надає гранти та фінансову допомогу для сприяння розвитку та розширення малого бізнесу, зокрема в галузі досліджень та розвитку.

3. Консультативна підтримка. SBA надає безкоштовні консультації, навчальні програми та інформаційні ресурси для підприємців з питань управління, фінансів, маркетингу та інших аспектів бізнесу.

4. Програми участі у закупівлях державних установ. SBA сприяє участі малих підприємств у державних закупівлях, допомагаючи їм отримувати контракти з федеральними установами.

Впродовж останніх років під керівництвом адміністрації Байдена було розширено і модернізовано існуючі програми підтримки, такі як програми

кредитування та грантів, з метою забезпечення більш широкого доступу до фінансових ресурсів для малих підприємств. Адміністрація Байдена акцентує увагу на підтримці різних груп підприємців, включаючи жінок, мігрантів, міноритети та інші уразливі категорії. Це допомагає розширити коло отримувачів державної підтримки та сприяє соціальній та економічній інклюзивності.

2.3 Порівняння сучасного бізнес-середовища США з досвідом зарубіжних країн

За даними Світового банку, у всьому світі малі та середні підприємства становлять близько 90% підприємств і більше половини всіх зайнятих. Порівняння сучасного бізнес-середовища США з досвідом країн Європейського Союзу (ЄС) відображається у різниці підходів до підприємництва, регулювання та підтримки малого та середнього бізнесу. Понад 99% підприємств у країнах Європейського Союзу є підприємствами малого та середнього бізнесу. Проаналізуємо динаміку розвитку малого та середнього бізнесу в економіці країн ЄС. Для опрацювання слугували статичні дані за останні 4 роки з 2020-2023 років [24]. Розглянемо кількість малих та середніх підприємств в Європейському Союзі починаючи з 2020 по 2023 рік (табл.2.3.)

Порівняння сучасного бізнес-середовища в США з досвідом ЄС є важливим інструментом для стимулювання економічного розвитку та сприяння інноваціям.

Таблиця 2.3. Кількість підприємств малого та середнього бізнесу в країнах ЄС за 2020-2023 роки

Рік	Кількість підприємств
2020	23 153 560
2021	23 638 555
2022	24 281 159
2023	24 348 524

Джерело: складено автором на основі [37]

З таблиці видно, що порівняно з 2020 роком, де кількість підприємств становила 23 153 560 у 2023 році спостерігається помітне зростання, що за чисельністю становить 24 348 524 підприємства [26]. Порівняємо особливості розвитку малого та середнього бізнесу в США та країнах ЄС впродовж 2020-2023 рр. (рис.2.7.).

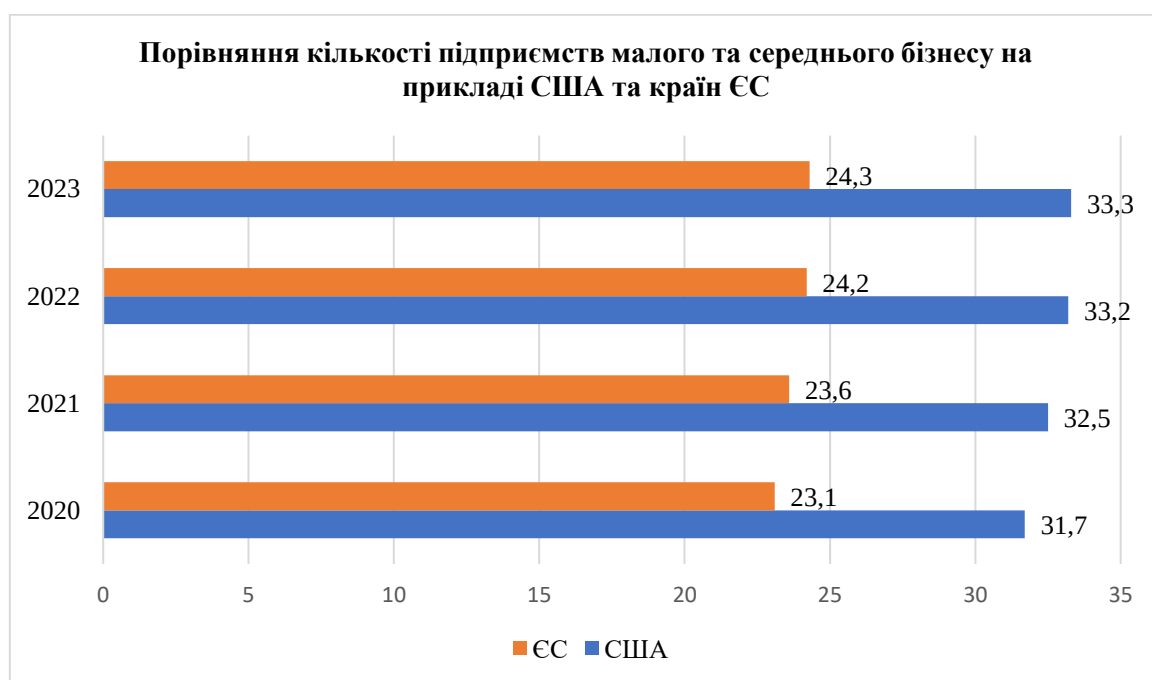


Рисунок 2.7 – Кількість підприємств малого та середнього бізнесу в США та країнах ЄС впродовж 2020-2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [38]

Порівняння рівня розвитку малого та середнього бізнесу в США та ЄС допомагає оцінити конкурентні переваги кожного регіону та зрозуміти, які аспекти можуть бути важливими для підтримки конкурентоспроможності. У США бізнес-середовище відоме своєю високою ступеню інноваційності, гнучкістю ринку праці та доступністю капіталу. Державна підтримка, зокрема через Адміністрацію малого бізнесу (SBA), надає широкий спектр фінансової та консультативної допомоги підприємствам [27].

У країнах ЄС, хоча також існують програми підтримки малого та середнього бізнесу, регулювання та ступінь захисту працівників можуть бути більш

жорсткими. Однак, у ЄС підприємництво активно сприяється через інвестиції в дослідження та розвиток, а також підтримку інноваційних стартапів через програми фінансування та акселератори [29].

У порівнянні, можна зазначити, що в США більша акцентується на індивідуальному підприємстві та конкурентоспроможності, тоді як у ЄС важливий більший захист працівників та соціальна стабільність. Обидва підходи мають свої переваги та недоліки, і вивчення їх досвіду може бути корисним для розвитку ефективних стратегій підтримки малого та середнього бізнесу в міжнародному контексті (рис.2.8.).

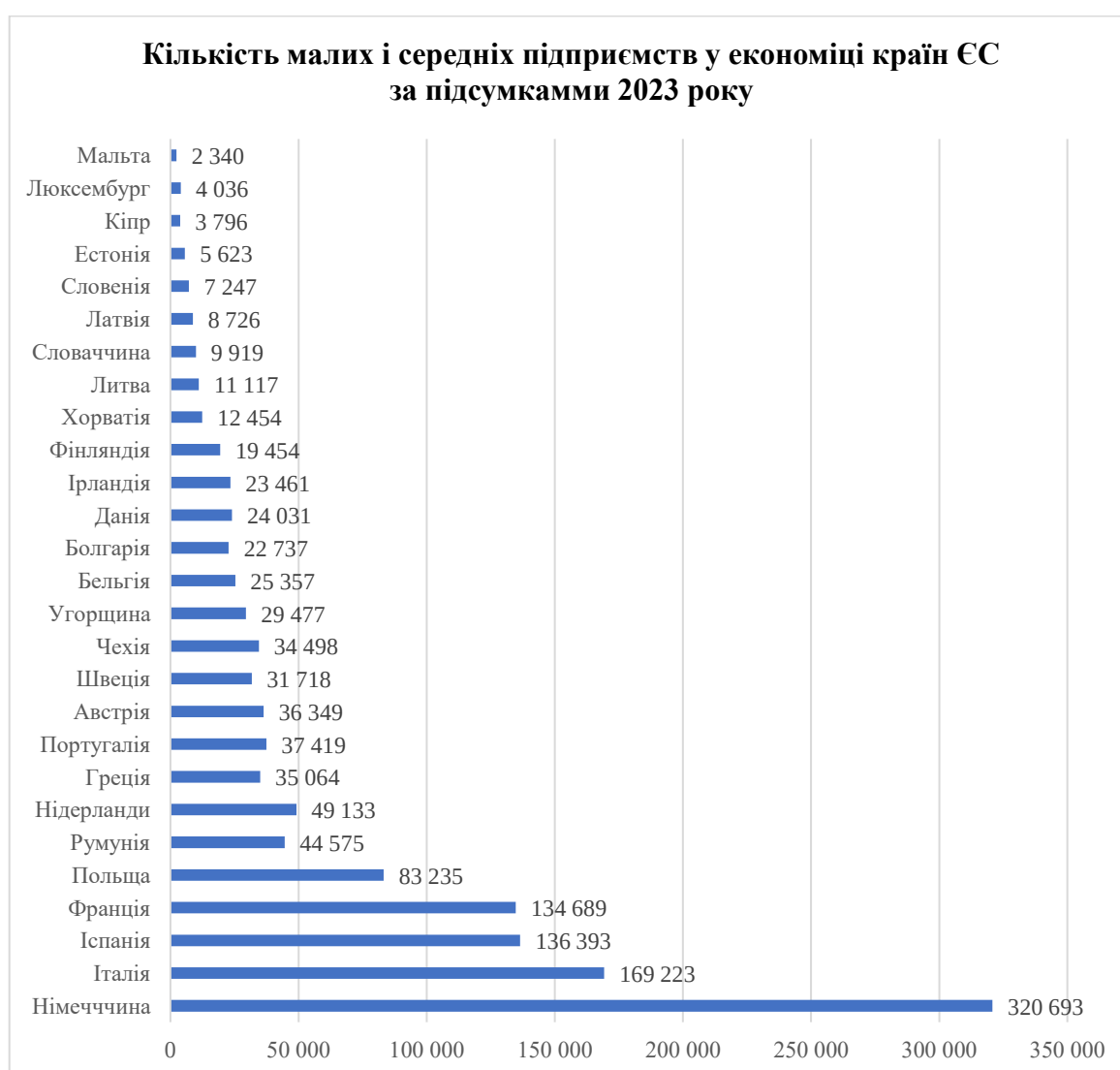


Рисунок 2.8 – Кількість малих і середніх підприємств у економіці Європейського Союзу держав-членів підсумками 2023 року

Джерело: складено автором на основі [32]

У 2023 році, незважаючи на те, що малий та середній бізнес був активним в багатьох галузях економіки країн Європейського Союзу, більшість підприємств працювали в низьких наукомістких галузях (рис.2.9).



Рисунок 2.9 - Розподіл малих і середніх підприємств в країнах Європейського Союзу у галузях з різними знаннями та технологіями інтенсивність у 2022 році за кількістю підприємств

Джерело: складено автором на основі [32]

Лише 30% підприємств малого та середнього бізнесу були активними у наукомістких або високотехнологічних галузях, де в них працювало 21% усіх працівників, що створили 26% загальної доданої вартості малого та середнього бізнесу у країнах Європейського Союзу (рис.2.10).

Натомість Згідно з аналітикою Адміністрації малого та середнього бізнесу за 2023 рік, існує 4,53 млн малих підприємств, які надають професійні, наукові та технічні послуги, що робить їх найпоширенішою галуззю для малого бізнесу. Це означає, що 13,6% із 33,3 млн малих підприємств у Сполучених Штатах працюють у цьому секторі - приблизно кожен сьомий.

З проаналізованих даних зрозуміло, що в США порівняно з країнами ЄС нараховується більша кількість підприємств малого та середнього бізнесу. Існує

кілька чинників, які можуть пояснити, чому в США більше підприємств малого та середнього бізнесу, ніж в Європейському Союзі (ЄС) [20]:



Рисунок 2.10 - Розподіл малих і середніх підприємств в країнах Європейського Союзу у галузях з різними знаннями та технологіями інтенсивність у 2022 році за кількістю працівників

Джерело: складено автором на основі [38]

1. Культурний контекст. В США підприємництво та підприємницька культура мають довгу історію і широке визнання. Успіх підприємців вважається справжнім досягненням, що стимулює багатьох людей створювати свої власні бізнеси. У ЄС, хоча підприємництво також важливе, але соціальна стабільність та захист працівників можуть бути важливішими чинниками, що змушують більшу частину населення обирати стабільну зайнятість у великих компаніях.

2. Сприятливе бізнес-середовище. В США існує сприятливе бізнес-середовище, що включає широкий доступ до фінансових ресурсів, розвинену систему підтримки малого бізнесу, низькі податки та малу кількість регуляторних обмежень у порівнянні з деякими країнами ЄС.

3. Гнучкість ринку праці. В США ринок праці частіше характеризується більшою гнучкістю, що сприяє зростанню малих бізнесів. У ЄС більш розвинені

соціальні захисти та законодавство, що може збільшувати витрати на працю для підприємств, особливо для малих і нових компаній.

4. Інновації та підтримка стартапів. В США існують широкі можливості для розвитку інновацій та підтримки стартапів через доступ до капіталу, інкубатори та акселератори. Це сприяє зростанню кількості малих і нових підприємств.

Ці фактори разом можуть пояснити вищу кількість підприємств малого та середнього бізнесу в США порівняно з ЄС.

Можна підсумувати, що порівняння сучасного бізнес-середовища США з досвідом країн Європейського Союзу (ЄС) відображає різницю у підходах до підприємництва та регулювання бізнесу. У США акцентується на індивідуальному підприємстві, інноваціях та доступності капіталу, тоді як у ЄС більша увага приділяється соціальній стабільності та захисту працівників. Обидва підходи мають свої переваги та недоліки, і вивчення досвіду кожного регіону може бути корисним для розвитку ефективних стратегій підтримки малого та середнього бізнесу.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ США

3.1. Проблеми функціонування малого та середнього бізнесу США

Десятиліттями Америка була відома як країна можливостей і процвітання бізнесу. З ВВП майже 20,5 трильйонів доларів США їх економіка є найбільшою у світі. Крім того, Сполучені Штати не тільки мають друге місце у світі за запасами природних ресурсів, але й долар США є також найбільш широко використовуваною валютою для глобальних економічних операцій. З його величезними ресурсами та переважною глобальною присутністю американський ринок відкриває багато можливостей для ведення малого та середнього бізнесу [26].

Малі та середні підприємства на сьогоднішній день сприяють економічному зростанню та інноваціям. Незважаючи на їхню здатність адаптуватися та відновлюватися після невдач, ці підприємства постійно стикаються з рядом проблем, які перешкоджають їхньому стабільному зростанню, США не виступає тут винятком. Ці проблеми зберігаються протягом багатьох років, створюючи постійні перешкоди для розвитку та довголіття підприємств малого та середнього бізнесу [28].

Бюро статистики праці США стверджує, що близько 20% підприємств малого та середнього бізнесу закриваються в перший рік. З такими цифрами не дивно, що люди хвилюються, починаючи бізнес. Але хороша новина полягає в тому, що багато поширених проблем, з якими стикаються компанії, можна вирішити [32].

Дані Торгової палати США свідчать, що 54% власників малого бізнесу в США називають інфляцію головною проблемою [38]. Насправді інфляція є найбільшою проблемою для малих підприємств, незалежно від регіону, кількості працівників чи галузі. Зобразимо динаміку провідних проблем, з якими стикається бізнес у США (3.1.).

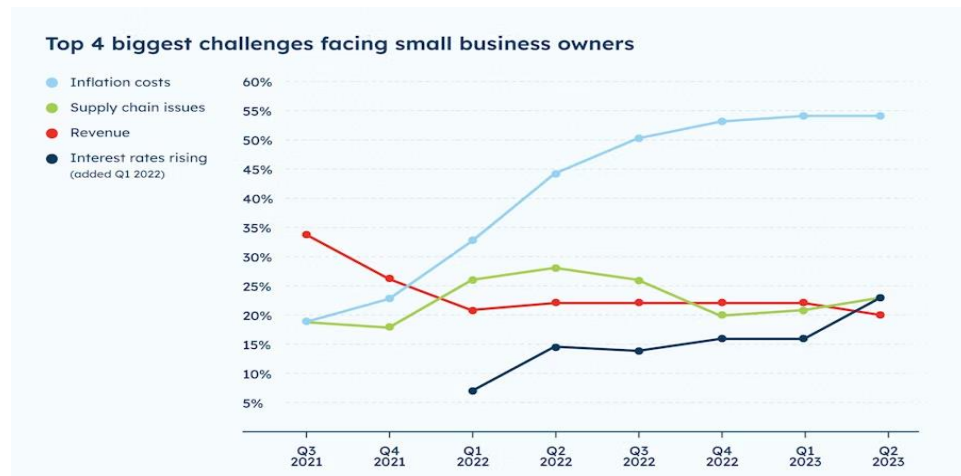


Рисунок 3.1 - Найбільші проблеми з якими стикаються засновники малого бізнесу в США за даними Торгової палати США

Джерело: складено автором на основі [38]

Проте малий бізнес у секторі професійних послуг найменше серед інших секторів стверджує, що витрати на інфляцію є їхньою найбільшою проблемою (37% проти 54-61% для інших секторів відповідно) [26]. Ця різниця не лише відображає результати третього кварталу 2023 року, але й свідчить про зміну порівняно з другим кварталом, коли малі підприємства у секторах професійних послуг і промисловості рідше вказували на інфляцію як на проблему порівняно з підприємствами сфери послуг. Окрім того інфляцію виступає найбільшою проблемою і станом на перший квартал 2024 року (рис. 3.2.).

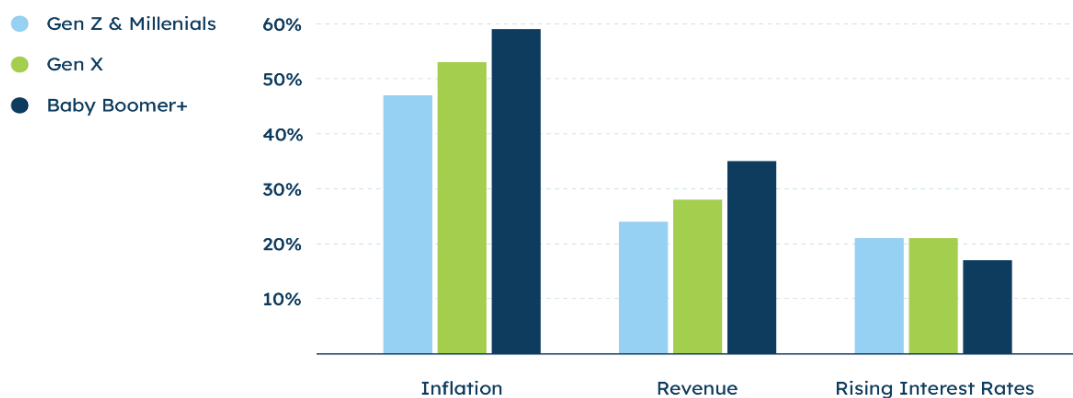


Рисунок 3.2 - Проблеми малого та середнього бізнесу в США станом на перший квартал 2024 року за даними Торговельної палати США

Джерело: складено автором на основі [38]

Занепокоєння щодо підвищення процентних ставок значно зросло. Майже чверть (23%) представників малого бізнесу кажуть, що підвищення процентних ставок є головною проблемою. Це значно більше, ніж у попередньому кварталі 2023 року (16%), і на десятих шість пунктів більше, ніж у 2022 році (7% у першому кварталі 2022 року) [28].

Підвищення відсоткових ставок спонукає деяких представників малого бізнесу говорити, що вони більш серйозно шукають фінансування. Три з чотирьох малих підприємств (76%) кажуть, що підвищення процентних ставок обмежує їхню здатність залучати капітал або фінансування для свого бізнесу. Сплеск також гальмує зростання, після цього 50% малих підприємств відкривають, що вони відклали плани щодо розвитку свого бізнесу через підвищення процентних ставок [37].

Затягнення як на ринках кредитування, так і на ринках прямих інвестицій створює проблеми для багатьох власників малого бізнесу, - зазначає Стефані Сімс, засновник Finance-Ability у Скоттсдейлі, штат Арізона. Підвищення відсоткових ставок ускладнює для деяких підприємців вимоги до фінансування.

Відсоток усіх малих підприємств, які вважають доходи головною проблемою, знизився з 22% з початку 2023 року до 20% в кінці року. Незважаючи на несприятливі поточні погляди, малі підприємства мають рекордні очікування щодо прибутку. Цілих 71% малих підприємств кажуть, що очікують збільшення доходів наступного року, що на сім пунктів більше, ніж у попередньому кварталі [32].

Найменші малі підприємства, власниками яких є жінки, а також ті, що належать особам, які пережили епідемію бебі-буму, або старші за віком, мають більшу стурбованість щодо доходу порівняно з їхніми колегами. Ці відмінності, окрім розбіжностей за поколінням власників, узгоджуються з четвертим кварталом 2023 року [26]. Порівняно з минулим кварталом, дещо більше малих підприємств, що належать бебі-буму або старшим поколінням, кажуть, що дохід є для них найбільшою проблемою (35% проти 24% у четвертому кварталі 2023 року).

Як на початку, так і в кінці 2023 року 23% малих підприємств сказали, що проблеми з постачанням є головною проблемою. Занепокоєння малих підприємств з проблемами постачання досягло піку в другому кварталі 2022 року: 28% повідомили про це як про головне занепокоєння. Відтоді занепокоєння спостерігало тенденцію до зниження: 26% у третьому кварталі 2022 року, 20% у четвертому кварталі 2022 року та 21% у минулому кварталі, заявивши, що ланцюги поставок викликають найбільше занепокоєння.

Дані Торговельної палати США свідчать, що малий та середній бізнес стикається з труднощами через посилення конкуренції, пристосовуючись до мінливих вимог ринку, технологічних змін і обмежень у знаннях, інноваціях і творчості. Однак через невеликий розмір і обмежені ресурси вони стикаються з такими серйозними проблемами:

1. Пошук/залучення нових клієнтів. Дослідження Statista показало, що між 2016 і 2022 роками найбільшою проблемою, з якою зіткнувся малий та середній бізнес у США стало залучення нових клієнтів. Однак ця проблема не стосується США певного періоду часу - це глобальна проблема, з якою постійно стикаються навіть найбільші та найуспішніші компанії.

Але великі компанії часто мають перевагу в залученні нових клієнтів завдяки своєму сильному бренду та фінансовим ресурсам. Навпаки, підприємства малого та середнього бізнесу часто відчують труднощі через обмежені ресурси та менші бюджети. Ця проблема ускладнюється тим, що витрати на залучення нових клієнтів зросли майже на 60% за останні шість років, що посилює тиск на підприємства будь-якого розміру, особливо на малі та середні підприємства [24].

2. Труднощі в отриманні фінансової підтримки. Однією з головних проблем для малих і середніх підприємств є отримання грошей, необхідних для ведення та розвитку свого бізнесу. Ця проблема часто виникає через те, що традиційні банки та кредитори можуть не наважуватися позичати гроші меншим підприємствам. Коли підприємства малого та середнього бізнесу не мають доступу до необхідних коштів, це може перешкоджати їхній здатності інвестувати в нові проекти, наймати більше працівників або навіть керувати повсякденною діяльністю. Тому що тоді

вони змушені покладатися на свої обмежені ресурси, що ускладнює ефективну конкуренцію чи адаптацію до мінливих умов ринку [26].

Однак у багатьох випадках малі та середні підприємства звертаються до альтернативних джерел фінансування, таких як особисті заощадження, сімейні позики або позики під високі відсотки, що може бути ризикованим і дорогим. Це може призвести до фінансового стресу, обмеженого потенціалу зростання та навіть краху бізнесу.

3. Боротьба зі зростаючою конкуренцією. Кожен власник малого або середнього бізнесу у США стикається з дедалі більшою кількістю конкурентів у своїй галузі. Такими конкурентами можуть бути інші підприємства малого та середнього бізнесу або більш відомі підприємства, що пропонують подібні продукти чи послуги. Отже, стикатися зі зростаючою конкуренцією в такій сфері бізнесу є звичною справою, особливо в міру їх розширення. У дослідженні малого та середнього бізнесу, проведеному Capterra, 16% малих і 24% середніх підприємств відзначили посилення конкуренції як серйозну проблему. Ця посилена конкуренція може призвести до зниження прибутку та частки ринку [22].

4. Адаптація до мінливих систем і процесів. Малий та середній бізнес у США часто стикається зі значними труднощами, коли системи та процеси, на які вони успішно поклалися роками, більше не відповідають їхнім змінним вимогам. Така ситуація особливо поширена в галузях, які характеризуються швидким технологічним прогресом і еволюцією ділової практики.

Наприклад, оскільки електронна комерція продовжує набувати популярності, традиційний звичайний магазин може виявити необхідність оновити свої процеси, щоб забезпечити надійну присутність в Інтернеті. Крім того, коли малі та середні підприємства зазнають значного зростання, чи то з точки зору розміру робочої сили, клієнтської бази чи операційного масштабу, операційні процедури, які колись безперебійно працювали для керування невеликою командою, можуть стати громіздкими та неефективними, якщо їх застосувати до більшої робочої сили чи розширеного бізнесу.

Адаптація до нових систем і процесів може бути дорогим і трудомістким для малого та середнього бізнесу. Але якщо вони не внесуть ці коригування, вони можуть застаріти та стати менш ефективними. Через це вони можуть втратити клієнтів через конкурентів, які використовують сучасні технології та кращі методи. Зрештою, це може призвести до зменшення надходження грошей і зниження прибутку.

5. Залучення потенційних клієнтів. Для малого та середнього бізнесу, який прагне утвердитися на конкурентних ринках, залучення високоякісних потенційних клієнтів, які згодом перетворюються на клієнтів, може бути важким завданням. Вирішальним фактором тут є якість потенційних клієнтів. Йдеться не лише про збільшення кількості потенційних клієнтів, але й про те, щоб вони були справді зацікавленими потенційними клієнтами. Багато малих і середніх підприємств стикаються з кількома перешкодами, пов'язаними із залученням потенційних клієнтів, і вирішення цих проблем має вирішальне значення для сталого зростання.

6. Маркетинг з обмеженим бюджетом. Малі та середні підприємства мають обмежені фінансові ресурси порівняно з більшими конкурентами, тому ефективне просування їхніх продуктів чи послуг стає складним завданням.

Вони не можуть дозволити собі великі рекламні кампанії, великі маркетингові команди або дорогі інструменти та технології. Це обмеження може перешкодити їхній здатності охопити цільову аудиторію та конкурувати на переповненому ринку. Крім того, малі та середні підприємства можуть не мати впізнаваності бренду, що ускладнює визначення без значних маркетингових інвестицій [28].

Щоб вирішити цю проблему, малі та середні підприємства мають зосередитися на стратегіях цифрового маркетингу, адаптованих до їхніх бюджетних обмежень: контент-маркетинг: створюйте інформативний та цікавий контент, пов'язаний із вашою галуззю чи нішею.

Можна підсумувати, що проблеми, вказані Торговельною палатою США, суттєво впливають на розвиток малого та середнього бізнесу в США. Серед основних проблем наступні:

- Інфляція. Зростання рівня цін призводить до зменшення покупчої спроможності громадян та збільшення витрат на виробництво для бізнесів. Це може призвести до скорочення прибутку малого та середнього бізнесу, особливо якщо вони не можуть перенести зростання витрат на споживачів через конкурентність ринку.
- Підвищення відсоткових ставок. Збільшення відсоткових ставок у банках ускладнює доступ до кредитів для малих і середніх підприємств. Це може обмежити їхню можливість фінансування розвитку, інвестицій у нові проекти та розширення бізнесу.
- Недостатність доходів. Зменшення доходів споживачів може призвести до зменшення попиту на товари та послуги малих і середніх підприємств. Це може вплинути на їхні обсяги продажів та прибутковість.
- Проблеми з постачанням. Нестабільність ланцюга постачання, затримки у поставках сировини та матеріалів можуть спричинити перерви у виробництві та недосягнення планованих обсягів виробництва. Це може призвести до втрат замовлень та втрати довіри клієнтів.

Дані Торговельної палати США свідчать, що малий та середній бізнес стикається з труднощами через посилення конкуренції, пристосовуючись до мінливих вимог ринку, технологічних змін і обмежень у знаннях, інноваціях і творчості.

3.2. Напрямки оптимізації малого та середнього бізнесу США

З огляду на проблеми функціонування малого та середнього бізнесу в США визначимо основні напрямки оптимізації малого та середнього бізнесу. Торговельна палата США серед основних проблем функціонування визначила інфляцію, зростання відсоткових ставок, доходи та проблеми із постачанням.

Напрями оптимізації з урахуванням визначених Торговельною палатою США проблем наступні [22]:

Зменшення інфляції може бути складним завданням, але уряд США може вжити кілька заходів для сприяння стабілізації цін у секторі малого та середнього бізнесу. Федеральна резервна система (ФРС) може змінювати процентні ставки для контролю інфляції. Підвищення ставок може знизити кредитування та знизити витрати споживачів, що може зменшити інфляційний тиск [33].

Уряд може зменшити витрати та обмежити збільшення бюджетного дефіциту, щоб знизити загальний попит інфляційні товари та послуги. Американський уряд може здійснювати політику щодо курсу валют, щоб контролювати інфляцію і вартість імпортованих товарів.

Забезпечення фінансової підтримки, кредитів та інших ресурсів для розвитку та стабілізації малих і середніх підприємств може сприяти збереженню цін на рівні, доступному для споживачів. Збільшення інвестицій у виробництво та інновації може зменшити інфляційний тиск, збільшивши товарну пропозицію та ефективність виробництва. Уряд може вжити заходів для контролю за цінами на деякі ключові товари та послуги, які суттєво впливають на загальний рівень інфляції. Це лише кілька можливих заходів, які уряд США може розглянути для зменшення інфляції в секторі малого та середнього бізнесу. Комбінація різних заходів може бути ефективною стратегією для досягнення цієї мети [35].

Зменшення процентних ставок для малого та середнього бізнесу може бути спрощене шляхом кількох заходів. Федеральна резервна система (ФРС) може зменшити офіційну процентну ставку, яка впливає на процентні ставки, за якими банки позичають кошти один одному. Це може призвести до зменшення процентних ставок для позик, які отримують підприємства малого та середнього бізнесу. Уряд може здійснити фіскальні заходи, щоб стимулювати банки до надання позик малому та середньому бізнесу за зниженими процентними ставками. Наприклад, уряд може запровадити програми гарантій позик або надавати субсидії банкам, які надають позики підприємствам малого та середнього бізнесу зі зниженими процентними ставками. Створити також можна спеціальні програми

підтримки для малих та середніх підприємств, які передбачають надання низькопроцентних або безвідсоткових позик, грантів або інших видів фінансової підтримки [26].

Впливати на банківську систему уряд може через регуляторні механізми, щоб стимулювати банки до надання позик за зниженими процентними ставками. Уряд може сприяти конкуренції на ринку позик, що призведе до зниження процентних ставок. Це може бути досягнуто шляхом зменшення бюрократичних перешкод для нових учасників на ринку, або заохоченням конкуренції через різноманітні програми інкубації та підтримки нових фінансових установ. Ці заходи можуть допомогти уряду США зменшити процентну ставку в галузі малого та середнього бізнесу і сприяти їхньому розвитку та зростанню.

Уряд США може сприяти зростанню доходів в галузі малого та середнього бізнесу шляхом різноманітних заходів. Зокрема зменшення податкових ставок для малих та середніх підприємств або надання податкових кредитів для стимулювання інвестицій та розвитку бізнесу. Введення податкових пільг або стимулів для компаній, які наймають більше працівників або збільшують заробітну плату [23].

Фінансова підтримка може включати надання доступу до кредитів та фінансових ресурсів через програми державних гарантій, підтримки кредитування та грантів. Створення спеціальних фондів або інвестиційних програм для підприємств малого та середнього бізнесу з метою залучення капіталу [28].

Підтримка експорту та міжнародної торгівлі включає надання підтримки підприємствам малого та середнього бізнесу для розвитку експортних можливостей та доступу до міжнародних ринків через консультації, фінансову підтримку та торговельні угоди.

Важливим аспектом сприяння розвитку інновацій та технологій є фінансування програм та ініціатив, спрямованих на розвиток нових технологій та інновацій у галузі малого та середнього бізнесу. Надання підтримки для досліджень та розвитку нових продуктів та послуг, що можуть стати джерелом нових доходів для підприємств [37].

Навчання та розвиток робочої сили можна оптимізувати шляхом забезпечення доступу до програм навчання, підвищення кваліфікації та підтримки для підприємств з метою підвищення продуктивності праці та доходів.

Запровадження законів, що сприяють спрощенню бізнес-процесів, зменшенню бюрократичних перешкод та підвищенню конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу.

Уряд США може вирішувати проблеми з постачанням в галузі малого та середнього бізнесу шляхом різних заходів.

Сприяння наданні фінансової підтримки через програми державних грантів, позик або страхування для підприємств, які мають проблеми з постачанням. Створення спеціальних фондів або кредитних ліній для МСП з метою забезпечення доступу до фінансування для закупівлі сировини та матеріалів [34].

Важливою також виступає підтримка розвитку малих і середніх постачальників через програми консультацій, навчання та фінансової підтримки для покращення їхніх виробничих процесів та якості продукції.

Покращення технічної допомоги та консультування можливе шляхом надання доступу до консультантів та експертів з управління ланцюгом постачання для оптимізації процесів закупівель та управління запасами. Проведення навчальних семінарів та курсів з підвищення кваліфікації для менеджерів та власників бізнесу щодо управління ланцюгом постачання.

Стимулювання інновацій та автоматизації можливе шляхом надання фінансової підтримки для впровадження нових технологій та автоматизації в процесах закупівель та управління ланцюгом постачання. Заохочення розвитку інноваційних рішень для оптимізації постачальницьких ланцюгів та забезпечення надійного постачання [32].

Співпрацю з галузевими асоціаціями та організаціями можна встановити партнерством з галузевими асоціаціями та організаціями для обміну кращими практиками, ресурсами та інформацією щодо управління ланцюгом постачання та рішенням проблем.

Дані Торговельної палати США свідчать, що малий та середній бізнес стикається у США також стикається з труднощами через посилення конкуренції, пристосовуючись до мінливих вимог ринку, технологічних змін і обмежень у знаннях, інноваціях і творчості. Розглянемо шляхи оптимізації підприємств малого та середнього бізнесу не з точки зору уряду, а виокремимо шляхи оптимізації саме для підприємств малого та середнього бізнесу в США.

Залучення клієнтів для малого та середнього бізнесу в США можна оптимізувати за такою схемою [27]:

1. Кожному підприємству малого та середнього бізнесу необхідно визначити цільову аудиторію та використовуйте рекламні канали, які їй найбільше підходять (соціальні мережі, пошукові системи, реклама на сайтах тощо).

2. Важливо також переконатися, що веб-сайт зручний для користувачів, швидко завантажується та має чітке повідомлення про послуги підприємства чи товари.

3. Необхідно активно використовувати соціальні мережі для взаємодії зі своєю аудиторією, публікуйте цікавий контент та взаємодійте зі своїми підписниками.

4. Рекомендовано створювати корисний та цікавий контент, який привертає увагу цільової аудиторії та допомагає вирішувати їхні проблеми чи задовольняти потреби.

5. Можна розробити програми лояльності та залучення клієнтів, щоб стимулювати повторні покупки та рекомендації бізнесу своїм знайомим.

6. Необхідно використовувати аналітичні інструменти для відстеження ефективності маркетингової стратегії та вносити зміни на основі отриманих даних.

Отримання фінансової підтримки для малого та середнього бізнесу в США може бути складним через такі причини як кредитна історія, високі вимоги, велика конкуренція, ризикованість, зміни у регулюванні [28].

Для подолання цих труднощів можна розглянути альтернативні джерела фінансування, такі як інвестиційні фонди, краудфандинг, програми урядової підтримки для малих бізнесів та співпрацю з місцевими розвитковими

організаціями. Також важливо мати докладний бізнес-план та готовність відповісти на питання потенційних інвесторів чи кредиторів.

Для покращення боротьби з конкуренцією в рамках оптимізації малого та середнього бізнесу в США можна розглянути наступні стратегії [28]:

1. Розробити і відзначити особливості продукту чи послуги, які зроблять бізнес унікальним у порівнянні з конкурентами.
2. Забезпечити високу якість продуктів чи послуг, щоб зберегти та залучити клієнтів. Якість може бути ключовим фактором в конкурентному середовищі.
3. Постійне удосконалення та інновації у бізнесі, щоб виходити попереду конкурентів і відповідати на зміни в ринкових умовах.
4. Використання цільової та креативної маркетингової стратегії, щоб привернути увагу цільової аудиторії та виділитися серед конкурентів.
5. Інвестиції у розвиток бренду та створення позитивного сприйняття вашого бізнесу серед клієнтів.
6. Будування довіри та взаємодія зі своєю аудиторією через соціальні мережі, електронну пошту, відгуки клієнтів та інші канали комунікації.

Адаптація до мінливих систем і процесів є ключовою для оптимізації малого та середнього бізнесу в США. Було розроблено такі стратегії оптимізації адаптації до мінливих систем і процесів:

1. Готовність швидкої адаптації до швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах, законодавстві, технологіях та вимогах споживачів.
2. Інвестиції у постійне навчання своєї команди та самоосвіту, щоб бути в курсі останніх тенденцій у вашій галузі та в управлінні бізнесом.
3. Використання сучасних технологій для автоматизації процесів, підвищення ефективності та покращення комунікації як всередині компанії, так і з клієнтами.
4. Постійне вдосконалення процесів та систем у бізнесі, шукаючи можливості оптимізації та покращення продуктивності.
5. Готовність приймати ризики та експериментувати з новими ідеями та стратегіями, щоб забезпечити розвиток та конкурентоспроможність бізнесу.

6. Розгляд можливості співпраці з іншими компаніями, стартапами, або навіть конкурентами, для спільного розвитку нових ініціатив та проектів.

Адаптація до мінливих умов є важливим елементом успіху для малого та середнього бізнесу в будь-якій країні, в тому числі і в США [26].

Таким чином, у зв'язку з проблемами, виявленими Торговельною палатою США, щодо функціонування малого та середнього бізнесу, основні напрямки оптимізації мають такі аспекти:

- Інфляція. Уряд США може застосовувати різні заходи для зменшення інфляційного тиску, такі як контроль витрат, політика відсутності та моніторинг цін на ключові товари та послуги.
- Підвищення відсоткових ставок. Федеральна резервна система може вплинути на процентні ставки, змінюючи офіційну процентну ставку, а також уряд може сприяти зниженню відсоткових ставок через програми гарантії позик та інші стимули для банків.
- Недостатність доходів та проблеми з постачанням. Забезпечення фінансової підтримки та стимулювання конкуренції у банківській системі можуть допомогти зберегти стабільність цін та забезпечити доступ до ресурсів для розвитку бізнесу.
- Проблеми з постачанням. Співпраця з галузевими асоціаціями та організаціями також може сприяти обміну кращими практиками та ресурсами для ефективного управління ланцюгом постачання та вирішення проблем.

3.3.Оцінка соціально-економічної ефективності та результативності пропозицій

Заходи, що були запропоновані для оптимізації роботи уряду США стосовно зменшення інфляції та зниження процентних ставок в галузі малого та середнього бізнесу можуть мати позитивний соціально-економічний вплив, але їх ефективність та результативність можуть бути різними в залежності від конкретних умов і контексту. Переваги таких заходів можуть включати (табл.3.1.):

Таблиця 3.1. Переваги запропонованих заходів стосовно зменшення інфляції урядом США

Перевага	Характеристика
Зниження фінансового тиску	зменшення процентних ставок та інфляції може зменшити фінансовий тиск на підприємства, дозволяючи їм зменшити витрати на позики та збільшити інвестиції в розвиток бізнесу.
Стимулювання економічного зростання	зменшення інфляції та стабілізація цін може сприяти стабільному економічному зростанню, що в свою чергу сприятиме зростанню доходів та зайнятості в галузі малого та середнього бізнесу
Збільшення доступу до фінансових ресурсів	зниження процентних ставок та надання фінансової підтримки може збільшити доступ малого та середнього бізнесу до необхідних ресурсів для розвитку та розширення бізнесу
Зниження вартості кредитів -	зменшення процентних ставок може знизити вартість позик для малого та середнього бізнесу, що дозволить їм здійснювати нові інвестиції та розширювати свою діяльність.

Джерело: складено автором на основі [26]

Однак, важливо враховувати можливі ризики та обмеження. Ініціативи зменшення інфляції та процентних ставок можуть вимагати значних ресурсів з боку уряду, що може обмежити їхню реалізацію у разі фінансових обмежень. Зменшення процентних ставок може сприяти зростанню інвестицій, але також може створити ризики для фінансової стабільності та створити умови для появи спекулятивних бульбашок. Успішність політики зменшення інфляції та процентних ставок може залежати від реакції ринків та інших зовнішніх факторів, що може ускладнити прогнозування її ефектів. Хоча запропоновані заходи можуть мати позитивний вплив на галузь малого та середнього бізнесу, їх ефективність та результативність варіюватимуть залежно від конкретних умов і контексту в кожному випадку [26].

Запропоновані заходи для зменшення процентних ставок у галузі малого та середнього бізнесу мають потенційно значний соціально-економічний вплив. Загалом, ці заходи можуть сприяти збільшенню фінансової стабільності, розвитку

бізнесу та зростанню економіки в цілому, а також стимулювати соціальний прогрес через створення нових можливостей для зайнятості та розвитку спільнот. Серед переваг запропонованих заходів наступні (табл.3.2.):

Таблиця 3.2. Переваги запропонованих заходів стосовно зменшення процентних ставок урядом США

Перевага	Характеристика
Зниження фінансового навантаження	зменшення процентних ставок знижує фінансове навантаження на малі та середні підприємства, допомагаючи їм зберегти більше прибутку для подальшого розвитку та інвестицій.
Стимулювання інвестицій	нижчі процентні ставки стимулюють підприємства до більших інвестицій у розвиток бізнесу, нові технології та інновації, що сприяє зростанню економіки та конкурентоспроможності.
Підтримка нових підприємств	спрощення умов отримання позик може стимулювати заснування нових підприємств та розвиток підприємництва, що сприяє збільшенню числа робочих місць та загальному економічному зростанню.
Зниження ризику фінансових ускладнень	можливість отримання доступних кредитів під низькі процентні ставки допомагає малому та середньому бізнесу зберегти стійкість у складних економічних умовах та періодах нестабільності.
Збільшення конкурентоспроможності	зниження витрат на кредити дозволяє підприємствам знизити витрати на виробництво, що може позитивно вплинути на їхню конкурентоспроможність на ринку.
Стимулювання розвитку малих галузей	можливість отримання доступних кредитів сприяє розвитку малих галузей, що мають важливе значення для місцевої економіки та зайнятості.

Джерело: складено автором на основі [26]

Розглянуті заходи соціально-економічної ефективності для зростання доходів в галузі малого та середнього бізнесу мають потенціал позитивно вплинути на розвиток цього сектору та економіки в цілому (табл.3.3.):

Ці заходи спрямовані на стимулювання розвитку та конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу, що може призвести до загального зростання доходів в цьому секторі та сприяти економічному зростанню країни. Однак важливо враховувати, що успішність цих заходів залежить від їхньої ефективності та відповідності конкретним потребам та умовам ринку [28].

Таблиця 3.3. Переваги запропонованих заходів стосовно зростання доходів в галузі малого та середнього бізнесу у США

Перевага	Характеристика
Зменшення податкового тягару	зниження податкових ставок та надання податкових пільг для МСП може стимулювати інвестиції, збільшення заробітної плати працівників та загальне зростання доходів підприємств.
Фінансова підтримка та доступ до кредитів	забезпечення доступу до фінансових ресурсів через державні гарантії, кредитну підтримку та гранти допомагає МСП залучати необхідний капітал для розвитку та інновацій.
Підтримка експорту та міжнародної торгівлі	сприяння розвитку експортних можливостей та доступу до міжнародних ринків допомагає розширити сферу діяльності МСП та збільшити їхні доходи.
Розвиток інновацій та технологій	фінансова підтримка та стимулювання розвитку нових технологій та інновацій сприяє створенню нових продуктів та послуг, що можуть стати джерелом нових доходів для підприємств.
Навчання та розвиток робочої сили	забезпечення доступу до програм навчання та підвищення кваліфікації працівників допомагає підприємствам підвищити продуктивність праці та доходи.
Спрощення бізнес-процесів	запровадження законодавчих змін для спрощення бізнес-процесів та зменшення бюрократичних перешкод допомагає підприємствам зосередитися на розвитку свого бізнесу та збільшенні прибутків.

Джерело: складено автором на основі [26]

Ці заходи спрямовані на стимулювання розвитку та конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу, що може призвести до загального зростання доходів в цьому секторі та сприяти економічному зростанню країни. Однак важливо враховувати, що успішність цих заходів залежить від їхньої ефективності та відповідності конкретним потребам та умовам ринку [28].

Запропоновані заходи для вирішення проблем з постачанням в галузі малого та середнього бізнесу виглядають досить комплексно та цілеспрямовано. Оцінка їх ефективності може бути такою (табл.3.4.).

Загалом, ці заходи мають потенціал допомогти уряду США вирішити проблеми з постачанням в галузі малого та середнього бізнесу, сприяючи їхньому стабільному функціонуванню та розвитку.

Запропоновані в ході написання другого розділу бакалаврської роботи заходи оптимізації стосовно залучення клієнтів для малого та середнього бізнесу в США, отримання фінансової підтримки для малого та середнього бізнесу в США, покращення боротьби з конкуренцією в рамках оптимізації малого та середнього

бізнесу, адаптації до мінливих систем і процесів мають потенціал покращити соціально-економічну ефективність малого та середнього бізнесу в США.

Таблиця 3.4. Переваги запропонованих заходів стосовно вирішення проблем з постачанням США

Перевага	Характеристика
Фінансова підтримка через програми державних грантів, позик або страхування	цей захід дозволить підприємствам з проблемами з постачанням отримати доступ до необхідних ресурсів і може значно полегшити їхню ситуацію.
Підтримка розвитку малих і середніх постачальників	програми консультацій, навчання та фінансової підтримки спрямовані на покращення виробничих процесів і якості продукції, що може позитивно позначитися на їхній конкурентоспроможності.
Покращення технічної допомоги та консультування	надання доступу до експертів з управління ланцюгом постачання та проведення навчальних заходів може допомогти оптимізувати процеси закупівель та управління запасами.
Стимулювання інновацій та автоматизації	фінансова підтримка для впровадження нових технологій і заохочення розвитку інноваційних рішень можуть підвищити ефективність постачальницьких ланцюгів та забезпечити надійне постачання.
Співпраця з галузевими асоціаціями та організаціями	встановлення партнерства для обміну кращими практиками та ресурсами може сприяти швидшому вирішенню проблем та впровадженню ефективних рішень.

Джерело: складено автором на основі [26]

Залучення цільової аудиторії через різноманітні канали та створення якісного контенту може сприяти збільшенню обсягів продажів і залученню нових клієнтів. Отримання фінансової підтримки та покращення боротьби з конкуренцією також можуть забезпечити стабільність та розвиток бізнесу. Адаптація до мінливих умов дозволить підприємствам ефективно реагувати на зміни на ринку та збільшити їхню конкурентоспроможність [20].

Пропоновані заходи для оптимізації малого та середнього бізнесу в США, які були висунуті в другому розділі бакалаврської роботи, включають зменшення інфляції, зниження відсоткових ставок, зростання доходів, збільшення постачання, привернення клієнтів, отримання фінансової підтримки, покращення боротьби з конкуренцією та адаптацію до змінливих систем і процесів. Ці заходи можуть покращити ефективність малого та середнього бізнесу в США, збільшуючи продажі, залучаючи нових клієнтів, забезпечуючи стабільність та розвиток, а також підвищуючи конкурентоспроможність через адаптацію до змін у ринкових умовах.

ВИСНОВКИ

В даній кваліфікаційній роботі досліджуються теоретичні та аспекти сучасного бізнес-середовища США. За результатами дослідження можуть бути сформувані наступні висновки.

У першому розділі роботи нами було зазначено, що поняття та сутність бізнесу тісно пов'язані з підприємництвом, оскільки ці терміни часто використовуються як синоніми. Бізнес визначається як діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку, що історично розвивалася від ремісництва та торгівлі у середньовіччі до сучасного підприємництва. Економісти, такі як Річард Кантільйон, Адам Сміт, Карл Маркс та Пітер Друкер, підкреслювали роль бізнесу у створенні нових благ, задоволенні потреб споживачів та отриманні прибутку. Сучасні дослідники акцентують увагу на значущості бізнесу в економічному та соціальному розвитку, інноваціях та ефективному використанні ресурсів. Бізнес можна визначити як підприємницьку діяльність, що спрямована на отримання прибутку через створення товарів або послуг, задовольняючи потреби споживачів.

Історичні передумови розвитку бізнес-середовища в США починаються з колоніального періоду, який заклав основи економічного розвитку через торгівлю та ремісництво. Американська революція забезпечила політичну та економічну незалежність, що стимулювало підприємництво. Промислова революція 19 століття сприяла технологічним проривам, створенню великих корпорацій та розвитку банківської системи. Події 20 століття, такі як світові війни та холодна війна, сприяли розвитку воєнно-промислового комплексу та розширенню міжнародних ринків. Таким чином, бізнес-середовище в США сформувалося під впливом багатьох історичних подій та економічних процесів, створюючи сприятливі умови для динамічного та конкурентоспроможного бізнесу.

Малий та середній бізнес відіграють ключову роль в економіці США, забезпечуючи значну частину зайнятості та економічної активності. Вони сприяють створенню нових робочих місць, насичують ринок новими товарами та послугами, задовольняють потреби великих підприємств та впроваджують інновації. Ці підприємства працюють у різних секторах економіки, таких як торгівля, громадське харчування, сільське господарство, промисловість та

будівництво, забезпечуючи гнучкість та інноваційність у бізнесі. Звіт Агентства з малого бізнесу США за 2023 рік підтверджує їх значущість у створенні робочих місць, стимулюванні інновацій та сприянні економічному зростанню. Таким чином, малий та середній бізнес є важливим компонентом економіки США, забезпечуючи значну частину зайнятості та економічної активності. Їх роль у розвитку економіки, створенні нових робочих місць та впровадженні інновацій є невід'ємною частиною сучасного бізнес-середовища Сполучених Штатів.

У другому розділі роботи, ми визначили, що малий і середній бізнес (МСБ) у США є основним рушієм економічного зростання та зайнятості. Станом на 2023 рік у США зареєстровано 33 185 550 МСБ, з яких 98% мають менше 100 працівників, а 89% - менше 20 працівників. Каліфорнія, Техас і Флорида мають найбільшу кількість малих підприємств, тоді як Вайомінг та Аляска - найменшу. У 2023 році кількість працівників малого бізнесу досягла 61,6 млн осіб, що становить 45,9% від загальної кількості працівників США. Найбільша частка малого бізнесу зосереджена у професійних, наукових і технічних послугах, будівництві, транспортуванні та складуванні, нерухомості, роздрібній торгівлі, охороні здоров'я, соціальній допомозі, мистецтві, розвагах, харчуванні, фінансах та страхуванні. МСБ є основним компонентом економіки США, забезпечуючи значну кількість робочих місць та стимулюючи економічне зростання.

Аналіз ефективності державної підтримки МСБ в США свідчить про значні успіхи. Державна підтримка через Адміністрацію малого бізнесу (SBA) стимулює зростання цього сектору. Програми кредитування, грантів і фінансової допомоги забезпечують підприємствам доступ до фінансових ресурсів. Спеціальні програми для жінок, міноритаріїв та ветеранів сприяють інклюзивному економічному зростанню. SBA також надає консультаційну підтримку та допомагає малим підприємствам отримувати державні контракти. Під керівництвом адміністрації Байдена було розширено програми підтримки, акцентуючи увагу на підтримці різних груп підприємців. Державна підтримка МСБ є важливим інструментом для стимулювання економічного зростання, створення робочих місць та підвищення конкурентоспроможності.

Порівняння бізнес-середовища США з країнами ЄС вказує на суттєві відмінності в підходах до підтримки МСБ. У США бізнес-середовище

характеризується інноваційністю, гнучкістю ринку праці та доступністю капіталу. Державна підтримка через SBA забезпечує широкий спектр фінансової та консультативної допомоги. У країнах ЄС, хоча існують програми підтримки МСБ, регулювання та захист працівників є більш жорсткими. ЄС активно інвестує в дослідження та розвиток, підтримуючи інноваційні стартапи. У США більша кількість МСБ порівняно з ЄС, що пояснюється сприятливим бізнес-середовищем, гнучкістю ринку праці та можливостями для інновацій. У США підприємництво має довгу історію та широке визнання, тоді як у ЄС акцент більше робиться на соціальну стабільність та захист працівників. Обидва підходи мають свої переваги: США орієнтовані на індивідуальне підприємництво, інновації та доступність капіталу, тоді як ЄС фокусується на соціальній стабільності та захисті працівників. Вивчення досвіду кожного регіону може бути корисним для розробки ефективних стратегій підтримки МСБ.

У третьому розділі роботи нами було зазначено, що малий і середній бізнес (МСБ) в США є основним рушієм економічного зростання та інновацій, забезпечуючи значну частину зайнятості. У 2023 році в США зареєстровано 33 185 550 МСБ, з яких 98% мають менше 100 працівників. МСБ стикаються з численними проблемами, такими як інфляція, підвищення відсоткових ставок, недостатність доходів та проблеми з постачанням. Ці проблеми ускладнюють стабільний розвиток і довготривалий успіх підприємств.

Основні напрями оптимізації функціонування МСБ включають заходи з боку уряду та самих підприємств. Для зменшення інфляції уряд може застосовувати підвищення ставок Федеральною резервною системою, зменшення бюджетного дефіциту, контроль валютного курсу, надання фінансової підтримки та інвестиції у виробництво та інновації. Зниження процентних ставок може бути досягнуто шляхом зменшення офіційної процентної ставки, стимулювання банків до надання позик зі зниженими процентними ставками та створення спеціальних програм підтримки.

Зростання доходів МСБ можна досягти через зниження податкових ставок, надання податкових кредитів, фінансову підтримку, сприяння експорту та розвиток інновацій. Проблеми з постачанням можуть бути вирішені через фінансову

підтримку, розвиток малих і середніх постачальників, надання технічної допомоги та стимулювання інновацій.

Для покращення конкурентоспроможності підприємства мають зосередитися на залученні клієнтів, використанні цільових рекламних каналів, активному використанні соціальних мереж, створенні якісного контенту, розробці програм лояльності та використанні аналітичних інструментів. Отримання фінансової підтримки можна покращити через альтернативні джерела фінансування, такі як інвестиційні фонди, краудфандинг та програми урядової підтримки.

Адаптація до мінливих умов включає інвестиції в сучасні технології, постійне навчання команди, впровадження інновацій та співпрацю з іншими компаніями. Важливо бути готовими до швидких змін, удосконалювати процеси та експериментувати з новими ідеями та стратегіями.

Запропоновані заходи для оптимізації МСБ мають потенціал покращити соціально-економічну ефективність, збільшуючи продажі, залучаючи нових клієнтів, забезпечуючи стабільність та розвиток, а також підвищуючи конкурентоспроможність через адаптацію до змін у ринкових умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрющенко К. А. Вплив державного регулювання на розвиток бізнесу: досвід США. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 13. С. 62-64.
2. Біла І.С. Світовий досвід державного регулювання підприємництва / І.С. Біла, Н.М. Салатюк // Проблеми економіки. 2014. №1 . С. 26-30.
3. Георгіаді Н.Г., Князь С.В. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2009. 196 с.
4. Добрава Н.В. Основи бізнесу : навчальний посібник. Одеса : Бондаренко М.О., 2018. 305 с.
5. Захист малого і середнього бізнесу під час пандемії: ЄС, Швейцарія, Велика Британія, США, ЄС. Інформаційно-дослідницький центр Верховної Ради України. 2020. 6 с.
6. Калабухова С.В. Визначення соціально-економічної сутності підприємницької діяльності як об'єкта аналітичного забезпечення. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2011. Випуск 8 (29). Ч. 1. С. 210-226.
7. Капітан В.О. Зарубіжний досвід формування державної стратегії розвитку малого бізнесу задля забезпечення зайнятості населення. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 4. С. 115-119.
8. Король С.П. Сучасні тенденції розвитку малого бізнесу в країнах Європейського Союзу. URL: <https://kneu.edu.ua/ua/>. (дата звернення: 26.02.2024)
9. Маркс К. До критики політичної економії / Пер. з нім. М. Порша за ред. Є. Касяненка. Харків: Державне видавництво України, 1926. 198 с.
10. Маркс К., Ф.Енгельс. Маніфест комуністичної партії / Пер. з нім. Київ: Вперед, 2010. 56 с.
11. Міжнародна торгівля: підручник / За ред. Ю.Г. Козака. Київ-Катовіце-Краків: ЦУЛ, 2015. 272с.
12. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, вип. 28. Кіровоград: КНТУ, 2015. 270 с.

13. Ольвінська Ю. О. Особливості державного регулювання малого підприємництва у країнах світу. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2015. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=814> (дата звернення: 01.06.2018).
14. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.
15. Побоченко Л. М. Аналіз розвитку франчайзингу в США під впливом пандемії COVID-19 / Л.М. Побоченко // Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskopa, Y.O.Voloshin. Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. P.183-190.
16. Проблеми та перспективи розвитку малого і середнього бізнесу : монографія / за ред.. д-ра екон. наук, професора С. Д. Лучик ; Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. Чернівці : Технодрук, 2021. 400 с.
17. Рібун Л.В., Лех Г.А., Васькович І.М. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2016. Вип. 26.2. С. 230-235.
18. Сміт А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй / пер. Олександра Васильєва. К.: Наш Формат, 2018. 722 с.
19. Стегней М.І., Бошинда І.М. Сучасний стан малого бізнесу: європейський досвід, національні реалії та регіональні особливості. Економіка та суспільство: електронний науковий фаховий журнал. Мукачево, 2018. № 16. С. 495-499
20. Толмачова Г.Ф., Ляшенко В.І., Колєснікова Г.В. Регулювання розвитку малого і середнього підприємництва: досвід зарубіжних країн для України. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 1 (47). С. 157-185.
21. Цифрова економіка: підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. К. : НАУ, 2022. 200 с.

22. Шевченко-Перепьолкіна Р. І. Шляхи розвитку малого бізнесу в умовах COVID-19. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 49. С. 147-151.

23. American Business History. URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/history/us-history/american-business-history/>. (дата звернення: 20.03.2024)

24. Facts & Data on Small Business and Entrepreneurship. URL: <https://sbecouncil.org/about-us/facts-and-data/>. (дата звернення: 20.03.2024)

25. Fascinating Small Business Stats in the US in 2019. URL: <https://www.nextbigfuture.com/2019/12/fascinating-small-business-stats-in-the-us-in-2019.html>. (дата звернення: 20.03.2024)

26. Global State of Small Business Report. URL: https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Global_State_of_Small_Business_Report.pdf. (дата звернення: 20.03.2024)

27. History of Corporations in the U.S. URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/041515/what-history-corporations-america.asp>. (дата звернення: 20.03.2024)

28. How Many Small Businesses Are There In America? Plus 121 Small Business Statistics (Mar 2024). URL: <https://www.simplyinsurance.com/how-many-small-businesses-are-there-in-america/>. (дата звернення: 20.03.2024)

29. Measuring the Small Business Economy. URL: https://www.bea.gov/system/files/papers/BEA-WP2020-4_0.pdf. (дата звернення: 20.03.2024)

30. Most Important Small Business Statistics in 2023. URL: <https://www.myos.com/en-blog/small-business-statistics>. (дата звернення: 20.03.2024)

31. Must-Know Small Business Statistics. URL: <https://blog.workday.com/en-us/2024/what-are-small-medium-enterprises-smes.html>. (дата звернення: 20.03.2024)

32. Number of small businesses (employer and non-employer) in the United States from 1997 to 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/257521/number-of-small-businesses-in-the-us/>. (дата звернення: 20.03.2024)

33. Percentage of Small to Large Businesses in America. URL: <https://smallbusiness.chron.com/percentage-small-large-businesses-america-59860.html>. (дата звернення: 20.03.2024)
34. SBA. URL: <https://www.sba.gov/>. (дата звернення: 20.03.2024)
35. Small Business Statistics: The Ultimate List in 2024. URL: <https://www.luisazhou.com/blog/small-business-statistics/>. (дата звернення: 20.03.2024)
36. Small-Business Statistics 2024. URL: <https://www.nerdwallet.com/article/small-business/small-business-statistics>. (дата звернення: 20.03.2024)
37. The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2006991117>. (дата звернення: 20.03.2024)
38. The State of Small Business Now. URL: <https://www.uschamber.com/small-business/state-of-small-business-now>. (дата звернення: 20.03.2024)
39. United States Small Business Economic Profile. URL: <https://advocacy.sba.gov/wp-content/uploads/2022/08/Small-Business-Economic-Profile-US.pdf>. (дата звернення: 20.03.2024)
40. What Are Small and Medium Enterprises (SMEs)? URL: <https://blog.workday.com/en-us/2024/what-are-small-medium-enterprises-smes.html>. (дата звернення: 20.03.2024)

Огляд зарубіжної літератури

1. American Business History. URL:

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/history/us-history/american-business-history/>

Big businesses were able to make a lot of money by combining different parts of the production process or buying out similar companies . This created monopolies, which gave businesses a lot of power . Railroads were one of the first big businesses . They helped other big businesses grow by making it easier to transport goods . However, the growth of big business also led to poor working conditions and low wages for workers .

2. Facts & Data on Small Business and Entrepreneurship. URL:

<https://sbecouncil.org/about-us/facts-and-data/>.

The latest report from the U.S. Census Bureau provides insights into the involvement of small and mid-size businesses in international trade, particularly with Canada, Mexico, and China, in 2019. It reveals that a significant portion of U.S. exporting firms, especially in manufacturing, had fewer than 500 employees. Similarly, a substantial majority of U.S. importing firms, particularly those dealing with China, fell into the category of fewer than 500 employees. However, despite these numbers, recent data from the U.S. Bureau of Labor Statistics indicates a concerning trend in entrepreneurship levels within the United States.

Incorporated self-employment experienced a decline from 2008 to 2011 but saw some recovery by 2017. Yet, growth remained stagnant in 2018, followed by fluctuating patterns in the following years, eventually reaching a decline in 2021 due to the pandemic. On the other hand, unincorporated self-employed individuals faced a decline from 2006 to 2014, with subsequent uneven growth and notable declines in 2019 and 2020. However, there was a resurgence in 2021, though still below the levels seen in 2007.

When considering both incorporated and unincorporated self-employment combined, the total number of self-employed individuals in the U.S. reached a peak in 2007 but experienced a decline for several years thereafter. While some growth resumed in recent years, it has not yet surpassed the 2007 peak, indicating a relative decline when adjusted for population increase.

3. How Many Small Businesses Are There In America? Plus 121 Small Business Statistics (Mar 2024). URL: <https://www.simplyinsurance.com/how-many-small-businesses-are-there-in-america/>.

The United States boasts a staggering 31.7 million small businesses, encompassing over 99% of all active companies and employing close to half of the national workforce. On average, these enterprises generate around \$46,979 in annual revenue, with over half having fewer than 10 employees. However, a concerning 22% of small businesses face failure within their inaugural year. Despite the economic turmoil caused by COVID-19, there was a remarkable surge of 24% in new business startups during the pandemic, building upon a 20% growth observed in 2019. Key statistics highlight the vital role of small businesses, with California leading the pack with 4.1 million small enterprises. Notably, 40% of small business owners opt not to take out any form of insurance, posing potential risks. These enterprises collectively employ around 59.9 million individuals, constituting nearly half of the U.S. workforce. Impressively, small businesses contribute to half of America's GDP, showcasing their significant economic impact. Globally, the small business landscape comprises over 305 million such enterprises, underscoring their widespread presence and importance.

4. Global State of Small Business Report. URL: https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Global_State_of_Small_Business_Report.pdf.

This study offers a glimpse into the impact of the COVID-19 pandemic on Small and Medium-sized Businesses (SMBs). Many surveyed businesses reported closures, while those open faced significant challenges such as cash flow constraints and declining sales. It also sheds light on the household effects stemming from the pandemic and subsequent lockdown measures. This report marks the initial phase of a six-month series of data collection aimed at examining the pandemic's effects on SMBs.

Subsequent surveys will track trends over time, particularly as countries ease lockdowns or navigate further waves of infections. Future research will delve deeper into insights provided by this report. Notably, the surveyed population consisted of SMBs with a Facebook Business Page, potentially skewing results towards those with digital presence. Nonetheless, the collaboration between Facebook, OECD, and the World Bank pledges continued monitoring of SMB trends, aiming to offer policymakers and small businesses worldwide relevant and nuanced insights.

5. Most Important Small Business Statistics in 2023. URL:
<https://www.myos.com/en-blog/small-business-statistics>. (дата звернення:
20.03.2024)

The demand for jobs is projected to reach 600 million by 2030, with small businesses poised to create a substantial portion of these employment opportunities. Globally, small and medium-sized enterprises (SMEs) account for around 90% of businesses and contribute about 50% of total employment. With approximately 400 million small businesses operating worldwide, their collective impact on job creation and economic growth is profound. About 50% of small businesses initiate their operations from home, a trend that is increasing, especially among companies without paid staff. The information sector sees the highest prevalence of home-based businesses, comprising around 70% of enterprises in this category. In the United States, small businesses play a crucial role, representing 99.9% of all businesses and 99.7% of those with paid employees. They also make up 97.6% of exporting firms and employ 47.5% of private sector workers, contributing significantly to the economy's vitality. Additionally, they account for 40.8% of the private-sector payroll, underlining their substantial economic contribution.

6. Percentage of Small to Large Businesses in America. URL:
<https://smallbusiness.chron.com/percentage-small-large-businesses-america-59860.html>

The Small Business Administration (SBA) establishes size standards for small-scale businesses based on employees and annual receipts, varying by industry. In mining and manufacturing, companies with 500 employees or fewer are considered

small, while in other sectors, businesses with \$7 million or less in annual receipts qualify. For example, in construction, businesses typically have 500 or fewer employees, with varying average annual receipts depending on the construction area. Retail trade and service industries generally classify as small-scale if they average \$7 million or less in receipts, with exceptions for certain businesses like grocery stores and car dealerships. Wholesale trade businesses are defined as small-scale with 100 employees or fewer, often dealing with products from small domestic manufacturers. Other industries, such as agriculture and transportation, have size standards determined case by case. The SBA's size standards, mandated by the Small Business Act, aim to ensure fair competition among businesses bidding for federal contracts, with a focus on fostering independently owned and operated entities. Many small-scale businesses, while not all government contractors, often derive a significant portion of revenue from federal government sales.

7. Small Business Statistics: The Ultimate List in 2024. URL:
<https://www.luisazhou.com/blog/small-business-statistics/>.

In 2024, there are 33.3 million small businesses in the US, accounting for 64% of new jobs annually and creating 1.5 million jobs each year. Almost all businesses in the US, 99.9%, fall under the small business category, defined as having fewer than 250 employees. About 60% of individuals start a business to be their own boss, but unfortunately, 50% of small businesses fail within the first five years. However, over 65% of small businesses are profitable, and 64% of them start with an initial investment of \$10,000. Globally, small businesses make up 90% of all companies and provide half of the world's jobs, with approximately 400 million small businesses worldwide. Small business classification depends on factors like employee count and revenue, with standards set by the Small Business Administration (SBA). Benefits of being a small business include access to loans, government contracts, grants, and greater adaptability. Additionally, small businesses are often unique and can provide more personalized experiences, leading to higher levels of happiness among small business owners.

8. The State of Small Business Now. URL:
<https://www.uschamber.com/small-business/state-of-small-business-now>.

Small businesses, defined as having fewer than 500 employees by the U.S. Small Business Administration (SBA), constitute a significant portion of the American economy. With 33.2 million small businesses in America, they make up 99.9% of all U.S. firms. These enterprises have been pivotal in creating nearly two-thirds (63%) of the new jobs generated from 1995 to 2021, totaling 17.3 million new jobs. Moreover, small businesses represent a substantial portion of America's export sector, accounting for 97.3% of all exporters and 32.6% of known export value (\$413.3 billion). Additionally, they employ nearly half (46%) of the country's private sector workforce and contribute to 43.5% of the gross domestic product. Overall, small businesses emerge as a vital and integral component of the American economy and workforce, playing a crucial role in its growth and stability.

9. United States Small Business Economic Profile. URL:
<https://advocacy.sba.gov/wp-content/uploads/2022/08/Small-Business-Economic-Profile-US.pdf>.

Between March 2020 and March 2021, there was notable activity in US establishments, with 1.1 million openings and 965,995 closures, resulting in a net increase of 180,528. Employment expanded at 1.8 million establishments but contracted at 2.3 million. Small businesses accounted for a significant portion of this activity, with 1.0 million openings and 833,458 closures. In terms of employment, opening and expanding US establishments collectively added 12.5 million jobs, while closing and contracting establishments lost 18.0 million jobs, leading to a net decrease of 5.5 million jobs. Notably, small businesses experienced gains of 8.7 million jobs but also incurred losses of 11.7 million jobs, resulting in a net decrease of 3.0 million jobs during this period.

10. Must-Know Small Business Statistics. URL:
<https://blog.workday.com/en-us/2024/what-are-small-medium-enterprises-smes.html>.

The podcast emphasizes the critical role of finance teams in navigating periods of continuous change, such as the global pandemic. Elizabeth Schauman, head of finance at Academic Work, and Karin Hagman, regional vice president Nordics at

Workday, discuss the importance of embracing digital transformation for fast-growth organizations. Schauman highlights the necessity for finance to become more agile, citing the pandemic as a catalyst for this shift and emphasizing the ongoing digitalization across industries. She emphasizes the need for finance professionals to be open-minded and adaptable to change, with leaders playing a key role in inspiring and supporting this transformation. Schauman underscores the pervasive impact of finance on all aspects of business, stressing the importance of agility in responding to evolving challenges.

Анотація кваліфікаційної магістерської роботи

“The modern US business environment”

The work analyzes the theoretical foundations and principles of the US business environment. The author defines the historical prerequisites for the emergence of small and medium-sized businesses in the USA, as well as defines its organizational and legal forms, essence and functions. The author made an analysis of the business environment, an analysis of the effectiveness of state support, and a comparison of US and European business. It was said about the problems that may arise in the operation of small and medium-sized businesses. Based on the author's work, recommendations were formulated for optimizing the operation of small and medium-sized businesses in the United States

Keywords: business environment, medium and small businesses, trends in the development of small and medium businesses, innovativeness, support programs

Year: 2024

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи антиплагіатною інтернет-системою Unicheck



Ім'я користувача:
Міжнародного менеджменту Олійник Вікторія

ID перевірки:
1016280075

Дата перевірки:
25.05.2024 06:50:20 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
27.05.2024 12:21:14 EEST

ID користувача:
100005721

Назва документа: Дубич К.С.Сучасне бизнес-средовище США

Кількість сторінок: 74 Кількість слів: 17564 Кількість символів: 133804 Розмір файлу: 528.39 KB ID файлу: 1016072502

5.26%
Схожість

Найбільша схожість: 0.53% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1015775646)

3.46% Джерела з Інтернету

196

Сторінка 76

4.08% Джерела з Бібліотеки

526

Сторінка 79

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел