

загальною інформатизацією зробили ці інструменти популярними і досить ефективними. Необхідно додати, що вони є відносно дешевими та дають рівні можливості в отриманні інформації як великим інвесторам, так і приватним.

Отже, на нашу думку, Investor Relations має стати саме тим напрямком діяльності підприємства, який допоможе залучити йому додаткове фінансування для розвитку та подальший вихід на міжнародні ринки.

Список використаних джерел

1. Варвус С. Категория investor relations (ir) как инструмент обеспечения инвестиционной привлекательности компании/ С. Варвус // Вестник Таганрогского института управления и экономики.-2009
2. Тихомирова Є. Investor relations: позиціонування українських компаній у міжнародному інформаційному просторі / Є. Б. Тихомирова // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Міжнародні відносини. - 2012. - № 21. - С. 49-54.
3. Зотова А., Шевченко Д. Инвестор Рилейшнз: содержание и особенности реализации в условиях финансового кризиса/ А. Зотова//Финансы и кредит.-2009.-№43(379).- С.34-40.

УДК 336

Савченко У.О.

Магістр фінансово-економічного факультету

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В.

Гетьмана»Павліковський А.М.,

к.е.н., професор, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені

В. Гетьмана»

Інструменти підтримки малого та середнього бізнесу (зарубіжний досвід)

Основу ринкових економік більшості успішних країн світу складають малі та середні підприємства(МСП). Наприклад, малі та середні підприємства в

США складають 81% у сфері послуг, 80% у будівництві, 55% у роздрібній торгівлі, 21% у обробній промисловості. На їх долю припадає 50-53% ВВП, 52-54% усіх зайнятих у приватному несільськогосподарському секторі, вони створюють близько 65% усіх нових робочих місць. Малий бізнес дає 42-47% загального обсягу продажу у США, та 31% експорту товарів, 55% від усіх інновацій здійснюється на малих підприємствах. 35% усіх коштів вони отримують за державними контрактами.

У Франції за останніми даними INSSE, на 1 січня 2017 року функціонує більше 3 млн. підприємств, з яких тільки 6,0 тис. мають більше 250 співробітників. З них 1,5 млн працює в сфері послуг, 780 тис. в торгівлі, 350 тис. в будівництві, 303 тис. в промисловості. МСП створюють 57% доданої вартості та 65% робочих місць. [2]

В Німеччині малий та середній бізнес складає 99,7% всіх суб'єктів господарювання, створює 57% доданої вартості, 98 % підприємств з загальної кількості експортують свою продукцію за кордон. [4, с.28]

Досліджуючи світовий досвід становлення малого підприємництва необхідно враховувати особливості існуючих моделей ринкової економіки окремих країн світу. У сучасній економічній літературі виокремлюють наступні моделі розвиненого ринкового господарства: ліберальну(американську), неоліберальну(німецьку), європейсько-кейнсіанську (так звану англійську), шведську(соціально-демократичну) та японську .

Ліберальна (американська) модель, яка у чистому вигляді реалізується у США, базується на ідеї максимізації свободи економічної діяльності, тобто держава бере участь у регулюванні, і створює максимально сприятливі умови для функціонування приватного капіталу малого підприємництва , коли ринок не здатен до саморегулювання,.

Європейсько-кейнсіанська модель (притаманна Франції, Італії, Австрії) важливу роль приділяє державному сектору економіки, який досягає значних розмірів. Модель орієнтує на забезпечення максимально ефективного розподілу

ресурсів з певним страхуванням від можливого впливу приватних економічних інтересів.

Неоліберальна (німецька) модель реалізується в Німеччині під девізом - "Ринок для всіх". В основі державного регулювання якої є усунення перешкод для вільної конкуренції, підтримка, відтворення і стимулювання малого підприємництва, політика соціальної спрямованості(питання зайнятості, соціальних виплат).

Соціал-демократична (шведська) модель реалізується у скандинавських країнах(частково у Греції, Іспанії, Португалії) і більше уваги приділяє соціальній сфері - політиці зайнятості та соціального забезпечення і регулюванню трудових відносин у жорсткій політиці доходів. В основі моделі - збереження основних засобів виробництва в приватному володінні при позбавленні капіталу права розпоряджатися прибутком. Частка державних видатків складає більше 60 % ВВП, більше половини з яких спрямовується на соціальні цілі. [1, с. 47]

Дещо відмінна від попередніх розглянутих моделей- японська, в основі якої лежить політика вирівнювання доходів. В центрі уваги корпорації та об'єднання їх у фінансові групи "крейцери" , питання робочої сили. Відносини між великими і малими підприємствами мають розвинену систему кооперованих зв'язків (малі підприємства виготовляють окремі вузли і деталі, а великі – здійснюють комплектацію готових виробів). Протягом перших 5-ти років свого існування близько 7ми з 10ти малих підприємств припиняють свою діяльність але не банкрутують. Свій капітал вони спрямовують на виробництво інших, нових видів товарів та послуг. Виживаючи в конкурентній боротьбі мале підприємство розширює своє виробництво, може стати середнім і, навіть великим. В Японії запроваджена система прогресивних технологій яка передбачає фінансову підтримку підприємства.

Розглядаючи окремі форми політики сприяння розвитку малого підприємництва слід зазначити, що вони мають певні особливості і багато спільного. Вони реалізуються через застосування широкого набору

інструментів правової, фінансової, технічної, організаційної та адміністративної підтримки малого підприємництва. Ця підтримка повинна бути системною, послідовною і ефективною з боку держави та органів місцевої влади, без зайвого втручання в їх діяльність.

Список використаних джерел:

1. Управління фінансами суб'єктів малого підприємництва: монографія / Л.Д.Буряк, А.М.Павліковський, Н.Л.Кремпова – К: КНЕУ, 2013-334 [2] с.
2. Вінсент Шарннер, Олів'є Міргут, Габріель Дені, Женев'єва Герман, Фредерік Леторнеур: «Шість відомих компаній розкривають свої секрети», 09.03.2015, [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lentreprise.lexpress.fr/diaporama/diapo-photo/six-entreprises-de-croissance-livrent-leurs-secrets_1656139.html
3. Доповідь аналітичного агентства I-bud.ua «Досвід Німеччини: Майбутнє за малим бізнесом» [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://ibud.ua/ru/novost/dosvid-nimechchini-maybutnza-malim-biznesom-10570>
4. Біла І. С., Салатюк Н. М. Світовий досвід державного регулювання підприємництва / І. С. Біла, Н. М. Салатюк / Проблеми економіки. – 2014. – С. 26-30.

УДК 303.01:330.14

Свідерська І. М.

*к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені В. Гетьмана»*

Тимошенко Д.В.

*магістрант програми «Фінансовий менеджмент у сфері бізнесу»
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені В. Гетьмана»*