

динамічний процес, тому в майбутньому можливі принципові зміни і суттєве удосконалення мережі адміністративно-територіальних одиниць в області.

### **Література:**

1. Єврорегіон Буг: Волинська область / За ред. Б.П. Клімчука, П.В. Луцишина, В.Й. Лажніка. – Луцьк: Ред.-вид. відд. Волин. ун-ту, 1997 – 448 с. іл.
2. Круль В. П. Ретроспективна географія поселень Західної України: Монографія. – Чернівці: Рута, 2004. – 382 с.

### **Summary:**

*Volodymyr Poruchynsky.* ADMINASTRATIV STATUS OF SETTLEMENTS AND REFORMATION OF ADMINISTRATIVE – TERRITORIAL SYSTEM OF VOLYN REGION.

Changes of administrative-territorial system of Volyn region have been analyzed beginning with the V th century. A special focus has been concentrated on transformation of administrative status of separate settlements.

УДК 911. 3: 334.012.64

Борис МАТВІЙЧУК

## **СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНА СУТНІСТЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ**

**Актуальність теми.** Властивістю сучасного етапу економічного розвитку є становлення (для постсоціалістичних країн) і подальше вдосконалення (для розвинутих країн) змішаної економіки ринкового типу. Саме ринковий тип економічної організації суспільства, конкурентно-ринковий спосіб координації економічних процесів і прийняття рішень в межах національних економічних систем є найбільш перспективним. Він постає історично виправданим для країн, що вирішують проблему вибору способу соціально-економічного розвитку.

Об'єктивними перевагами сучасної ринкової економіки є ефективно і переважно раціональне використання виробничих ресурсів, динамізм, конкурентність, високі адаптаційні властивості щодо науково-технічного прогресу тощо. Ринковий механізм господарювання забезпечує свободу економічного вибору, реалізацію власного економічного інтересу та взаємоузгодженість інтересів ринкових суб'єктів. Не менш важливими ознаками ринкової економіки є реалізація підприємницького потенціалу, мобілізація самостійної ініціативи господарського суб'єкта.

Мале підприємництво оперативно реагує на зміни кон'юнктури. Ця гнучкість має особливе значення внаслідок індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, розширення номенклатури промислових товарів та послуг. Сприяючи прискореній реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомістської продукції, мале підприємництво виступає провідником науково - технічної революції.

Мале підприємництво багато важить у вирішенні проблеми зайнятості, бо воно спроможне створювати нові робочі місця та поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних спадів і структурних зрушень економіки. Важлива функція малого підприємництва полягає у пом'якшенні соціальної напруженості й демократизації ринкових відносин: адже саме воно слугує формуванню активного середнього класу суспільства, ослабленню майнової диференціації, розширенню соціальної бази реформ. Сприяючи соціально – політичній стабілізації суспільства, малий бізнес відкриває простір для вільного вибору громадянами шляхів і методів роботи для загального добра та забезпечення власного добробуту [4,с.32].

**Останні дослідження з проблематики.** Категорія “малого підприємництва” у суспільно – географічні дослідження увійшла через основні поняття ”бізнесу та

підприємництва”. Досить насиченими є сучасні публікації з питань географічного наповнення таких суто практичних дисциплін як маркетинг і менеджмент.

Найбільш глибоко загальні методологічні засади цих проблем розкриті у працях українських географів – суспільствознавців Голикова А.П., Заставецької О.В., Зварича І., Луцишина П.В., Олійника Я.Б., Степаненка А.В., Топчієва О.Г., Черномаза П., Шабля О.І. та ін.

У сучасній літературі підприємництво знайшло своє відображення у навчальному посібнику Голиков А.П. та ін. Вступ до економічної і соціальної географії: К.: Либідь, 1996.

Заслужують на увагу публікації харківського географа П. Черномаза у яких він досить близько підійшов до насичення економічних понять географічним змістом.

Зварич І. зумів вперше в Україні із суспільно – географічної точки зору дати характеристику сфери малого бізнесу Волинської області [14,с.309].

Докладну характеристику малого підприємництва як елементу соціально-економічної системи сучасного суспільства дали економісти В. Білик, З. Варналій, Л. Воротіна, В. Геєць, А. Гриценко, С. Реверчук, В. Сизоненко, А. Чухно, М. Шехова та ін. Специфіку становлення сфери малого бізнесу в умовах ринкової трансформації економіки України висвітлювали З. Варналій, М. Долішній, Ю. Клочко, М. Козоріз, В. Литвин, В. Мікловда, В. Сизоненко, Т. Черняк та ін.

Проблемам формування державної економічної політики під час переходу на нові принципи господарювання та спеціальному розгляду регулювання розвитку малого бізнесу як її ключового компонента присвятили свої праці українські фахівці З. Варналій, А. Гриценко, В. Загородній, М. Крупка, О. Кужель, В. Литвин, І. Лукінов, А. Мельник, І. Михасюк, В. Черняк та ін. Зарубіжний досвід діяльності в цій сфері характеризували О. Барановський, І. Бураківський, З. Варналій та ін. Спеціально аналізувалися також певні важливі аспекти державного регулювання малого підприємництва: стимулювання взаємодії малого та великого бізнесу, проблеми фінансової підтримки малого підприємництва, “тінізація” малого бізнесу та шляхи її подолання, правове регулювання сфери малого підприємництва, формування інфраструктури розвитку малого бізнесу, специфіка малого підприємництва в науково-технічній сфері, бізнесові особливості некомерційних (неприбуткових) організацій тощо; в літературі представлено й результати моніторингу процесів розвитку малого підприємництва в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Отже, в сучасних умовах мале підприємництво є не стільки суб’єктом економічним, скільки соціально - економічним, оскільки виконує, у першу чергу, соціальну функцію, сприяючи зайнятості населення і тим самим зменшуючи соціальну напругу. Оскільки, мале підприємництво є категорією соціально – економічною, то воно також і виступає об’єктом соціально – економічної географії. Зацікавленість якої малим підприємництвом, зумовлена перш за все, стрімким розвитком малих підприємств на території нашої країни та їх територіальним зосередженням.

Для кращого розуміння малого підприємництва як об’єкта суспільної географії, розглянемо деякі теоретичні аспекти пов’язані з ним.

На етапі посткомуністичної трансформації у переважній більшості пострадянських країн, зокрема в Україні, вкорінялося розуміння бізнесу як справи, заняття, котре приносить дохід, підприємницької або комерційної діяльності [24,с.13].

Варто зазначити, що частина західних джерел подає звужене трактування категорії “бізнес”, зосереджуючи увагу на організаційному аспекті. Наприклад, у змістовному довіднику Р.Коха подано таке значення цього терміна: “Організація, що спроможна діяти як окремих незалежний господарюючий суб’єкт (фірма)” [24,с.13].

Така розстановка акцентів вплинула і на тлумачення категорії “малий бізнес”.

Малий, або дрібний, бізнес у частині літературних джерел визначають як підприємницьку (комерційну) діяльність дрібних фірм з метою отримання прибутку. При

цьому інколи додатково вказують, що малий бізнес охоплює найдрібніші фірми (кількість зайнятих від 1 до 19 осіб, у Великобританії від 1 до 24 осіб, в Італії від 1 до 9 осіб) і малі фірми (до 99 осіб) [34,с.107].

Окремі джерела пропонують розмежовувати поняття “малий бізнес” і “мале підприємництво” . У вітчизняній традиції загалом ці дві категорії використовують як тотожні, взаємозамінювані. Дотримуються подібного трактування поняття “бізнес” і сучасні російські фахівці. Зокрема, в етапному “Новому енциклопедичному словнику” бізнес визначено як “підприємницька діяльність; справа, заняття, що є джерелом прибутку” [29,с.67].

Англомовні джерела під час аналізу цього кола питань застосовують два терміни: “business” і “entrepreneurship”. З численних визначень категорії “entrepreneurship” жодне не є загальноприйнятим. Багато економістів погоджуються, що суб'єкти діяльності типу “entrepreneurship” відрізняються від інших бізнесменів і що особливістю фірм, які здійснюють “entrepreneurship”, є ступінь інноваційності та впровадження нових продуктів .[34,с.13].

Як, вже зазначалося, бізнесова діяльність є основною рушійною силою ринкової економіки саме тому лейтмотивом досліджень економістів усього світу у 90-ті рр. ХХ- ст. стало “ повторне відкриття ринку “ з його ліберальними цінностями , нове осмислення невичерпних можливостей і потенцій малого бізнесу , в умовах переходу до постіндустріальної цивілізації. На думку відомих американських економістів П.Семюелсона та В.Нордгауза , найдраматичнішим свідченням могутності ринку як інструменту розподілу ресурсів є події після “оксамитової революції“ в Східній Європі в 1989 р. і серпневого путчу 1991 р. Багато країн відмовилися від державного регулювання економіки і приватизували значну частину державного сектору . Позитивним результатом цього стали зростання продуктивності праці і зниження цін. Економісти усього світу аналізують перехід до ринку колишніх соціалістичних держав, щоб спостерігати, як новий підхід сприятиме економічному зростанню в ослаблених країнах “ [20,с.13].

Втім, слід підкреслити, що твердження “ Багато країн відмовилося від державного регулювання економіки” є перебільшеним. Насправді жодна сучасна держава не може ухилитися від виконання частини господарських функцій та впливу на процеси економічного розвитку. Критичне применшення господарської ролі державних структур дуже швидко спричиняє численні негативні результати .

Звернемося до історичного розвитку розуміння сутності підприємництва та його наукового аналізу. Вперше слово “підприємець” зафіксоване у французьких джерелах ХVІ ст., де воно позначає “капітана удачі”, який вербував вояків – найманців на службу великим феодалам і містам за плату. Тільки у ХVІІІ ст. це поняття стало застосовуватися щодо суб'єктів господарювання, які або укладали контракти на проведення громадських робіт, або впроваджували на своїй землі нові сільськогосподарські технології, або ризикували власним капіталом у промисловості. Перші теоретичні оцінки підприємницької функції з'являються у працях фізіократів Р.Кантільйона й А.Тюрбо, котрі підкреслювали такі її властивості, як готовність приймати ризик і невизначеність, притаманні господарській діяльності. А.Сміт та інші основоположники класичної економічної теорії не наголошували на специфічній ролі підприємця. Винятком є відокремлення Ж.-Б.Сеєм та Дж.-С.Міллем підприємницької функції від функції надання капіталу. Тільки Й.Шумпетер у ХХ ст. пов'язав із поняттям підприємництва насамперед інноваційність, надавши йому відсутню у попередніх формулюваннях динамічну якість [3,с.14].

Корисно порівняти сучасні визначення підприємництва, зроблені економістами та соціологами Заходу. Що стосується перших, то популярний підручник К.Макконелла і С.Брю, що часто слугує вихідним пунктом для опанування сучасної економічної теорії та розгортання наукових дискусій, як економічний ресурс характеризує підприємницький хист,

або підприємливість, чотирма взаємопов'язаними функціями підприємця. Підприємець: 1) ініціатор поєднання ресурсів землі, капіталу й праці в єдиний процес виробництва товарів і послуг; 2) ухвалює основні рішення у процесі ведення бізнесу; 3) новатор, особа яка намагається запровадити на комерційній основі нові продукти, виробничі технології або форми організації бізнесу; 4) ризикує, у тому числі і вкладеними засобами – своїми та свої компаньйонів чи акціонерів [5,с.12].

У сучасній економічній теорії поширена думка, що підприємницькі послуги є високоеластичними, а невдачі у підприємстві пов'язані з поганою пристосованістю до ринкових умов і нестачею економічних стимулів. Лише деякі економісти-теоретики аналізують статус підприємця глибше, трактуючи його як посередника між ринками чи "заповнювача прогалін", котрий миттєво використовує нові сприятливі можливості. Тому певні аспекти підприємництва вивчаються в межах інших дисциплін – соціології, історії господарства, психології та антропології.

Представники наук з управління, соціологи, соціальні психологи, економісти-історики тяжіють до проблемного бачення підприємництва, розглядаючи його як феномен, глибоко вкорінений у суспільствах і культурах.

Вважаємо, що найцікавіші концепції підприємництва часто перебувають на межі дисциплін. Вдалих інтегральний підхід втілили у присвяченій етнічним аспектам підприємництва праці американські соціологи Г.Олдріч і Р.Волдінджер [16,с.54]. Вони зосереджують увагу на таких змінних, як структура ринків, доступ до власності, державна політика, групові характеристики, фактори схильності і мобілізації ресурсів. Як типи господарського середовища, котрі можуть сприяти новим підприємцям-іммігрантам, ці автори виділяють ринки в центрах міст, ринки з низьким рівнем економії на масштабах, нестабільні і невизначені ринки та ринки екзотичних товарів. Доступ до власності обумовлюють рівень міжетнічної конкуренції за робочі місця й господарські підприємства, зразки виокремлення місць проживання, права успадкування та державна політика в галузі імміграції й ринку праці.

Підбиваючи підсумки та окреслюючи перспективи наукового вивчення бізнесу, відомий італійський соціолог А.Мартінееллі зазначає, що переважна більшість досліджень підприємництва зосереджується на питаннях його формування. Однак потребують дослідження і аналізу такі важливі напрями, як характеристика підприємницьких невдач, вивчення успішності сімейного бізнесу, роль підприємців у неприбуткових організаціях, аналіз зв'язків між бізнесом і організованою злочинністю та формування підприємства в господарських системах, які були раніше централізованими [10,с.10].

Відповідно до державного законодавства України, мале підприємство - це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та громадян-підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу [11,с.12].

Таким чином, малий бізнес є невід'ємною рисою будь-якої ринкової господарської системи, без чого така економіка і суспільство в цілому не можуть не тільки розвиватися, але навіть й існувати. Великий капітал, безумовно, визначає рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, але основою розвитку країн з ринковою системою господарювання є мале підприємство як найбільш масова, динамічна та гнучка форма ділового життя. Саме, в секторі малого підприємства створюється і функціонує чимала маса національних ресурсів, яка є живильним середовищем для середнього та великого підприємства [8,с.24].

Згідно "Закону України про підприємства в Україні", мале підприємство – підприємство з незначною кількістю працівників, невеликими обсягами діяльності, здебільшого ризикової та виробництва, власник якого несе повну відповідальність за

результати господарювання, самостійно приймає управлінські рішення з метою привласнення прибутку [12,с.6].

Створення ринкового середовища передбачає становлення та розвиток певних організаційно – правових форм підприємницької діяльності. Відповідно до форм власності, встановлених законом України “ Про власність “, можуть діяти підприємства таких видів:

- індивідуальне підприємство, засноване на особистій власності фізичної особи та виключно її праці;
- сімейне підприємство, засноване на власності та праці громадян України – членів однієї сім’ї, які проживають разом;
- приватне підприємство, засноване на власності окремого громадянина України, з правом найняття робочої сили;
- державне комунальне підприємство, засноване на власності адміністративно – територіальних одиниць;
- спільне підприємство, засноване на базі майна різних власників (змішана форма власності). Серед засновників спільного підприємства відповідно до законодавства України можуть бути юридичні особи та громадяни України, інших держав;

Створення таких підприємств регулюється окремим законодавством України.

Відповідно до обсягів виробництва підприємства і чисельності його працівників (незалежно від форм власності) воно може бути віднесено до категорії малих підприємств. Згідно законодавства України до таких належать новостворювані та діючі підприємства:

- у промисловості та будівництві – з кількістю працюючих до 200 осіб;
- в інших галузях виробничої сфери – до 50 осіб;
- у науці і науковому обслуговуванні – до 100 осіб;
- у галузях невиробничої сфери – до 25 осіб;
- у роздрібній торгівлі – до 15 осіб.
- у державі можуть діяти інші види та категорії підприємств, у т. ч. орендні, створення яких не суперечить законодавчим актам України.

Окрім цього, підприємства мають право на добровільних засадах об’єднувати свою виробничу, наукову, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України .

Згідно закону України “Про підприємства“ підприємства можуть об’єднуватися в:

- асоціації – договірні об’єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників;
- корпорація – договірні об’єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;
- консорціуми – тимчасові статутні об’єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети;
- концерни – статутні об’єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємств;
- інші об’єднання за галузевим, територіальним та іншими принципами.

Об’єднання діють на основі договору або статуту, який затверджується їх засновниками або власниками. Підприємства, які входять до складу зазначених організаційних структур зберігають права юридичної особи, і на них поширюється дія цього Закону. Рішення про створення об’єднання і статут цього об’єднання погоджуються з Антимонопольним комітетом України в порядку, визначеному чинним законодавством [12,с.65].

Поняття суб’єктів малого підприємництва в Україні було чітко визначено тільки указом Президента України від 12 травня 1998 року № 456/98 “Про державну підтримку малого

підприємництва”. Згідно з ним суб'єктами малого підприємництва вважалися зареєстровані у встановленому порядку фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи, а також юридичні особи - суб'єкти підприємництва будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова кількість працюючих за звітний період не перевищує 50 осіб і обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 000 000 грн. Було введено також поняття мікропідприємств — суб'єктів малого підприємництва з середньообліковою кількістю працюючих за звітний період до 10 осіб включно та обсягом виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) не більше 250 000 грн. за рік [27,с.5].

Це визначення уточнено Законом України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 року . Згідно з цим Законом суб'єктами малого підприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності;
- юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро.

Слід відзначити посилення в Законі на грошову одиницю євро замість вітчизняної гривні, яке відображає стратегічний курс України на входження до Європейського союзу, та одночасне суттєве збільшення граничних розмірів доходу, який дає змогу суб'єктові господарювання отримати статус суб'єкта малого підприємництва, у перерахунку на гривні — з млн. до більш ніж 2 млн. Окремо сказано про поширення дії Закону на суб'єктів малого підприємництва незалежно від форм власності, у тому числі тих, які здійснюють діяльність у галузі сільського господарства. Раніше вона недостатньо охоплювалася законодавством з питань малого підприємництва.

Водночас дія Закону, подібно до дії указу, не поширюється на довірчі товариства, страхові компанії, банки, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи, а також на суб'єкти підприємницької діяльності, у статутному фонді яких частка вкладів, що належить юридичним особам — засновникам та учасникам даних суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємництва, перевищує 25 відсотків.

Важливим методичним моментом є те, що середньооблікова кількість працівників суб'єктів малого підприємництва визначається з урахуванням усіх працівників, у т.ч. тих, які працюють за договорами та за сумісництвом, а також працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів.

Бізнес (анг. business) – це діяльність, що її здійснюють приватні особи, підприємства як організації з метою добування природних благ, виробництва чи споживання та продажу або надання послуг в обміні на інші товари, послуги чи гроші для взаємної вигоди заінтересованих осіб чи організацій. Термін “бізнес” еквівалентний поняттю “підприємство”, під яким розуміється економічна діяльність, метою якої є одержання прибутку.

Бізнес, або підприємство, здійснюється в певному середовищі, яке визначає його позиції. Його структурними елементами є економічна ситуація, правове, соціально – культурне, технологічне, географічне, інституційно – технічне середовище.

Географічне середовище характеризує природні умови, в яких здійснюється підприємство. Тут йдеться про дослідження сировини та енергоресурсів, про кліматичні й сезонні умови, а також про наявність автомобільних магістралей, залізниць, морських і повітряних сполучень. Ці фактори прямо впливають на розміщення компаній, фірм, підприємств, а отже, на витрати на доставляння сировини, розподіл продукції та використання робочої сировини.

Фактори макросередовища (економічні, правові, політичні, соціально – культурні, технологічні, географічні умови діяльності) та мікросередовища включно з інституційною системою, необхідно враховувати при суспільно – географічному оцінюванні регіонів для цілей розвитку й розміщення підприємництва. Після вибору місцеположення (або загального регіону) проблему становить і розміщення підприємств всередині даного регіону. Є кілька можливостей: місто, передмістя, сільська місцевість. Кожний варіант має свої переваги й хиби.

Ринкове середовище території тієї чи іншої країни вимагає детального вивчення рівнів ділової активності в різних містах, інших територіально – адміністративних одиницях (областях, районах). Це необхідно, щоб дати відповідь на природні для будь – якого бізнесмена питання: який район або місто найперспективніші для розгортання підприємницької діяльності, де найінтенсивніше складається інфраструктура ринку, куди найвигідніше вкладати капітал?

У розвинених країнах уже давно накопичено багатий досвід практичного оцінювання ділової активності різних міст і окремих територій. Україні ще далеко до початку систематичного аналізу ринкової статистики в інтересах оперативного інформування ділових людей про найперспективніші сфери прикладання капіталів, матеріально – фінансові й кадрові можливості.

Розвиткові ринкових відносин сприяють карти ділової активності. На яких можуть бути відображені ті чи інші аспекти ділової активності – фінансові, кадрові, виробничі, інформаційні, організаційні та ін.

Як метод прогнозування використовують у підприємстві різні бізнес – карти регіонів і галузей господарства. Бізнес – карта регіону – ділові довідники про ресурси та підприємства регіонів. До серії “Бізнес карта” входять також довідники з галузей промисловості, сільського господарства, комерційних структур тощо. По кожному з підприємств наводиться адреса керівника, телефон, телефакс, інформація про вид діяльності, кількість працівників, обсяги виробництва й види продукції, капітал, залишкову вартість тощо.

Отже, географія бізнесу та підприємництва є галузевою суспільно – географічною наукою, предметом якої є територіальна організація взаємодії між виробленням товарів та послуг та їх споживанням що разом утворюють єдиний територіально – виробничо – споживчий комплекс. Він є невідомою частиною (підсистемою) територіальної соціально – економічної (або ж суспільної) системи. Механізм функціонування комплексу обіймає низку фаз, які тісно пов’язані між собою в єдиному процесі: виникнення потреби – виробництво (пропозиція) – грошові прибутки (попит) – реалізація (продаж) – споживання (задоволення потреб).

Обґрунтовуючи шляхи становлення й розвитку підприємництва, зокрема малого бізнесу, в Україні, необхідно спиратися на всю сукупність наявних у соціально-наукових дисциплінах концепцій формування підприємництва і спрямовуючої ролі держави в цьому процесі.

Важливим внеском у дослідження проблем розвитку малого підприємництва був “Меморандум про економічний розвиток України”, виданий Світовим банком у жовтні 1999 р. У цьому документі, зокрема, зазначалося, що темпи розвитку нових малих та середніх підприємств в Україні збігаються з результатами, досягнутими іншими республіками колишнього Радянського Союзу, але набагато повільніші, ніж у сусідніх центральноєвропейських країнах. Хоча було зареєстровано понад 600 000 приватних фірм, лише 100 000 стали зареєстрованими платниками податків. Решта або “ховаються в тіні”, або ніколи реально не існували як фірми-виробники.[8,с.12].

Малі підприємства стикаються з високими операційними витратами, включаючи збори, хабарництво, рекет та бюрократизм. Обчислені, Державним комітетом статистики, річні витрати українських підприємств на дотримання регулятивних норм становлять понад 2,6

млрд. грн., або 2,9 % ВВП за 1997 р. уряд, як і раніше, безпосередньо втручається у щоденні операції підприємств (навіть приватизованих), послаблюючи конкуренцію та порушуючи права власників і кредиторів.

У дослідженні проблем становлення українського малого бізнесу у вітчизняній науковій літературі слід виділити внесок З. Варналія. Зокрема, цим дослідником:

- 1) обґрунтовано, що головною причиною труднощів та структурних збоїв у недержавному секторі економіки є відсутність системи економічного управління та ефективної регіональної політики щодо розвитку підприємницької діяльності;
- 2) розроблено механізм системи дерегулювання малого підприємництва, що передбачає зменшення втручання державних органів у підприємницьку діяльність шляхом значного спрощення для підприємців процесів державної реєстрації суб'єктів підприємництва і ліцензування видів діяльності, лімітування перевірок та контролю за діяльністю суб'єктів малого підприємництва при одночасному посиленні контролю за цими процесами з боку держави;
- 3) обґрунтовано систему підтримки малого підприємництва, яка передбачає: а) створення та вдосконалення відповідної нормативно-правової бази; б) організаційне забезпечення розвитку малого підприємництва на загальнонаціональному та місцевому рівнях; в) формування та розвиток фінансово-кредитної підтримки; г) інформаційне, консультативне, наукове та кадрове забезпечення розвитку малого підприємництва [4,с.68].

Однак наголошуючи на значущості малого бізнесу для становлення сучасного високоефективного ринкового господарства, водночас, не можна пов'язувати майбутнє української економіки виключно з пріоритетним розвитком малого та середнього підприємництва. У всіх без винятку країнах Заходу він завжди розвивався і продовжує розвиватися у тісному зв'язку з великими підприємствами, сформованими ще в індустріальну епоху.

Отже, сучасна наука, і передусім соціально-економічна характеристика підприємництва також підтверджує, що саме воно має бути ключовим фактором ринкової трансформації національного господарства, а в перспективі — головною рушійною силою його поступального розвитку. Однак соціологічні дослідження свідчать, що цей принцип, хоча й визнаний на рівні економічної та соціальної теорії й загальних декларацій, ще не покладений в основу практичної державної політики і державного управління в Україні. Навпаки, численні конкретно-соціальні дослідження демонструють, що саме діяльність контролюючих органів держави — головне гальмо розвитку підприємництва в нашій країні. Запорукою реального реформування економіки України, побудови цивілізованого ринкового господарства є подолання такої ситуації, у чому вирішальну роль може зіграти громадська думка з проблем розвитку підприємництва.

На нашу думку, мають рацію ті управлінці, соціологи, котрі зазначають, що з урахуванням нових обставин необхідні певні корективи в культурі, у нашому менталітеті, зміщення пріоритетів, пов'язаних з акцентом на талант, удачу (що широко і з захопленням пропагується засобами масової комунікації), у бік орієнтації на життєву активність, самостійність, винахідливість. Ця переорієнтація має охоплювати всі інформаційні, комунікативні, освітні та виховні структури нашого суспільства, у тому числі сім'ю як осередок первинної соціалізації, поки що недостатньо спрямований на формування сильної, незалежної, ділової, підприємливої, раціонально й розумно мислячої, інтелектуально високорозвиненої особистості [3,с.114].

Перелічені культурні зміни слугуватимуть базою для остаточного утвердження нової системи соціальних інститутів, у тому числі цивілізованого капіталістичного підприємництва й дійсно впливової, авторитетної громадської думки, що свідомо та послідовно підтримуватиме бізнесову діяльність як незаперечну національну цінність.

На сьогоднішній день деякі аспекти, щодо малого підприємництва, відображені в таких



державних документах як :

- Закон України “ Про внесення змін до закону України “ Про патентування деяких видів підприємницької діяльності “;
- Закон України “ Про державну підтримку малого підприємництва “;
- Закон України “ Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні “;
- Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності“;
- Указ Президента України “ Про усунення обмежень, що стримують розвиток підприємницької діяльності “ ;
- Указ Президента України “ Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб’єктів малого підприємництва “;
- Указ Президента України “ Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності “;
- Указ Президента України “ Про запровадження єдиної державної політики у сфері підприємництва “.

**Висновки.** Отже, розвиток досліджень малого бізнесу в Україні носить міждисциплінарний характер. Особливо багатий досвід у літературі відображено у працях українських економістів, правників, соціологів та ін. Суспільно – географічне вивчення цих проблем носить, поки що первинний характер.

### Література:

1. *Благуно І.* Стан і аналіз проблеми розвитку малого підприємництва в регіоні. // Економіка: проблеми теорії і практики - 2001. - вип. 116. - с.190-193.
2. *Блинов А.* Развитие предпринимательства // Экономист, - 1993. - №6. - с.70-73.
3. *Буряк П.Ю.* Фінансове забезпечення розвитку підприємництва / НАН України. Львівський фінансово-економічний інститут. - Львів: 2000. -258с.
4. *Варналій З.С.* Мале підприємництво України: моніторинг, інформація, кадри.-К.: 2002.-153 с.
5. *Варналій З.С.* Мале підприємництво: основи теорії і практики. - К.: Т-во "Знання", КОО. 2001. - 277с.
6. *Голиков А.П., Олійник Я.Б., Степаненко А.В.* Вступ до економічної і соціальної географії. Підручник .- К.: Либідь, 1996.- 320 с.
7. Єврорегіон Буг: Волинська область / За ред. *Б.П. Клімчука, П.В. Луцишина, В.Й. Лажніка.* – Луцьк : ред. вид. відділ Волин. ун – ту, 1997. – 448 с.
8. *Загородній А.* Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу в Україні. // Економіка України. - 1996. - №5. - с.65-70.
9. Закон України "Про господарські товариства" // Голос України. - 11 жовтня 1991 р.
10. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" // Відомості Верховної Ради України. - 2000. - №51-52. - с.447.
11. Закон України "Про підприємництво" // Відомості Верховної Ради України. -1991.-2 квітня 1991.
12. Закон України "Про підприємства в Україні". // Голос України. - 6 травня 1991.
13. *Заставецька О.В.* Комплексний соціальний і економічний розвиток території: теоретичні і методичні основи дослідження. – Тернопіль, 1997. – 233 с.
14. *Зварич І.* Особливості динаміки та основні етапи розвитку малого бізнесу Волинської області // Україна та глобальні процеси : географічний вимір : зб. наук. праць. В 3 – х т. – К. : - Луцьк, Ред. – вид. відділ "Вежа" Волин. держ. ун – ту ім. Лесі Українки, 2000. – Т. 1 – с. 309 – 312.
15. *Комарницький І.М.* Регіональна політика організаційно-економічної підтримки малих підприємств. - Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України. - 2003. - 236с.
16. *Крупка М.І., Береський Я.О., Реверчук С.К.* Актуальні проблеми розвитку підприємництва в Україні. / За ред. С.К. Реверчука - Львів: Діалог.- 1999.- 256с.
17. *Кужель О.В.* Роль малого бізнесу в регіональному соціально - економічному розвитку // Вісник економічної науки України: науковий журнал. - 2004. - №2 (6). - с.69-79.
18. *Кузьмін О.Є., Загородній А.Г., Громяк Л.С.* Малі форми підприємництва. - Львів: Вид-во "Центр Європи". - 1996. - 96с.
19. *Олійник Я.Б., Степаненко А.В.* Вступ до соціальної географії. Навч. посіб.-К.: Т-во "Знання" ,КОО, 2000.- 204 с.
20. Підприємництво в Україні: Проблеми становлення і розвитку / М.І. Долішній, М.А. Козоріс, В.П. Мікловда, А.С. Даниленко. - Ужгород: Карпати. - 1997.-363с.
21. *Пістун М.Д.* Основи теорії суспільної географії : Навч. посіб.- К.: Вища шк., 1996.- 231 с.

22. Постанова Кабінету Міністрів України "Про Концепцію державної політики розвитку малого підприємництва" від 3.04.1996р. №404-96. // Зібрання постанов Уряду України. - 1996. - №10. - с.287.
23. *Реверчук С.К.* Малий бізнес: методологія, теорія і практика. — Київ: ІЗМН.-1996.-192с.
24. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред. З.С. Варналія, - К.: Знання України, 2005. - 498с.
25. *Степанова І.В.* Організаційно-економічні фактори розвитку малого бізнесу в Україні / Автореф. дис. канд. економ, наук. - 1999. -19с.
26. *Топчієв О.Г.* Основи суспільної географії : Навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2001. – 560с.
27. Указ Президента "Про державну підтримку малого підприємництва" від 12.05.1998р. №456/98. // Офіційний вісник України. - 1998. - №19 -с.676.
28. *Черномаз П.* Маркетингова географія : стан, перспективи розвитку в Україні // Україна та глобальні процеси : географічний вимір. зб. наук. Праць. В 3 – х т. – К.: Луцьк : Ред. – вид. відділ "Вежа" Волин. держ. ун – ту. ім. Лесі Українки, 2000. – Т.1. с.245.
29. *Шаблій О.І.* Суспільна географія : теорія, історія, українознавчі студії : Львів : Львівський національний університет ім. Івана Франка. 2001. – 744с.
30. *Шмаглей О.* Малі підприємства: труднощі їх кількісного зростання // Економіка України. - 1998. - №5. - с.86-88.

**Summary:**

*Matviychuk B.* PUBLIC-GEOGRAPHICAL ESSENCE OF SMALL BUSINESS: THEORETICAL-METHODOLOGICAL BASES.

Basic approaches are considered in relation to interpretation of small enterprise (small business) in foreign and domestic literature.