

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Факультет економіки та управління
Кафедра підприємництва, торгівлі та маркетингу

СМОЛЮХ ТАРАС ІВАНОВИЧ

РИНКОВА ІНФРАСТРУКТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ
ПІДПРИЄМНИЦТВА / MARKET INFRASTRUCTURE AND ITS IMPACT
ON BUSINESS EFFICIENCY

Спеціальність: 076 - Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
магістерська програма- Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Магістерська робота

Виконав студент групи
ПТБДм-21
Т.І.Смолюх

Науковий керівник:
к.е.н. доцент І.М.Бойчик

ТЕРНОПІЛЬ -2018

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 1.1. Інфраструктура ринку як економічна категорія, її сутність та роль у забезпеченні ефективності підприємництва.....
- 1.2. Елементи ринкової інфраструктури, їх характеристика.....
- 1.3. Розвиток інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні: необхідність і послідовність.....
- Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕЛЕМЕНТІВ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

- 2.1. Характеристика підприємства та основних техніко-економічних показників його роботи
- 2.2. Дослідження місцевого ринку хліба і хлібобулочних виробів.....
- 2.3. Ресурсне забезпечення виробництва і реалізації продукції підприємства.....
- Висновки розділу 2

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ І ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ВПЛИВУ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 3.1. Шляхи сприяння розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу на місцевому рівні
- 3.2. Державна регуляторна політика, захист і контроль за діяльністю підприємницьких структур.....
- 3.3. Активізація фінансово-кредитної підтримки підприємництва як напрям розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу.....
- Висновки до розділу 3.....

ВИСНОВКИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

З точки зору суб'єктів бізнесової діяльності ринкові умови господарювання, в активній стадії розвитку яких зараз перебуває Україна, впродовж останніх років є досить складними. Насамперед, це пов'язано із збільшенням насиченості вітчизняного ринку товарами і послугами, в тому числі за рахунок імпортової продукції різного призначення, ускладненням внутрішніх умов господарювання через подорожчання енергоносіїв, досить відчутного фіскального навантаження на бізнес, високих відсоткових ставок за банківськими кредитами, зниженням купівельної спроможності населення, відсутністю належного фінансування з боку держави та умов для інвестування з боку приватних вітчизняних чи іноземних інвесторів та ін.

Усі перелічені, і не тільки, проблеми пов'язані з діяльністю цілого ряду суб'єктів та об'єктів, які утворюють так звану «кровоносну систему» ринку, тобто його ринкову інфраструктуру.

У період панування командно-адміністративного управління і відповідної економіки у вітчизняній системі господарювання навіть не вживали терміну «ринкова інфраструктура», а сукупність різноманітних державних інституцій з надання адміністративних, господарських та фінансово-економічних послуг були пасивними супутниками виробництва і товарного обігу.

Нині ринкові умови господарювання в Україні є такими, що ринкова інфраструктура перетворюється у рівноправного партнера всіх галузей реального сектору. Вона перетворилась у відкриту сферу діяльності, яка забезпечує ефективне функціонування і товарного, і фінансового ринку, тобто створює умови для активного «кровообігу» в економіці.

Зрозумілим є те, що використання терміну «ринкова інфраструктура» є неможливим поза ринковою економікою, оскільки потреба у ньому пов'язана саме з ринковими умовами господарювання. Уперше він розглядався в дослідженнях західних економістів і мав декілька варіантів тлумачення свого походження. Деякі пов'язували його з будівельним виробництвом і трактували інфраструктуру як основу, фундамент будівлі; інші - з військовою сферою як

комплекс споруд, комунікацій, які забезпечували успішність проведення військових операцій (полігони, майданчики, аеродроми, радіолокаційні пости тощо). В будь-якому випадку інфраструктура розглядалась як обслуговуюче утворення, покликане забезпечувати ефективне ведення воєнних дій, а в мирний час - підтримувати обороноздатність держави [37].

Згодом таке тлумачення «перекинулось» і на народне господарство в цілому і почало трактуватись як комплекс галузей, покликаних обслуговувати промислове і сільськогосподарське виробництво, тобто базові сфери економіки.

Далі еволюція трактування інфраструктури йшла у напрямку тлумачення її як сукупності інституцій та об'єктів, необхідних для забезпечення функціонування галузей матеріального виробництва та умов життєдіяльності суспільства загалом. Тому виділялось лише дві складові інфраструктури: виробнича (транспортні комунікації, порти, мости, склади, енергетичне господарство, засоби водопостачання, зв'язку та ін.) та соціальна (освіта, охорона здоров'я, культура, наука). А на сьогодні немає чіткого тлумачення терміну «ринкова інфраструктура».

Разом з тим, вивченню різних аспектів розвитку ринкової інфраструктури як багатофункціональної системи, що забезпечує розвиток економіки, приділяється значна увага. Проблеми формування та ефективного функціонування ринкової інфраструктури, її основних елементів були і є предметом досліджень у працях провідних вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема, І.Н.Ковельської, Л.М.Кузьменко, С.С.Носової, О.В.Прокопенко, І.І.Рекуненко, П.Розенштейн-Родана, В.Н.Стаханова, П.Самуельсона, В.П.Федько та ін.

Усі вони розглядають ринкову інфраструктуру під різним кутом зору, роблячи акцент на певній її складовій. Однак, підсумувавши ці трактування, можна погодитись з тим, що «ринкова інфраструктура» - це сукупність інститутів, які забезпечують матеріально-технічні, фінансові і трудові умови для відтворювального процесу, розміщення і функціонування суб'єктів господарювання [64].

Беручи до уваги існуючі дослідження поняття «ринкова інфраструктура», слід відзначити, що на сьогодні у працях вітчизняних і зарубіжних науковців недостатньо повно висвітлені питання впливу ринкової інфраструктури, її окремих елементів на діяльність малих підприємницьких структур, зокрема виробничої сфери. Часто не враховуються сучасні зміни в моделі ринкової економіки: відкритість ринків, максимальна приватизація, високий рівень розвитку економіки, загалом, та інфраструктури, зокрема, різноманітність методів фінансового і бюджетного регулювання економіки, конвертованість валюти та ін. Тому очевидною є актуальність проблематики нашого дослідження і вибір теми кваліфікаційної магістерської роботи.

Метою роботи є аналіз складових елементів ринкової інфраструктури, їх впливу на функціонування ТОВ «Муза».

Об'єктом дослідження є сукупність суб'єктів ринкової інфраструктури вітчизняного ринку, виробнича і комерційна діяльність досліджуваного малого підприємства.

Предмет дослідження - механізм впливу елементів ринкової інфраструктури на виробниче підприємство.

Завданнями кваліфікаційної магістерської роботи є:

- дослідження і визначення сутності ринкової інфраструктури, її місця в ринковій економіці;
- дослідження впливу різних елементів ринкової інфраструктури на діяльність виробничих підприємств;
- характеристика діяльності досліджуваного підприємства та елементів ринкової інфраструктури, які впливають на нього;
- визначення ступеня впливу на підприємництво усіх елементів ринкової інфраструктури в регіоні;
- обґрунтування напрямів і шляхів активізації елементів ринкової інфраструктури в процесі забезпечення ефективності функціонування підприємства.

В процесі написання кваліфікаційної магістерської роботи нами використані методи економічного аналізу, групувань, екстраполяції, фінансового аналізу, структурних зрушень та ін.

Наукова новизна роботи полягає у дослідженні особливостей функціонування підприємства малого бізнесу у сфері виробництва в контексті впливу на нього усіх елементів ринкової інфраструктури.

Практична цінність отриманих результатів дослідження полягає в обґрунтуванні пропозицій щодо підвищення ефективності впливу різних елементів ринкової інфраструктури на ефективність функціонування досліджуваного малого підприємства.

Інформаційно-методологічною базою науково-практичних пошуків є дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, відображені у наукових статтях та інших публікаціях, навчально-методичні розробки, аналітичні матеріали періодичних видань, матеріали Держкомстату України, Інтернет-ресурси, фінансово-статистичні щорічні документи ТОВ «Муза» за 2013-2016 роки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Інфраструктура ринку як економічна категорія, її сутність та роль у забезпеченні ефективності підприємництва

Розвинута інфраструктура ринку - одна з основних передумов ефективного господарювання. Вона є безперечною умовою усунення організаційних, економічних і функціональних обмежень для налагодження взаємодії між суб'єктами ринку та забезпечує єдність усіх ринкових інституцій. Йдеться про виробничі структури, механізми взаємодії між виробничою сферою та сферою обігу, виробничими підприємствами і споживачами їхньої продукції, державними інститутами та бізнесовими структурами, фінансово-кредитними установами та підприємництвом та ін.

Очевидним є те, що ефективне функціонування ринку як механізму взаємодії економічних суб'єктів, що ґрунтується на конкуренції, безпосередньо залежить від ринкового середовища, важливим елементом якого є ринкова інфраструктура.

Як би незвично це звучало, але розвиток ринкової інфраструктури в державі, забезпечення ефективної взаємодії між ринковими суб'єктами впливає на суспільні настрої. Це пояснюється тим, що ефективні господарські зв'язки, поміркована фіскальна і кредитна політика, прогресивне державне регулювання економіки, розвинута матеріально-технічна складова інфраструктури впливають на забезпечення населення різноманітними товарами і послугами, ступінь задоволення ринкового попиту. А це, в кінцевому підсумку, визначає ступінь лояльності населення до влади, економічної політики уряду, політичних інституцій тощо.

Виробнича сфера підприємництва, в тому числі мале підприємництво, відповідає за створення різноманітних товарів для задоволення споживчих потреб. Однак, вона не існує відокремлено від інших суб'єктних елементів

ринку. Діяльність в суспільстві має певну структуру, до складу якої входять торгівельні посередники, банки, біржі, рекламні компанії, страхові установи, аудиторські центри, торгові доми, лізингові компанії тощо. Він ступеня узгодженості їх діяльності залежить успіх підприємництва у будь-якій сфері, в тому числі виробничій.

Сукупність згаданих інститутів, які виконують певні функції, утворюють інфраструктуру ринкової економіки. Інфраструктура є обов'язковим компонентом будь-якої цілісної економічної системи, тому ефективний розвиток економіки будь-якої держави неможливий без розвиненої ринкової інфраструктури [51].

Інфраструктура як термін походить від лінгвістичного значення латинських слів «*infra*» - нижче і «*structura*» - будова. Як згадувалось вище, він запозичений з військового лексикону, в якому під час другої світової війни термін «інфраструктура» використовували для визначення «сукупності будинків, споруд і комунікацій, необхідних для організації системи постачання збройних сил, зокрема, для товарів і передачі повідомлень» [4]. Лише в середині п'ятдесятих років минулого століття цей термін знайшов своє використання в економічній літературі.

Стосовно економіки, поняття «інфраструктура» вперше застосувала Р.Йохімсен, визначивши її як сукупність матеріальних, інституційних закладів та особистих умов, які надаються у розпорядження економічних суб'єктів і створюють умови для повної інтеграції та забезпечення максимального можливого рівня розвитку господарської діяльності [5].

Директивна командно-адміністративна економіка ґрунтувалась на побудові зв'язків між виробництвом і споживанням на основі чіткого підпорядкування. Роль «зв'язкових» в господарському комплексі виконували органи державної влади: міністерства, відомства та ін. Рішення, ухвалені ними, доводились до безпосередніх виконавців-виробників через цілий ланцюг підпорядкованих організацій відповідно до ієрархічного ланцюга.

У постсоціалістичних країнах розпочалось поступове формування соціально орієнтованої економіки та впровадження нових форм господарювання, роздержавлення власності, демонополізація більшості сфер суспільного життя. Це зумовило потребу і необхідність докорінної структурної перебудови економіки та нового підходу до розвитку її інфраструктури.

Саме тоді розпочав свій шлях новий вид інфраструктури - ринкова інфраструктура, яка сформувалась із спеціалізованих видів діяльності з метою задоволення потреб різних ринків (товарів, послуг, фінансів, інвестицій, валюти, інформації тощо) та забезпечення їх цивілізованого функціонування.

З розвитком економіки та накопиченням досвіду господарювання ринкових суб'єктів різних її сфер було встановлено: чим вищим є рівень розвитку інфраструктури, тим швидше і більшому обсязі надходять інвестиції, робоча сила, прискорюється економічний розвиток, зростає рівень життя населення. І навпаки, чим нижчим є рівень розвитку інфраструктури, тим повільніше або з великими витратами розвивається виробництво, знижується рівень життя людей.

Сутність ринкової інфраструктури пов'язана з існуванням різних підходів до трактування цього терміну. Тому коротко зупинимось на них для більш глибокого розуміння її змісту. Тим більше, що в економічній літературі існування цих підходів до розуміння поняття ринкової інфраструктури знайшли своє відображення в певних концепціях (рис. 1.1).

Концепція накладних витрат є домінуючою у більшості досліджень питань формування та розвитку ефективної ринкової інфраструктури. Найбільшого розвитку ця концепція одержала у працях В.Н.Стаханова, Л.Н.Добришиної, Т.Г.Зотової, С.С.Голубевої та ін. Ключовим постулатом концепції є: ринкова інфраструктура - це основа функціонування ефективної ринкової економіки, головною функцією якої є створення сприятливого клімату для функціонування приватного капіталу. Причому, в поле зору прихильників і послідовників цієї концепції потрапляють організаційно-економічні аспекти розвитку інфраструктури, а фінансові аспекти залишаються поза їх увагою [6].

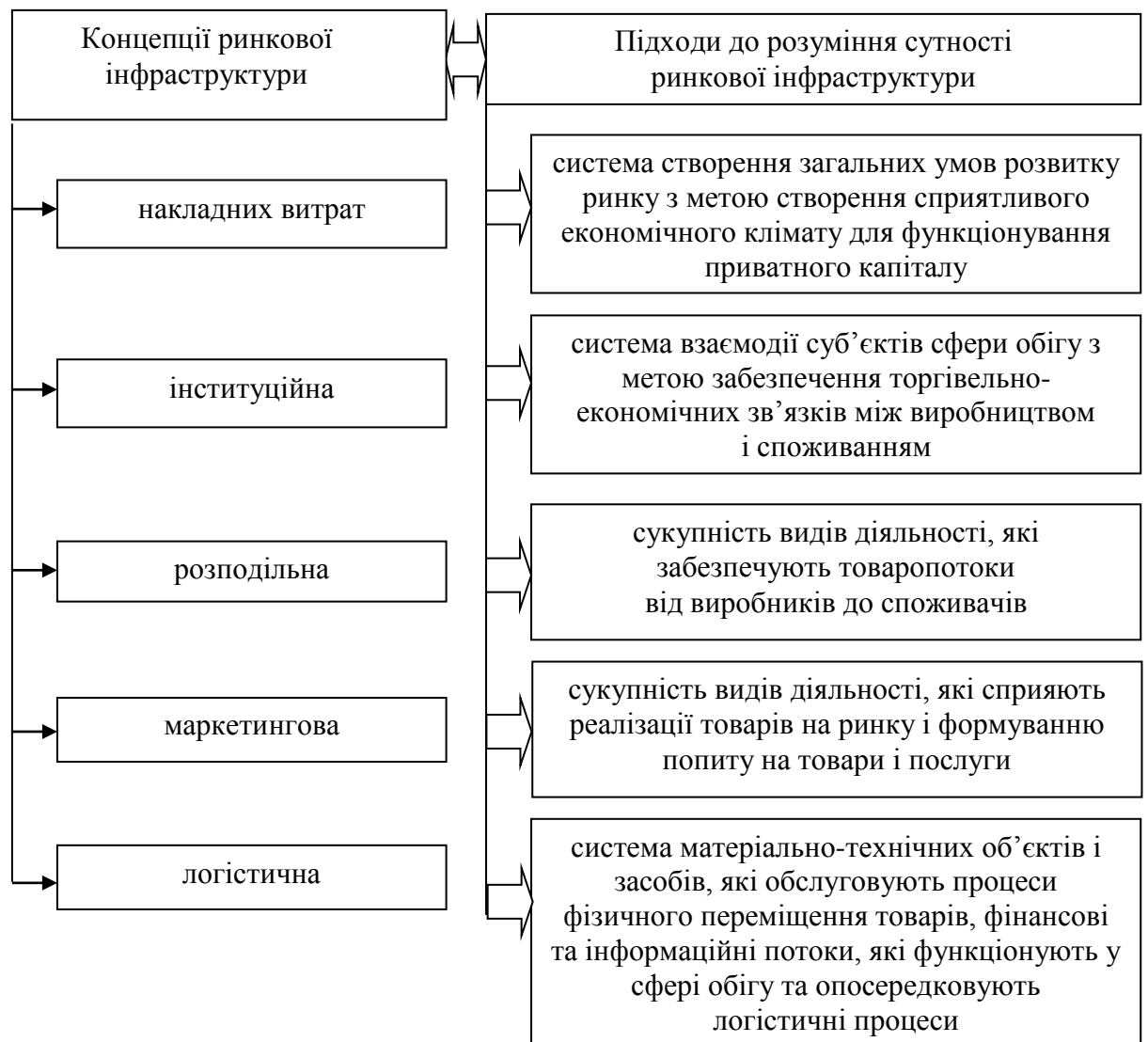


Рис. 1.1. Концепції та наукові підходи до розуміння сутності ринкової інфраструктури [44]

Сутністю інституційної концепції ринкової інфраструктури є розуміння її як сукупності економічних агентів сфери обігу, причому основна увага приділяється економіко-правовим та організаційним функціям у взаємодії ринкових суб'єктів. Тому основною функцією ринкової інфраструктури, згідно концепції, є забезпечення економічних зв'язків між суб'єктами ринку.

З точки зору інституціонального підходу, інфраструктура виконує об'єднуючу функцію при формуванні єдиного економічного простору, що підкреслює мережеву ієрархічну її структуру. Ця концепція має два напрями розвитку: аналіз складу та елементів ринкової інфраструктури і дослідження

інституційної структури економічної системи в цілому з виділенням таких її інститутів ринкової інфраструктури, які мають вплив та визначають розвиток всього ринку.

Основні ідеї цієї концепції викладені в роботах А.А.Ткача, В.П.Федько, Р.Йохімсена, Н.А.Журавльової, В.А.Покровського, А.А.Говоріна та ін. [5].

Розподільна концепція ґрунтується на розумінні ринкової інфраструктури як системи каналів розподілу товарів, тобто сукупності суб'єктів, зайнятих доведенням товарів від виробників до споживачів. Вони зайняті обслуговуванням процесів обміну і руху продукції. Дана концепція досить повно відображає всі аспекти дослідження ринкової інфраструктури - функціональний, галузевий і просторовий аспекти товарного руху.

Однак, акцентування уваги на проблемах забезпечення ефективного товароруху в економічній системі зводить до розуміння ролі ринкової інфраструктури в суспільному житті. В цьому її недолік. Основні ідеї розподільної концепції відображені у працях С.С.Носової, Р.С.Каренова, Г.Г.Муфтієва [5].

Маркетингова концепція має в основі розуміння ринкової інфраструктури як сукупності видів діяльності по обслуговуванню всієї системи ринків, формуванню попиту на товари і послуги, сприяють їх реалізації на ринку.

Логістична концепція розглядає ринкову інфраструктуру як систему об'єктів, транспортних і технічних засобів, які забезпечують просування товарів на ринок. Вона передбачає раціоналізацію транспортно-складських процесів, матеріальних, фінансових та інформаційних потоків у сфері обігу. Ґрунтуючись, в основному, на матеріально-технічному аспекті руху товарів, логістична концепція не приділяє належної уваги проблемам внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків суб'єктів ринку. Тому порушується принципове розуміння ринкової інфраструктури як єдиної системи.

У працях А.Картера, П.Ю.Беленького, А.П.Гриценка, О.О.Шубіна відображені основні ідеї маркетингової та логістичної концепцій ринкової інфраструктури. [5].

Кожна із зазначених концепцій відображає свої, специфічні підходи до розуміння функцій ринкової інфраструктури. Проте, незаперечним є той факт, що ринкова інфраструктура зв'язує в єдине ціле всі галузі економіки, сприяє їх збалансованому стабільному розвитку, суттєво, а інколи визначально, впливає на підвищення ефективності процесів товарного та грошового обігу, надання суб'єктам господарювання комплексу ринкових послуг, які створюють сприятливі умови для розвитку бізнесу.

Підсумовуючи різні точки зору на сутність ринкової інфраструктури, можемо зазначити, що вона є сукупністю особливих інститутів, які виконують функції надання спеціалізованих послуг суб'єктам господарювання з метою створення для них нормальних умов для функціонування, найкращої реалізації їх інтересів та подальшої інтеграції у єдину економічну макросистему. Основною макроекономічною функцією ринкової інфраструктури є підвищення ефективності капіталу, та, відповідно, ринкової економіки в цілому [Сучасна економіка].

Ринкова інфраструктура як сукупність інституцій характеризується певними ознаками:

- 1) інфраструктура є сектором економіки загального призначення: її елементи однаково можуть використовуватись усіма ринковими суб'єктами - від підприємств малого бізнесу до транснаціональних корпорацій будь-якої галузевої приналежності та виду діяльності, у тому числі державними інституціями; причому таке користування може бути одночасним;
- 2) створення об'єктів ринкової інфраструктури потребує значних стартових інвестицій, тобто є досить капіталомісткими, причому термін окупності таких фінансових вкладень є тривалим;
- 3) ринкова інфраструктура суттєво впливає на ефективність процесу виробництва, обігу, обміну і споживання матеріальних благ, хоча не завжди є його безпосереднім учасником;

- 4) сукупність об'єктів ринкової інфраструктури є мінливою, тобто зі зміною чергових етапів економічного розвитку суспільства їх перелік також змінюється.

Як і будь-яка інша сфера суспільного життя ринкова інфраструктура «на виході» має давати якийсь продукт. Останнім щодо ринкової інфраструктури є посередницька послуга. Послуга - це особливий вид товару, який існує тільки в момент його виробництва. Надаючи різноманітні посередницькі послуги споживачам, підприємцям і підприємствам, установам і організаціям суб'єкти ринкової інфраструктури виконують ряд важливих функцій, серед яких можна виділити такі:

- доведення товарів до безпосередніх споживачів;
- забезпечення зворотного зв'язку між виробниками і споживачами;
- перерозподіл ресурсів між різноманітними галузями та всередині них;
- акумулювання тимчасово вільних грошових коштів, регулювання грошового обігу.

Очевидним є те, що ринкова інфраструктура має істотний вплив на функціонування економічної системи в цілому.

Оскільки головною функцією інфраструктури є забезпечення всього економічного процесу, її можна розглядати на трьох рівнях: мікро-, мезо- та макрорівнях.

Мікрорівень. Інфраструктура є сукупністю інженерно-технічних об'єктів, які створюють матеріально-речові умови для функціонування окремих підприємств або галузей, сприяють здійсненню у них певних технологічних процесів (енерго- і тепlopостачання, водopостачання та водовідведення, внутрішньозаводський транспорт тощо).

Мезорівень. Інфраструктура є сукупністю як матеріально-речових елементів (дороги, енерго-, водо-, тепlopостачання, зв'язок та ін.), так і певних інститутів (заклади охорони здоров'я, культури, відпочинку тощо), які знаходяться на певній території і забезпечують належні умови життєдіяльності її населення.

Макрорівень. Інфраструктура розглядається як сукупність загальних для всього суспільства економічних і соціальних умов, які забезпечують його повноцінне функціонування та задоволення потреб його членів, їх розвиток.

Інфраструктура макрорівня є досить складною і об'єднує в собі такі види:

- виробнича інфраструктура (транспорт, зв'язок, наука, електроенергетика, дорожнє господарство та ін.);
- соціально-побутова (житлово-комунальне господарство, соціальне забезпечення населення, освіта, охорона здоров'я тощо);
- інституціональна (банки, страхові компанії, біржі, фонди та ін.).

Кожен із цих видів інфраструктури відіграє свою роль у суспільному житті та розвитку ринку, але їх об'єднує те, що потребу у них мають всі без винятку види діяльності та населення.

Для зручності аналізу всі елементи ринкової інфраструктури поділяють на два види: загальна ринкова інфраструктура і спеціалізована ринкова інфраструктура (рис.1.2).

Загальна ринкова інфраструктура об'єднує безпосередні атрибути ринкового механізму, які характеризують рух грошей, товарів, капіталів, праці та ін., а спеціалізована - забезпечує організаційне оформлення ринкових відносин за допомогою бірж, торгових домів, аукціонів, систем роздрібної та гуртової торгівлі, ярмарків, торгових палат та ін.

Значення і роль ринкової інфраструктури у забезпеченні ефективного функціонування економіки визначається її функціями, основними з яких є:

- ❖ забезпечення безперервної взаємодії суб'єктів ринку, їх функціонування на основі розвитку господарських зв'язків, їх регулювання;
- ❖ доведення товарів до безпосередніх споживачів;
- ❖ перерозподіл ресурсів між різноманітними галузями та всередині них;
- ❖ акумулювання тимчасово вільних коштів, регулювання грошового обігу;
- ❖ зміна структури інвестицій, їх перерозподіл між галузями;
- ❖ зміна структури виробництва та розвиток окремих галузей, підгалузей і сфер суспільного життя.

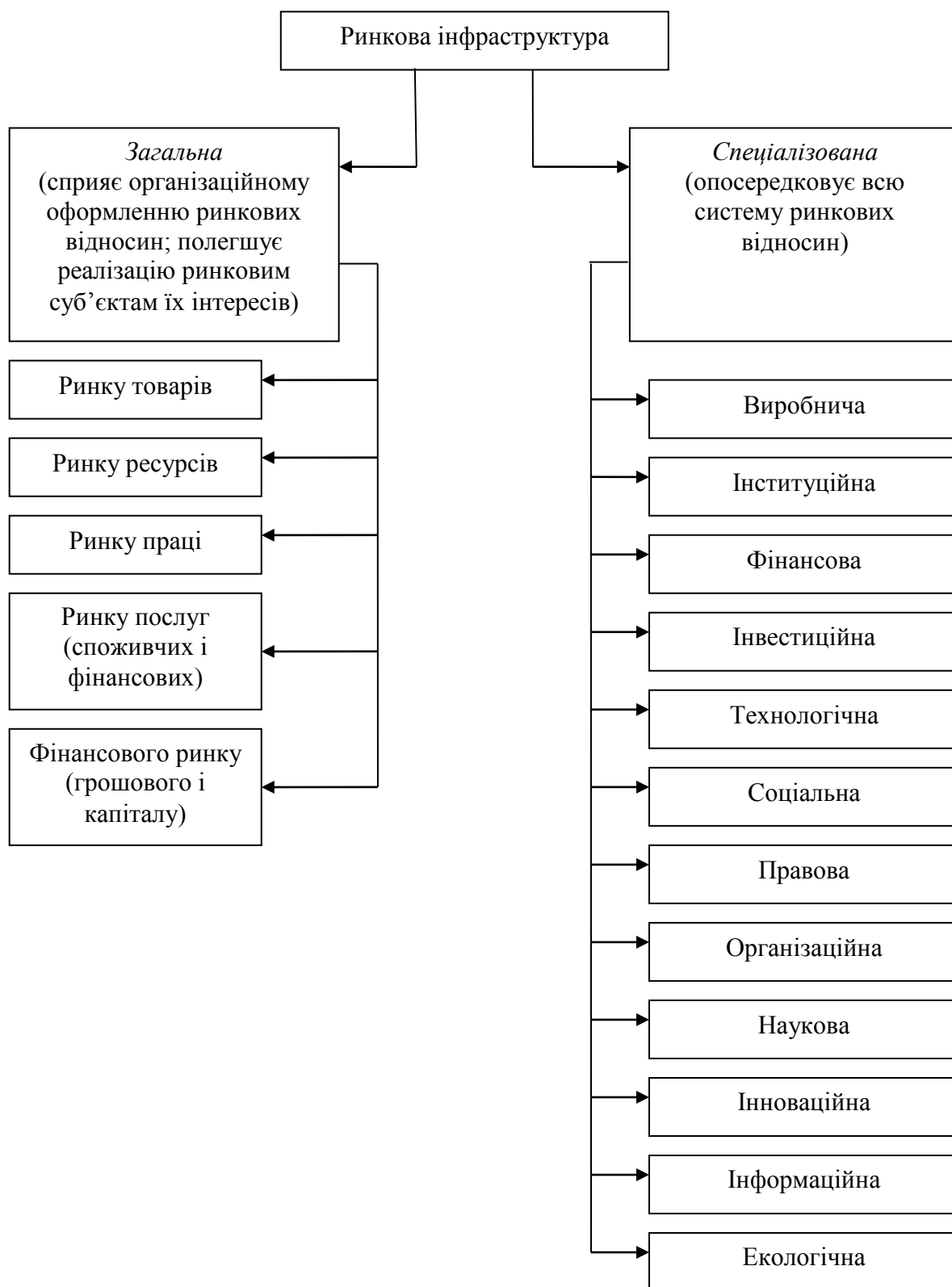


Рис.1.2. Класифікація елементів інфраструктури згідно виконуваних ними завдань [52]

Перелічені функції демонструють, що головне призначення всіх інституцій інфраструктури полягає в забезпеченні обслуговування взаємовідносин виробників і безпосередніх споживачів товарів і послуг, а

продуктом функціонування елементів ринкової інфраструктури є посередницька послуга, про що згадувалось вище. Детальніше характеристику елементів ринкової інфраструктури відповідно до виконуваних ними функцій розглянемо далі.

1.2. Елементи ринкової інфраструктури, їх характеристика

Необхідність виконання зазначених вище функцій ринкової інфраструктури визначає складність її елементів. Тому доцільно класифікувати елементи ринкової інфраструктури за функціональною ознакою. Така класифікація є найбільш зрозумілою з точки зору усвідомлення ролі тієї чи іншої складової інфраструктури у забезпеченні ефективності господарського механізму незалежно від її рівня (мікро-, мезо- чи макрорівня).

Тому вважаємо, що груповими елементами ринкової інфраструктури можна вважати:

- інформаційно-аналітична інфраструктура;
- фінансово-кредитна інфраструктура;
- організаційно-технічна інфраструктура [7].

Усі ці елементи ринкової інфраструктури з сукупністю різноманітних підприємств, установ та організацій, які створені для обслуговування суб'єктів ринку. Вони допомагають їм нормально функціонувати і діють у межах окремих ринків: ринку робочої сили, ринку засобів виробництва, ринків банківських послуг, інвестицій, фінансів, ринків інформації, маркетингових послуг.

На виробничі малі підприємства в певній мірі впливають більшість суб'єктів інфраструктури, але їх роль у забезпеченні ефективності роботи таких підприємств за своєю важливістю та масштабністю неоднаковий. Тому варто зупинитись на більш детальній характеристиці елементів ринкової інфраструктури, враховуючи різноманітність виконуваних ними функцій.

На виробничі підприємства, особливо малі за розміром і масштабом діяльності, маю вплив такі елементи інформаційно-аналітичної ринкової

інфраструктури, які забезпечують їм всякого роду юридичну, консультативну допомогу, а саме аудиторські, консалтингові та юридичні і компанії.

Аудиторські фірми - це незалежні підприємницькі організації, які займаються перевіркою фінансово-господарського стану підприємств, установ та організацій. Вони здійснюють, як правило, комплексну ревізію фірми, що дає змогу оцінити її можливості у сфері бізнесу. Результати перевірки є професійною таємницею і не підлягають розголошенню.

Законом України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 р. № 3125-ХІІ зі всіма змінами і доповненнями аудиторська діяльність визначається як підприємницька діяльність, яка включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок (аудит) та надання інших аудиторських послуг (стаття 3).

Аудиторська фірма визначається як юридична особа, створена відповідно до законодавства, яка здійснює виключно аудиторську діяльність. Право на здійснення аудиторської діяльності мають аудиторські фірми, включені до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів (стаття 5) [25].

Аудиторські послуги у вигляді консультацій можуть надаватись усно або письмово з оформленням довідки та інших офіційних документів. Аудиторські послуги у вигляді експертиз оформляються експертним висновком або актом.

Значення цього елемента ринкової інфраструктури для малого бізнесу посилюється тим, що часто власники чи керівники таких підприємств не мають достатнього досвіду у сфері фінансово-економічної діяльності, розрахунків, економічних обґрунтувань, тому вони потребують сторонньої допомоги у формі фінансового консультування, оцінки фінансового стану підприємства та ін. Це особливо актуально, коли мале підприємство планує залучити для свого розвитку інвестиційні ресурси сторонніх юридичних чи фізичних осіб.

Консалтинговими компаніями є установи і організації, які надають консалтингові послуги різного характеру, які фактично є управлінським консультуванням, тобто професійною діяльністю з надання незалежних об'єктивних порад і технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами

фірмам, окремим підприємцям. Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації.

Особливості функціонування ринку консалтингових послуг визначаються специфікою самого продукту - консалтингової послуги, яка є інтелектуальним продуктом, що залишається у володінні підприємства (клієнта консалтингової фірми) після завершення консультування.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають будь-які підприємства та організації, в діяльності яких виникають певні управлінські проблеми: приватні фірми, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. Але, на відміну від поширеної в розвинутих країнах планомірної співпраці з консалтинговими фірмами, управлінське консультування в Україні використовується епізодично, лише у випадку виникнення критичних ситуацій, коли існуючі проблеми не можна вирішити власними зусиллями.

В Україні консалтинг як елемент ринкової інфраструктури повинен у найближчі роки стати одним з найбільш перспективних видів бізнесу. Пояснюється це тим, що підприємці-початківці, як правило, не мають відповідного досвіду роботи в умовах ринку, необхідних знань з менеджменту, управління інноваціями, оцінки конкурентоспроможності товарів, потенціалу підприємства, реклами і маркетингу та ін. Часто потенційні бізнесмени досить поверхово розбираються навіть у законодавстві, тому цей елемент ринкової інфраструктури має потенціал для розвитку на полі ведення вітчизняного бізнесу.

Діяльність виробничих малих підприємств часто потребує одержання певних юридичних послуг, тобто взаємодії з колом юридичних організацій, які визначають успішне здійснення господарської діяльності конкретним ринковим суб'єктом.

Юридичні послуги - це послуги із захисту прав та інтересів громадян, юридичних осіб, у державних органах, в суді, перед будь-якими фізичними і юридичними особами. Юридичні послуги є дуже різноманітними, до них відносяться: надання консультацій з юридичних питань, усних і письмових довідок щодо чинного законодавства; оформлення позовних заяв, скарг та інших документів правового характеру; здійснення представництва інтересів підприємств і організацій за їх дорученням у судах та інших державних органах у різних справах; здійснення правового обслуговування установ, підприємств і організацій тощо.

Юридичні послуги надають юридичні консультації, адвокатські фірми, нотаріальні контори, приватні адвокати, нотаріуси, громадські правозахисні організації, юридичні фірми різних організаційно-правових форм.

Важливим елементом ринкової інфраструктури є система державних органів, які за своїм статусом покликані захищати інтереси держави, юридичних та фізичних осіб (прокуратура, судова система), але вони швидше відносяться до організаційно-технічної ринкової інфраструктури.

Отже, елементи інформаційно-аналітичної інфраструктури впливають на розвиток виробничих малих підприємств в частині надання їм консалтингових та аудиторських послуг, а також юридичної допомоги з метою забезпечення правового захисту їх інтересів в різних інстанціях.

На даний час вони використовуються у виробничо-господарській діяльності малих підприємств не в повному обсязі, але їх значення і важливість в забезпеченні ефективності малого бізнесу зростає із ускладненням умов ринкового середовища та розширенням функцій самих підприємств-виробників (вихід на зовнішній ринок, придбання ліцензій, процеси приватизації тощо).

Елементами фінансово-кредитної ринкової інфраструктури є банківські установи, фондові і валютні біржі, кредитні спілки, страхові компанії, інвестиційні фонди, заклади гуртової та роздрібною торгівлі, фонди підтримки підприємництва, суб'єкти лізингу та ін. Не всі з них є «життєво важливими»

для забезпечення ефективної діяльності виробничого підприємства, тому охарактеризуємо найважливіші з них.

Насамперед, банківська система в Україні протягом останніх 15-20 років в діяльності виробничих підприємств зайняла одне з чільних місць. Банки є одним з найвпливовіших на виробничі підприємства інститутів інфраструктури, оскільки підприємства постійно, а в кращому випадку, періодично, відчувають нестачу у грошових коштах для здійснення як своєї поточної виробничо-комерційної діяльності, так і задоволення інвестиційних потреб [7].

Банківська система є сукупністю взаємопов'язаних фінансово-кредитних установ (банків), які функціонують в межах єдиного фінансового механізму певної країни у визначений історичний період. Банківська система є підсистемою фінансової системи конкретної держави.

Сучасна банківська система України, як і у більшості країн світу, є дворівневою. У ст.4 Закону України «Про банки і банківську діяльність» визначено, що банківська система України складається з Національного банку України та інших банків, які створені та діють на території України відповідно до положень цього Закону [26].

Комерційні банки є на сьогодні найбільш універсальними фінансовими установами, які виконують основний набір кредитно-фінансових операцій. Для виробничих підприємств найбільш важливим напрямком «співпраці» з банківськими установами є можливість одержання кредиту на вигідних умовах.

Основною функцією комерційних банків як фінансових посередників є мобілізація наявних вільних коштів і пере направлення їх через кредитні інструменти в різні галузі національної економіки, тобто здійснення кредитного посередництва.

Для виробничих підприємств малого бізнесу найбільш цікавими є спеціалізовані комерційні банки, мають понад 50% однотипних активів і зосереджуються на здійсненні однієї чи кількох банківських операцій або обслуговують обмежене коло клієнтів. Серед спеціалізованих банків виділяють: інвестиційні, інноваційні, облікові, ощадні, іпотечні банки. Серед них

предметом прискіпливої уваги з боку малого бізнесу є інвестиційні, інноваційні та іпотечні банки, оскільки саме вони можуть надати кредитні ресурси на відносно тривалий термін і профінансувати різноманітні потреби і проекти: від закупівлі сировинно-матеріальних ресурсів до науково-технічних розробок.

На сьогодні для виробничих малих підприємств важливим є питання удосконалення та оптимізації взаємовідносин з банківською системою. Підприємства часто дуже обережно відносяться до кредитів і звертаються по допомогу до банків у крайніх випадках. Причина в тому, що кредитна політика інколи настільки «негуманна» по відношенню до підприємств, що потенціал банківської системи України стосовно сприяння розвитку бізнесу використовується слабо.

Страхові компанії - це фінансові посередники, які здійснюють виплати своїм клієнтам при настанні певних подій, обумовлених у договорі страхування - страховому полісі.

Страховий платіж є платою за страхування, яку власник полісу вносить страховій компанії відповідно до договору страхування. Платіж може сплачуватись одноразово або у вигляді послідовності періодичних платежів. У випадку, коли власник поліса не сплачує страхових платежів, договір страхування розривається.

Укладаючи договори страхування, страхові компанії приймають на себе ризики власників полісів, а отримуючи страхові внески, вони отримують плату за прийняті на себе ризики.

Найчастіше виробничі малі підприємства користуються послугами страхових компаній в частині страхування нерухомого і рухомого майна, товарів в дорозі. Практично кожен суб'єкт бізнесу має на кожен конкретний момент часу по 2-4 чинних страхових договори. Роль страхових компаній у розвитку бізнесу зростатиме, як це має місце в усіх розвинутих економіках.

Суб'єктами фінансово-кредитної ринкової інфраструктури, є фондові та валютні біржі. Але їх діяльність пов'язана з торгівлею цінними паперами або валютними ресурсами. До таких послуг малі підприємства у своїй більшості

практично не звертаються, тому зупинятись на їх характеристиці детально не будемо.

Також до фінансово-кредитної інфраструктури належать інвестиційні фонди - учасники фондового ринку, які акумулюють кошти інвесторів та передають їх в управління інвестиційному управляючому. Джерело утворення інвестиційних фондів залежно від форми власності - податки, грошові збори, субсидії (якщо інвестиційний фонд є державним), позики, обов'язкові та добровільні пожертви підприємств, організацій і населення.

Для виробничих підприємств роль інвестиційних фондів в системі ринкової інфраструктури зростає, оскільки такі фонди за рахунок «групового» інвестування дозволяють їм вирішувати ті виробничо-господарські та фінансові проблеми, які б вони не вирішили самотужки.

Також до фінансово-кредитної ринкової інфраструктури належать кредитні спілки, які є фінансовими установами, які займаються виключно наданням фінансових послуг, а їх капітал формується з пайових внесків членів спілки. Вони надають кредити своїм членам на умовах їх платності, строковості та забезпеченості в готівковій та безготівковій формі.

Виробничі малі підприємства практично не користуються послугами кредитних спілок через те, що їх учасниками можуть бути приватні підприємці, фермери, фізичні особи. Можливість одержання кредиту у кредитній спілці для підприємств також не є цікавою, оскільки умови одержання коштів часто гірші, ніж у будь-якому банку, а ризики великі. Причому, за останні роки довіра до діяльності кредитних спілок в Україні похитнулась через недобросовісні операції деяких з них, що набули розголосу та резонансу в суспільстві.

В умовах сучасного вітчизняного ринку зростає роль лізингу та суб'єктів ринкової інфраструктури, які спеціалізуються на лізингових операціях.

Лізинг - оренда майна у кредитора, який придбав його з метою здачі в оренду. Цей особливий вид оренди рухомого і нерухомого майна виробничого призначення фінансується у відповідному договорі між орендодавцем

(лессором) і орендарем (лізером).

Головні об'єкти лізингу - елементи активної частини основних фондів. Згідно із Законом України «Про лізинг» не можуть бути об'єктами лізингу об'єкти оренди державного майна, земельні ділянки та інші природні об'єкти [].

Суб'єктами лізингу можуть бути, крім комерційних банків, комерційні лізингові компанії та міжнародні лізингові компанії. Найпотужнішу групу учасників, які активно функціонують на ринку лізингу в Україні, представляють комерційні лізингові компанії, які створені банками, або спеціалізовані відділи комерційних банків. Вони надають лізингові послуги широкому колу клієнтів, але не виключені й такі випадки, коли банк надає перевагу лише власним постійним клієнтам.

Виробничі малі підприємства найчастіше користуються послугами тих суб'єктів лізингу, які пропонують у лізинг рухоме майно: обладнання, прилади, транспортні засоби, сільськогосподарську техніку тощо. Вигідність лізингу для малого бізнесу є очевидною, оскільки малі підприємства часто мають обмежені фінансові ресурси і лізинг розширює їх можливості у доступі до дорогої, складної, а інколи, і унікальної техніки. Лізингові компанії як елемент ринкової інфраструктури посилюватимуть свій вплив на бізнес.

Підсумовуючи, можемо відзначити, що з фінансово-кредитна ринкова інфраструктура суттєво впливає на діяльність виробничих малих підприємств, але не всі її елементи в однаковій мірі є цікавими й тісно «контактують» з бізнесом. Звичайно, на виробничі малі підприємства найбільше впливає функціонування комерційних банків, лізингових і страхових компаній, інвестиційних фондів. Такі структури значно розширюють фінансові можливості підприємств, убезпечують їх від певних видів ризиків та ін.

Серед суб'єктів організаційно-технічної інфраструктури ринку виділимо лише ті, які в найбільшій мірі впливають на розвиток виробничих малих підприємств: торгово-промислові палати, ярмарки, виставки-продажі, підприємства оптової та роздрібною торгівлі, асоціації підприємців, державні органи зі спеціальними функціями.

Торгово-промислова палата є недержавною неприбутковою організацією, яка об'єднує юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців, які створені та функціонують відповідно до законодавства України.

Створення та діяльність торгово-промислових палат в Україні регулюється Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні» (1997 р.). У Законі міститься спеціальна вимога: торгово-промислова палата може займатися підприємницькою діяльністю лише в тому обсязі, в якому це необхідно для виконання її статутних завдань. Одержаний нею прибуток не розподіляється між членами торгово-промислової палати а спрямовується на виконання її статутних завдань [34].

Метою створення торгово-промислових палат є сприяння розвитку національної економіки, її інтеграції у світову господарську систему, формуванню сучасної промислової, фінансової і торговельної інфраструктури, створенню сприятливих умов для підприємницької діяльності, всебічному розвитку усіх видів підприємництва, не заборонених вітчизняним законодавством, науково-технічних і торговельних зв'язків між вітчизняними підприємцями та підприємцями зарубіжних країн [34].

Завданнями торгово-промислових палат є:

- сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, експорту вітчизняних товарів, послуг, подання практичної допомоги підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, освоєнні нових форм співробітництва;
- представлення інтересів членів палати з питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами;
- організація взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, координація їх взаємовідносин з державою в особі її органів;
- участь в організації в Україні та за кордоном професійного навчання і стажування фахівців - громадян України з питань підприємництва, розвитку конкуренції, а також у розробленні та реалізації державних і міждержавних програм у цій галузі;

- надання довідково-інформаційних послуг, відомостей про діяльність вітчизняних і зарубіжних підприємців, сприяння поширенню, в тому числі через ЗМІ, знань про економіку і науково-технічні досягнення, законодавство, звичаї та правила торгівлі в Україні та інших країнах, можливості зовнішньоекономічного співробітництва українських підприємців;
- сприяння в організації інфраструктури інформаційного обслуговування підприємництва;
- надання послуг для здійснення комерційної діяльності іноземним фірмам та організаціям;
- сприяння розвитку торгових та інших звичаїв у підприємницькій діяльності, участь у розробці правил професійної етики для різних сфер бізнесу, галузей економіки, спілок та об'єднань підприємців та інших, передбачених статутом завдань [34].

Ярмаркова торгівля є короткочасною і періодично повторюваною реалізацією товарів з наступним здійсненням актів купівлі-продажу після огляду та підбору зразків продукції виробничо-технічного призначення і товарів широкого використання.

Ярмаркова торгівля в Україні як організаційна форма встановлення комерційних зв'язків є широко розповсюдженою. Характерними ознаками ярмаркової торгівлі є: гуртова реалізація товарів за представленими зразками; періодичність торгів; попереднє встановлення часу і місця проведення продажів; одночасна і масова участь продавців і покупців.

Основна мета ярмарків - гуртовий продаж товарів, налагодження прямих ділових контактів між продавцями і покупцями. Предметом діяльності ярмарку є надання комплексу послуг учасникам по укладанню торгівельних угод, впорядкування процесу гуртової торгівлі, аналізу і підготовки кон'юнктурної інформації, організації реклами.

На відміну від ярмарок, виставки-продажі, як правило, систематизуються за науковими тематиками і напрямками. Щорічно в Україні проводить чимало тематичних виставок: сільськогосподарської продукції, меблів, будівельних матеріалів, текстилю та цілого ряду інших.

Мета виставки-продажу - демонстрація, показ і презентація з наступною реалізацією нових видів продукції, товарів, підготовка новітньої інформації і створення умов для налагодження ділових контактів з потенційними покупцями.

Виставковий продаж є доцільною формою апробації ринку нових товарів, реалізація яких тільки розпочинається, тобто вони знаходяться на початковій стадії свого життєвого циклу, вони ще не виготовлені масовими партіями через непевність виробників щодо попиту на них.

Виробничі малі підприємства зацікавлені у розвитку ярмарково-виставкової діяльності. Це позитивно впливає на поінформованість зацікавлених осіб, підприємницьких структур про діяльність підприємства та його продукцію, а часто є засобом маркетингових комунікацій, оскільки виконує функцію реклами і просування продукції на ринку.

Оптова торгівля як елемент ринкової інфраструктури є діяльністю з продажу товарів оптом тим, хто купує їх для перепродажу або виробничого використання. Оптові торговельні підприємці допомагають виробникам ефективно доставляти товари роздрібним торговельним підприємствам і промисловим споживачам, виконуючи функції збуту, стимулювання, закупівель, формування товарного асортименту, складування, транспортування, фінансування та ін.

Роздрібна торгівля - діяльність з продажу товарів чи послуг безпосередньо кінцевим споживачам для їх особистого споживання. Для виробничих малих підприємств, особливо з таким профілем діяльності, як ТОВ «Муза», роздрібна торгівля є чи не найважливішим елементом ринкової інфраструктури, оскільки без її розвитку неможливе функціонування хлібопекарного бізнесу взагалі.

Для відстоювання інтересів виробничих підприємств перед державними та муніципальними органами влади утворюються об'єднання підприємств. Головними видами таких об'єднань є спілки підприємств, підприємців та

орендарів, асоціації підприємств-виробників. Найбільшого розповсюдження набула остання форма об'єднання підприємств.

Асоціація - договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, які об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації.

Значення асоціацій для розвитку бізнесу, в тому числі малого, в нинішніх умовах господарювання зростає. Дуже часто саме згуртована діяльність підприємств і підприємців дозволяє реально відстояти свої інтереси (наприклад, «Податковий майдан», протести Асоціації хлібопекарів проти підвищення цін на борошно, протести Асоціації таксистів в різних містах України у зв'язку із змінами в законодавстві, подорожчанням пального та ін.).

Елементами організаційно-технічної інфраструктури ринку є державні органи зі спеціальними функціями: податкова інспекція, служби контролю за цінами, дотриманням стандартів, дотриманням будівельних норм тощо, а також судова система, органи контролю за дотриманням законодавства (прокуратура) та ін. Кожна з них виконує свої специфічні фіскальні, регуляторні, контролюючі та інші функції і виробничі підприємства зазнають їх впливу відповідно до виду і масштабів своєї діяльності.

Ми охарактеризували лише найбільш «впливові» на розвиток виробничих малих підприємств елементи організаційно-технічної ринкової інфраструктури. Такими елементами є лізингові компанії, оптові посередники та роздрібна торгівля, асоціації виробників, а також державні органи. Вплив інших елементів організаційно-технічної інфраструктури ринку (товарних бірж, торгово-промислових палат) на виробничі малі підприємства є значно слабшим.

1.3. Розвиток інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні:

необхідність і послідовність

Не потребує сьогодні додаткових аргументів на свою користь теза про те, що нині мале підприємництво розглядається не лише як «супутник», «уламок» від великого бізнесу, а як самостійна форма функціонування і розвитку продуктивних сил у суспільстві. Часто воно є більш гнучким, ефективним і прогресивним, ніж великі компанії та фірми.

Сучасна економіка розвинутих держав має в основі достатньо потужний соціально-економічний прошарок - малий та середній бізнес, який формує підвалини для розвитку суспільства. Малі та середні підприємства у європейських країнах та США становлять більше 99,8 % усіх суб'єктів бізнесу, ними створюється 66,8% робочих місць та 57,9% доданої вартості [14].

В Україні ці показники значно скромніші: в економіці малі та середні підприємства складають менше 60%, а їх внесок у ВВП ледве сягає 11%. За критеріями ЄС середній клас в Україні - це лише 5% населення.

Для України розвиток сучасного підприємництва відкриває вагомі перспективи вирішення економічних і соціальних проблем, створює передумови змінення економічної безпеки та добробуту громадян.

Національний підприємницький сектор є фундаментом економіки, що забезпечує роботу більш як 8 млн. українців (близько 50% зайнятого населення), з яких 1,7 млн. осіб працюють на великих підприємствах, понад 2,6 млн. – у суб'єктів середнього підприємництва та понад 3,8 млн. осіб – у суб'єктів малого підприємництва [1].

Загальною тенденцією розвитку підприємництва в Україні є вирівнювання економічного потенціалу середнього та великого підприємництва при зниженні ролі малого та мікропідприємств за більшістю видів економічної діяльності.

Позитивними моментами, які мають місце впродовж останніх років, є активна діяльність з ліквідації надмірних та застарілих регуляторних обтяжень та бар'єрів у сфері малого та середнього бізнесу. Разом з тим розвиток підприємництва в Україні стримують такі чинники: недостатність темпів реформ по спрощенню умов ведення бізнесу, невирішеність низки проблем

покращення бізнес-клімату, формалізація підприємницької активності, нерівномірність фіскального навантаження на різні групи суб'єктів господарювання, несприятливість макроекономічного та фінансового середовища, обмеженість внутрішнього ринку як головного операційного простору господарської діяльності та ін.

З огляду на викладене, важливими є питання розвитку ринкової інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні, оскільки ефективність функціонування таких підприємств багато в чому залежить від установ і організацій, які надають різноманітні послуги та допомогу суб'єктам господарювання.

Не дивлячись на ряд прийнятих останнім часом вищими органами державної влади і управління нормативних документів, розвиток малого бізнесу в Україні здійснюється у не зовсім сприятливому макро- і мікросередовищі. Ще сьогодні існує низка проблем, які слід вирішувати на різних рівнях управління.

Аналітичні дані щодо діяльності суб'єктів малого підприємництва свідчать про те, що значна кількість новостворених малих підприємств не в стані розпочати свою роботу через відсутність практичних навиків та досвіду провадження підприємницької діяльності у самих підприємців та найманих працівників, достатньої кількості сировинно-матеріальних ресурсів, власних площ і устаткування і, нарешті, статутного капіталу.

Також малі і середні підприємства зіштовхуються з проблемами виробничого характеру, труднощами в реалізації продукції, просуванні її на ринок, формуванні відповідної клієнтської бази. Незначні масштаби господарської діяльності не дозволяють багатьом малим підприємствам залучити до праці висококваліфікованих фахівців, найняти заповзятливих працівників.

Усе це підтверджує необхідність подальшого розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні з точки зору задоволення потреб суб'єктів саме цієї сфери підприємництва в отриманні всебічної допомоги і підтримки з

боку різних елементів ринкової інфраструктури, в тому числі державних інституцій.

Для оцінки напрямків розвитку ринкової інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні варто зупинитись на особливих рисах останнього, які істотно відрізняють його від підприємництва більшості зарубіжних країн, а саме:

- низький рівень технічної озброєності при значному інноваційному потенціалі;
- низький управлінський рівень, бракує знань, досвіду і культури ринкових відносин;
- прагнення до максимальної самостійності (більшість малих зарубіжних підприємств працює за умов франчайзингу і тому подібне, а у нас це майже відсутнє);
- поєднання в межах одного малого підприємства декількох видів діяльності, неможливість в більшості випадків орієнтуватися на однопродуктову модель розвитку;
- відсутність системи самоорганізації та недостатня інфраструктура підтримки малого підприємництва;
- відсутність повної й достовірної інформації про ринкову кон'юнктуру, низький рівень консультаційних послуг і спеціальних освітніх програм;
- практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки [45].

Стан і перспективи розвитку малого і середнього бізнесу в Україні безпосередньо пов'язані зі станом товарного ринку в державі. Останній істотно відрізняється від товарного ринку економічно розвинутих країн. Для них характерними є:

- пріоритет приватної власності, у тому числі навіть невеликих підприємств зі скромним капіталом і масштабами діяльності;
- переважаючий вплив попиту на виробництво зі швидкою зворотною реакцією на нього;
- стабільність і дієвість законодавства;

- розвинена ринкова інфраструктура, в тому числі тих її елементів, котрих особливо «потребує» малий бізнес;
- фінансова стабільність, доступність засобів виробництва та інших виробничих ресурсів;
- традиції використання довірливих відносин, які не можуть бути порушені за жодних умов та обставин: кодекс честі бізнесмена - наріжний камінь у підприємстві;
- інформаційна відвертість, яка передбачає відкритість даних про роботу підприємств, доступ до аналітичних даних про їх роботу, в тому числі щодо використання ними бюджетних ресурсів;
- мінімальна криміналізація, що апріорі не допускає рейдерських захоплень підприємств, передбачає забезпечення збереженості їх майна, захист працівників та ін.

Наведені вище дані щодо нинішнього стану малого і середнього бізнесу свідчать про те, що в Україні існує цілий ряд гальмуючих чинників, які стримують потенційно можливий його розвиток і, в кінцевому підсумку, розвиток економіки загалом. До таких чинників належить і слабо розвинена інфраструктура ринку.

Послідовність розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні можна окреслити кількома етапами.

Під час першого етапу (1986-1991 рр.), коли утворювались перші кооперативи, а сектор малого і середнього бізнесу тільки почав формуватись, не було спеціалізованих організаційних утворень, які б складали його інфраструктуру. Для таких підприємців і підприємств послуги юридичного, довідкового характеру, кредитування вже існували у формі «майстер-класів» більш досвідчених підприємців менш досвідченим. Також допомога бізнесу існувала у формі консультування юристами, банкірами та ін. в приватному порядку.

Наступним етапом було формування ринкової інфраструктури підприємництва в Україні, але, переважно, це була загальна інфраструктура

ринкової економіки: комерційні банки, біржі, торгові палати, інвестиційні фонди, консалтингові, страхові, лізингові компанії тощо. Всі вони були зорієнтовані на обслуговування великих платоспроможних підприємств, а дрібні фірми із кількома працівниками, які функціонували переважно в торгівлі та займались посередництвом, були поза їх увагою.

З іншого боку, дрібні фірми просто не мали фінансової можливості оплачувати послуги зазначених організацій. З метою поліпшення ситуації необхідно було створювати таку інфраструктуру, яка б орієнтувалась тільки на сектор малого підприємництва [42].

Але тут виникла інша проблема: держава виявила свою неспроможність надавати допомогу малому і середньому бізнесу в Україні в частині його становлення і подальшого розвитку як однієї з ключових бюджетоутворюючих сфер. І тут дуже доречною стала допомога закордонних та міжнародних інституцій. Якби не їх допомога, то ми б і до цього часу не мали організацій інфраструктури, які б спеціалізувалися на послугах саме малим підприємствам.

Практично вся діяльність, зорієнтована на допомогу та сприяння розвитку малого бізнесу в Україні, була ініційована і підтримувана ззовні. Реальний внесок зробили такі інституції, як Міжнародний науковий фонд Дж.Сороса в Україні «Відродження»; Агентство США з міжнародного розвитку (USAID); Фонд Євразія; Британська Рада і фонд Know-How; Світовий банк і Міжнародна фінансова корпорація; Європейський банк реконструкції і розвитку; Американський фонд підтримки підприємництва у нових західних незалежних країнах (Western NIS Enterprise Fond); Центр міжнародного приватного підприємництва (CIPE) Торгової палати США; Корпус миру; програми ЄС TASIC, INTAS

Також цей перелік можна доповнити окремими ініціативами і проектами, зорієнтованими виключно для України, урядів Канади, Німеччини, Нідерландів, Японії, Італії [42].

Зазначені інституції взяли на себе розв'язувати низку проблем і вирішувати завдання в галузі:

- методична і консультативна допомога шляхом проведення семінарів, конференцій, нарад, круглих столів регіонального, національного та міжнародного рівнів;
- організація та фінансування ознайомчих поїздок і стажувань українських науковців, фахівців, службовців в інші країни для переймання досвіду;
- фінансування наукових проектів та соціологічних досліджень з метою поширення їх результатів відповідним інстанціям;
- фінансування створення і розповсюдження друкованих видань і фільмів;
- залучення іноземних волонтерів, фахівців, науковців, посадовців до проектів і програм, що виконувалися в Україні;
- фінансування діяльності українських організацій, які брали участь в проектах і програмах;
- відкриття кредитних ліній і створення фінансових установ для малих підприємств;
- надання консультативної допомоги (Technical Assistance);
- проведення навчань, бізнес-тренінгів для початківців і діючих підприємців, фахівців, посадовців;
- створення тимчасових або постійних організацій, наприклад, бізнес-центрів або бізнес-інкубаторів [42].

Саме така допомога дала можливість побудувати підвалини ринкової інфраструктури для сфери малого і середнього бізнесу в Україні. Однак, і сьогодні існує ряд «білих плям» на карті розвитку інфраструктури підприємництва в державі, які можна концентровано охарактеризувати як:

- недостатня кількість організацій інфраструктури зважаючи на потребу у них, наприклад, доступних консультаційних центрів, центрів бізнес-планування для надання допомоги підприємцям у розробці бізнес-планів, розв'язанні юридичних питань та ін.;
- організації ринкової інфраструктури розташовані вкрай нерівномірно, що територіально не задовольняє потреби у них, особливо у віддалених районах;

- некомплектність, а точніше, фрагментарність послуг для малих і середніх підприємств, наприклад, немає доступних кредитів для малого і середнього бізнесу, організаційно-фінансової підтримки з боку місцевої влади та органів місцевого самоврядування;
- неструктурованість послуг для малих і середніх підприємств, наприклад, страхові компанії пропонують поліси на кілька мільйонів, а мале підприємство може собі дозволити поліс на кілька тисяч гривень, а в пропозиції їх немає, не вигідно;
- недоступність якісних послуг через їх високу ціну, немає диференціації послуг за «розміром гаманця», наприклад, для презентації своєї продукції на виставці-ярмарку мале підприємство може заплатити внесок у кілька тисяч гривень і не може конкурувати за виставкові площі, які коштують кілька сотень тисяч гривень, що є доступним лише великим компаніям та ін.

Для усунення таких прогалин необхідно принципово змінити підходи до розуміння можливостей та інструментів сприяння малому і середньому підприємництву. Насамперед, це стосується ролі держави у створенні сприятливих умов для функціонування малого і середнього бізнесу.

Зрозуміло, що малий і середній бізнес, про що свідчить історичний досвід його розвитку, існує як сфера масової самодіяльної зайнятості населення. Тому роль держави не повинна зводитись до застосування механізмів прямої дії щодо малого і середнього підприємництва: фінансової, консультативної допомоги, прямого інвестування та інших окремих акцій. Державні інституції повинні давати можливість малому і середньому бізнесу саморозвиватись на основі створеного державою механізму сприяння малому підприємництву.

Наприклад, детінізація економіки примусовими методами впродовж кількох років не дає жодних результатів. Чисельні перевірки підприємств щодо кількості офіційно зареєстрованих працівників, виплат заробітної плати «в конвертах», приховування частини доходів тощо не демонструють суттєвих зрушень. Як кажуть в середовищі підприємців, «на всіх перевіряючих не вистарчить».

Тому роль держави полягає не в перевірках, а в створенні таких умов малому і середньому бізнесу, за яких було б економічно не вигідно щось приховувати, бізнес тоді сам «вийде з тіні». Такими умовами і заходами можуть, для прикладу, бути: надання податкових пільг за прогресивною системою - чим більші доходи показує підприємство, тим більшим є відсоток зниження ставки оподаткування; суттєве зменшення розміру плати на соціальні заходи (ЄСВ), що стимулюватиме підприємців «легалізувати» усіх своїх працівників; значний відсоток збільшення розміру пенсійного забезпечення для тих, хто тривалий час працював «по трудовій» тощо.

За умови ефективної політики підтримки малого і середнього бізнесу з боку держави, зрозуміло будуть розвиватись й інші елементи ринкової інфраструктури, оскільки вони самі, в переважній більшості, окрім комерційних банків, страхових і лізингових компаній та ін., є представниками сфери малого бізнесу (аудиторські, консалтингові, юридичні фірми, транспортні організації, торговельні заклади і т.д.). Стимулювання їх діяльності дозволить підняти на значно вищий рівень розвитку ринкову інфраструктуру в усій сукупності її елементів.

Висновки до розділу 1.

У цьому розділі ми розглянули питання сутності ринкової інфраструктури та її ролі у розвитку малого і середнього бізнесу, оскільки досліджуване нами підприємство - ТОВ «Муза» належить саме до цієї сфери.

Нині не існує єдиної точки зору на сутність ринкової інфраструктури. Тому, підсумовуючи різні її трактування, ми констатували, що ринкова інфраструктура є сукупністю особливих інститутів, які виконують функції надання спеціалізованих послуг суб'єктам господарювання з метою створення для них нормальних умов для функціонування, найкращої реалізації їх інтересів та подальшої інтеграції у єдину економічну макросистему.

Також ми охарактеризували концепції ринкової інфраструктури, які ґрунтуються на різних підходах до трактування цього терміну: накладних витрат, інституційна, розподільна, маркетингова, логістична (рис. 1.1).

У розділі знайшли відображення характеристика ознак ринкової інфраструктури, її функцій та рівнів (мікро-, мезо- та макрорівень).

Оскільки найбільш зрозумілою є класифікація елементів ринкової інфраструктур за виконуваними ними функціями, то ми продемонстрували її поділ на такі групи елементів за функціональною ознакою: інформаційно-аналітична, фінансово-кредитна та організаційно-технічна ринкова інфраструктура.

Зміст розділу розкриває основні відмінності кожної з груп та їх вплив на розвиток малого і середнього бізнесу. Елементи інформаційно-аналітичної інфраструктури впливають на розвиток виробничих малих підприємств в частині надання їм консалтингових та аудиторських послуг, а також юридичної допомоги з метою забезпечення правового захисту їх інтересів в різних інстанціях.

На даний час вони використовуються у виробничо-господарській діяльності малих підприємств не в повному обсязі, але їх значення і важливість зростає із ускладненням умов ринкового середовища та розширенням функцій самих підприємств-виробників (вихід на зовнішній ринок, придбання ліцензій).

Елементами фінансово-кредитної ринкової інфраструктури, які в найбільшій мірі впливають на виробничі підприємства малого бізнесу, є комерційні банки (інвестиційні, інноваційні та іпотечні), страхові компанії (в частині страхування нерухомого і рухомого майна, товарів в дорозі), а також інвестиційні фонди як суб'єкти «групового» інвестування для вирішення малими підприємствами своїх виробничо-господарських і фінансових проблем, лізингові компанії як суб'єкти надання в лізинг обладнання, приладів, транспортних засобів. Такі структури значно розширюють фінансові можливості малих підприємств, убезпечують їх від певних видів ризиків.

Серед суб'єктів організаційно-технічної інфраструктури найбільший вплив на малий і середній бізнес мають торгово-промислові палати, ярмарково-виставкова діяльність, оптова і роздрібна торгівля, асоціації та інші добровільні громадські об'єднання підприємців, а також державні органи зі спеціальними

функціями (фіскальними, регуляторними, контролюючими та ін.). Кожен із цих елементів має свій вплив на підприємства залежно від напрямку і масштабів їх діяльності. Вплив інших елементів організаційно-технічної інфраструктури ринку (товарних бірж, торгово-промислових палат) на виробничі малі підприємства є значно слабшим.

Для виробничих малих підприємств, особливо з таким профілем діяльності, як ТОВ «Муза», роздрібна торгівля є чи не найважливішим елементом ринкової інфраструктури, оскільки без її розвитку неможливе функціонування хлібопекарного бізнесу взагалі.

Також у розділі ми розглянули етапи розвитку ринкової інфраструктури саме для малого і середнього бізнесу, чітко означивши особливості останнього в Україні та завдання елементів ринкової інфраструктури, пов'язані з цими особливостями.

Також малі і середні підприємства зіштовхуються з проблемами виробничого характеру, труднощами в реалізації продукції, просуванні її на ринок, формуванні відповідної клієнтської бази. Незначні масштаби господарської діяльності не дозволяють багатьом малим підприємствам залучити до праці висококваліфікованих фахівців.

Усе це підтверджує необхідність подальшого розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні з точки зору задоволення потреб суб'єктів саме цієї сфери підприємництва в отриманні всебічної допомоги і підтримки з боку різних елементів ринкової інфраструктури, в тому числі державних інституцій.

Вирішенню ряду завдань і проблем малого та середнього бізнесу на певних етапах його розвитку сприяли ряд закордонних та міжнародних інституцій. Якби не їх допомога, то ми б і до цього часу не мали організацій інфраструктури, які б спеціалізувалися на послугах саме малим підприємствам. Така допомога дала можливість побудувати підвалини ринкової інфраструктури для сфери малого і середнього бізнесу в Україні.

Нами охарактеризовані нинішні проблеми розвитку інфраструктури малого і середнього підприємництва, які можна вирішити шляхом зміни підходів до розуміння можливостей та інструментів сприяння малому і середньому бізнесу, особливо з боку держави.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕЛЕМЕНТІВ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

2.1. Характеристика підприємства та основних техніко-економічних показників його роботи

Для оцінки впливу на підприємство різних елементів ринкової інфраструктури та визначення напрямків його поліпшення, насамперед необхідно охарактеризувати самий досліджуваний суб'єкт малого бізнесу, проаналізували основні показники його діяльності та ринок його функціонування.

ТОВ «Муза» належить до хлібопекарних підприємств. Останні, відповідно до КВЕД-2010, відносяться до секції С «Переробна промисловість», розділу 10 «Виробництво харчових продуктів», групи 10.7 «Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів», класу 10.71 «Виробництво хліба і хлібобулочних виробів, виробництво борошняних виробів, макаронів, локшини та подібних виробів».

Підприємство створене у 1997 році, знаходиться у м.Тернополі, а мета його функціонування - задоволення потреб населення у високоякісній хлібобулочній продукції, одержання прибутку та реалізація на цій основі інтересів засновника.

Сьогодні хлібопекарські підприємства наштовхуються на серйозні проблемами, які гальмують їх розвиток. Це й подорожчання сировинних ресурсів, і неможливість оновлення обладнання у зв'язку з його дорожнечою, а також зростання цін на енергоносії та воду, досить високий рівень податкового навантаження тощо.

Основною проблемою для ринку хлібобулочних виробів, як і для всієї харчової промисловості, залишається проблема зростання цін на сировину. Базовим сировиною для хліба і хлібобулочної продукції є борошно. За 2016 р. оптово-відпускні ціни на борошно, в середньому по Україні, збільшилися на 30

- 40% залежно від виду. Подібна тенденція збереглася і в 2017 р. Так, вже за I квартал 2017 р. відзначено зростання на 5-14%.

Беручи до уваги постійне подорожчання сировини, виробники змушені піднімати ціни на готові вироби. Правильна організація виробництва хліба і хлібобулочних виробів та економне витрачання ресурсів у хлібопеченні є пріоритетними завданнями галузі, від вирішення яких залежить і якість продукції, і зменшення її собівартості, а отже, зростання прибутку хлібопекарських підприємств, їх конкурентоспроможність. Можливість впровадження у виробництво нового прогресивного обладнання та здатність виходу на нові споживчі ринки.

Оскільки хліб і хлібобулочна продукція є товарами (продуктами) першої необхідності і щоденного вжитку, то вона користується постійним попитом у населення, а підприємства з їх виробництва мають сприятливі умови для збільшення масштабів діяльності.

Основними покупцями хлібобулочних виробів є торговельні організації м.Тернополя і Тернопільської області, а також впродовж останніх років виробник поступово виходять на ринок Хмельницької та Івано-Франківської областей.

На підприємстві організована фірмова торгівля продукцією власного виробництва. В межах м.Тернополя функціонує 6 кіосків «Свіжий хліб».

Іншим напрямком діяльності по розширенню ринку збуту є розвиток виїзної торгівлі на території Кременецького, Зборівського районів Тернопільської області.

ТОВ «Муза» пропонує асортимент виробів, який розрахований на широке коло споживачів. Тому підприємство з самого початку свого існування обрало товарну політику, скеровану на масовий попит, без включення до товарного асортименту виробів дорожчої цінової категорії - здоби з різними добавками (горіхи, мед, цукати, насіння соняшника, льону, родзинки тощо), хліба на черені, елітних сортів хліба та ін. Асортимент хліба у 2016 році наведений в табл. 2.1.

Асортимент хліба, який випускався ТОВ «Муза» у 2016 році

Згідно даних ТОВ «Муза», а зокрема звіту форми №6 і звіту форми 1-П можна проаналізувати виконання завдань з випуску продукції в номенклатурі, асортименту та обсягах в натуральних одиницях виміру (табл. 2.2).

Виконання договірних зобов'язань можна оцінити за коефіцієнтом $k_{ac} = 932/960 = 0,971$, тобто середній процент виконання договірних зобов'язань за асортиментом становить 97,1%.

На 2018 рік планується обсяг реалізації в сумі 2971 тис. грн., основну частину з якого становитиме хліб житній та пшеничний, а також планується розширити асортимент булочними виробами (булка студентська, булка хот-дог, сайка). Товарна політика підприємства спрямована на розширення асортименту тих видів хлібобулочних виробів, які користуються найбільшим попитом у покупців.

Аналіз виконання зобов'язань за асортиментом хліба, який постачається ТОВ «Муза», тис. грн.

Це традиційні сорти пшеничного хліба та хліба з пшенично-житньої суміші без додавання будь-яких поліпшувачів з натуральної сировини.

Крім того, підприємство налічує 22 види хлібобулочних виробів, зокрема, булки здобні з різними начинками, калачі, плетенки, пампушки, рогаики та ін.

Продукція підприємства вирізняється з-поміж аналогів інших виробників тим, що вона виробляється виключно з натуральної сировини, включаючи яйця. Підприємство відмовилось від використання ясного порошку як заміника яєць, а також інших добавок і поліпшувачів. Це дало змогу, навіть при збільшенні собівартості, поступово утверджуватись на ринку як виробник високоякісного хліба і хлібобулочних виробів з натуральних інгредієнтів. В цьому чимала перевага товариства, оскільки при кількісному насиченні ринку

споживач шукає для себе якісну продукцію, особливо, продукти харчування першої необхідності.

Техніко-економічні показники діяльності підприємства у 2015-2016 роках відображені у табл.2.3.

Таблиця 2.3

Техніко-економічні показники діяльності міні-пекарні ТОВ «Муза»
у 2015-2016 роках*
складено автором за матеріалами звітності підприємства

Як видно з табл.2.3 обсяг випуску продукції збільшився у 2016 році на 79,4 тис. грн., що є наслідком нарощування потужності з виробництва хліба з житньо-пшеничної борошняної суміші. Ці сорти хліба зростають у своїй популярності, особливо, коли йдеться про традиційну технологію випікання без жодної «хімії».

Знизилась середньорічна вартість основних виробничих фондів у 2016 році на 50,7 тис. грн. порівняно з 2015 роком, в тому числі слід відмітити зменшення вартості активної частини основних фондів на 42,8 тис. грн. в результаті виведення з експлуатації однієї печі, яка практично не використовувалась через свою моральну і фізичну зношеність. Але це свідчить про те, що підприємство, позбуваючись старих основних фондів, планує збільшувати потужності шляхом придбання нового обладнання, яке дозволить не лише скоротити поточні витрати через збільшення продуктивності, але й суттєво знизити енергомісткість хліба і хлібобулочних виробів.

З табл.2.3 також видно, що собівартість товарної продукції також збільшилась на 82,4 тис. грн., що слід оцінювати негативно. Ріст собівартості випереджав ріст обсягу товарної продукції на 3,0 тис. грн., що призвело до зростання на 1 коп. витрат на 1 грн. товарної продукції. Це є наслідком зростання витрат на паливо та енергію.

Також аналізуючи табл. 2.3, можна відзначити, що у міні-пекарні ТОВ «Муза» чисельність працівників у 2016 році порівняно із 2015 роком збільшилась на 2 чоловік. Це свідчить про те, що підприємство збільшує свою

потужність по виробництву хлібобулочних виробів і потребує нових працівників, в тому числі робітничих спеціальностей.

Попри зростання чисельності працівників, збільшився розмір середньомісячної заробітної плати одного працюючого із 3370 до 3720 грн., тобто +350 грн. або майже на 0,9%. Це хоч і несуттєве збільшення, однак, враховуючи, що всі працівники підприємства працюють легально і отримують «білу» заробітну плату, щомісяця підприємство лише на виплату заробленого працівникам збільшило свої витрати на 7,7 тис. грн. або 92,4 тис. грн. на рік, а з усіма нарахуваннями ще більше, як на третину. Тому незначне зростання витрат на 1 грн. товарної продукції виглядає на цьому фоні несуттєвим.

Хоча, варто відзначити, що рентабельність товарної продукції знизилась на 1,3% попри збереження досить високого рівня рентабельності для підприємств хлібопекарської галузі. Таке зниження зумовлене зростанням обсягу товарної продукції у 2016 році на 2,7%, а собівартості товарної продукції на 3,7%. Останнє зумовлено згаданими вище чинниками збільшення витрат на паливо і енергоносії, а також незначним зростанням закупівельних цін на борошно.

Позитивним є зменшення на 6,6 тис. грн. кредиторської заборгованості підприємства перед своїми постачальниками сировини, але несвоєчасна оплата покупцями, зокрема, за межами м.Тернополя, поставленої хлібобулочної продукції викликала ріст на 21,2 тис. грн. дебіторської заборгованості перед підприємством. Загалом дебіторська заборгованість перевищує кредиторську у 12,9 рази у 2016 році проти 7 разів у 2015 році. Це негативна тенденція, яка тягне за собою певні ризики для підприємства.

Стабільність фінансового стану підприємства залежить від правильності та доцільності вкладення фінансових ресурсів у активи, тому для його оцінки необхідно вивчити склад, структуру майна (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Показники складу та зміни активів ТОВ «Муза» станом на 2016 рік*

Розбіжність даних щодо вартості основних фондів (необоротних активів) у табл.2.3 і табл.2.4 пояснюється тим, що у першому випадку до розрахунку приймаються лише основні фонди міні-пекарні ТОВ «Муза», а в другому - ще й вартість майна торговельної мережі товариства.

За даними табл.2.4 можна зробити висновок, що на кінець 2016 року вартість майна в розпорядженні підприємства становила 13840 тис. грн., тобто за звітний період майно підприємства зменшилося на 580 тис. грн. за рахунок зменшення основних і оборотних активів. У загальній вартості майна, яке перебуває в розпорядженні підприємства ТОВ «Муза», становлять основні засоби та необоротні активи, які зменшилися за кінець звітного періоду на 400 тис. грн., але в загальній вартості майна їх питома вага зменшилась на 1,6%.

Оборотні активи зменшились на 180 тис. грн., і в загальній вартості їхня питома вага зменшилась на 0,2 %, причому виробничі запаси і витрати зросли на 87 тис. грн., а їхня питома вага в загальній вартості оборотного капіталу зросла на 5,23%., частка грошових засобів в оборотному капіталі зросли на 0,02 %, а засобів в розрахунках – зменшилось на 0,3 %.

На підприємстві ТОВ «Муза» за 2015-2016 роки спостерігається збільшення частки оборотних коштів та зменшення частки необоротних коштів у майні, тобто тенденція прискорення оборотності всього майна підприємства.

Будь-який бізнес починається з наявності грошей, які перетворюються в ресурси для виробництва. Потім із виробничої форми оборотний капітал перетворюється на товарну, а на стадії реалізації - в грошову.

За даними підприємства ТОВ «Муза» можна зробити висновок, що за 2015-2016 роки обсяг реалізованої продукції зріс на 2757,3 тис. грн., одноденна реалізація зросла на 0,335 тис. грн., залишки оборотних коштів – на 307,7 тис. грн., а оборотність у днях – на 99,35 дня. (табл. 2.5).

Підприємства повинні володіти певним обсягом оборотного капіталу, щоб мати змогу у визначений термін і повністю розрахуватися за своїми зобов'язаннями, що визначається ліквідністю їхніх активів.

Аналіз оборотності оборотних коштів ТОВ «Муза» у 2016 році *

* складено автором за матеріалами звітності підприємства

Стійкий фінансовий стан підприємства формується у процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й всебічно характеризують становище підприємства.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством. У кожного з партнерів підприємства – акціонерів, банків, податкових адміністрацій – свій критерій економічної доцільності. Тому й показники оцінки фінансового стану підприємства є такими, щоб кожний партнер зміг зробити вибір, виходячи з власних інтересів. Залежно від мети та завдань аналізу в кожному конкретному випадку вибирають оптимальний саме для цього випадку комплекс показників та напрямків аналізу фінансового стану підприємства [11].

Слід підкреслити, що всі показники фінансового стану підприємства перебувають у взаємозв'язку та взаємозумовленості. Тому оцінити реальний фінансовий стан підприємства можна лише на підставі використання певного комплексу показників з урахуванням впливу різних факторів на відповідні показники.

Виходячи із аналітичної оцінки техніко-економічних показників роботи підприємства, проведемо аналіз фінансового стану з використанням коефіцієнтів та цілої системи показників.

Однією із умов стабільного функціонування підприємства на ринку в поточному і майбутньому періодах є забезпечення своєчасних розрахунків із постачальниками, бюджетом, банками, робітниками тощо. Підприємства

повинні володіти певним обсягом оборотного капіталу, щоб мати змогу у визначений термін і повністю розрахуватися за своїми зобов'язаннями, що визначається ліквідністю їхніх активів.

Ліквідність підприємства характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів (грошові кошти та їх еквіваленти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості.

Розрізняють коефіцієнти загальної (поточної), швидкої, абсолютної ліквідності, визначення чистого оборотного капіталу та співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості. Ці показники розраховуються на підставі даних форми №1 шляхом зіставлення поточних активів і поточних зобов'язань підприємства [11].

Поточні активи – це активи, які постійно обертаються у процесі господарської діяльності підприємства. До них належать оборотні активи і витрати майбутніх періодів.

Згідно з П(С)БО 2, поточні зобов'язання – це зобов'язання, які погашаються протягом операційного циклу підприємства або протягом 12 місяців з дати балансу. Вони відображаються в розділі IV пасиву балансу.

Коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності визначається як відношення поточних активів до поточних пасивів.

$$K_{л.п.} = \text{Поточні активи} / \text{Поточні пасиви} \quad (2.1)$$

$$K_{л.п.} = 5144 / 4575 = 1,12.$$

Такий коефіцієнт дає загальну оцінку ліквідності активів, показуючи, скільки гривень поточних активів підприємства припадає на 1 гривню поточних зобов'язань. Найбільш оптимальне значення показника знаходиться в межах від 2,0 до 2,5. У деяких джерелах вказується, що цей коефіцієнт повинен знаходитися в межах від 1 до 3. Нижня межа зумовлена тим, що оборотних коштів повинно бути достатньо для погашення короткострокових зобов'язань. Перевищення оборотних коштів також не бажане, оскільки це свідчить про нераціональну структуру капіталу.

Більш жорстким показником ліквідності є коефіцієнт швидкої ліквідності, оскільки при його розрахунку беруться до уваги більш ліквідні поточні активи, тобто не враховуються запаси.

$$K_{л.п.} = \text{Поточні активи} - \text{Запаси} / \text{Поточні пасиви} \quad (2.2)$$

$$K_{л.п.} = 5144 - (862 + 0 + 118 + 304 + 27) / 4547 = 0,84.$$

Коефіцієнт показує, яка частина оборотних активів підприємства може бути негайно перетворена в грошову форму і використана для погашення короткострокових зобов'язань. Теоретичне значення показника повинне бути не менше 0,7 – 0,8. Відповідно до міжнародних стандартів його значення повинно бути більшим 1.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності розраховується як частка грошових коштів на короткострокові зобов'язання.

$$K_{л.а.} = \frac{\text{Грошові кошти}}{\text{Поточні кошти}} = \frac{\text{Ф.№1, р.230} + \text{р.240}}{\text{Ф.№1, р.620}} \quad (2.3)$$

$$K_{л.а.} = 96 + 16 / 4547 = 0,025.$$

Цей коефіцієнт показує, наскільки короткострокові зобов'язання можуть бути погашені високоліквідними коштами. У західній практиці цей показник рідко розраховується. В Україні згідно з санацією цей коефіцієнт повинен бути вищим 0,2. Оптимальне значення коефіцієнта – 0,2-0,25.

Для оцінки ліквідності велике значення має вивчення чистого оборотного капіталу чи як ще його називають показника номінальної вартості капіталу. Він розраховується як різниця між оборотними активами і короткостроковими зобов'язаннями. Чистий оборотний капітал необхідний для підтримання фінансової стійкості підприємства, його наявність служить для інвесторів і кредиторів позитивним індикатором вкладень, надає фінансової незалежності підприємству в умовах уповільнення оборотних активів [11].

Окрім характеристики техніко-економічних показників роботи підприємства, варто звернути увагу на його внутрішню організаційну побудову, зокрема, структуру управління підприємством та функціями кожного її елемента.

Вище управління підприємством здійснює його власник у відповідності зі Статутом на основі поєднання прав власника щодо господарського використання свого майна та участі в управлінні трудового колективу. Як зазначено вище, штатний розпис підприємства налічує 22 працівники.

Організаційна структура управління підприємством об'єднує ряд підрозділів (відділів) (рис.2.1):

- бухгалтерія; керує відділом головний бухгалтер, в підпорядкуванні якого є ще один бухгалтер;
- виробничий відділ, який очолює начальник виробничого відділу; йому підпорядкований технолог, що займається розробкою та переглядом рецептури виробів і контролює її дотримання безпосередньо на виробничих дільницях;
- відділ матеріально-технічного постачання (МТП) та збуту, який очолює начальник відділу і який за штатним розписом включає менеджера з постачання, менеджера зі збуту продукції, завідувача складу, комірника, експедиторів, водіїв, також у підпорядкуванні керівника цього відділу перебуває прибиральниця; відділ відповідає за постачання сировинно-матеріальних ресурсів, збут хліба та хлібобулочних виробів, налагодження комерційних контактів з постачальниками, збутовиками або торговельною мережею.

Щодо виробничої структури, то, крім апарату управління (директора, начальників відділів), на підприємстві виробничі процеси організовані за безцеховим принципом, тобто основними виробничими одиницями є дільниці, на яких задіяні дві бригади робітників по 4 чол. і де відбуваються основні технологічні процеси - замішування тіста, відстій, формування виробів, випікання продукції, відстій після випікання (охолодження), порізка і фасування.

Рис. 2.1. Організаційна структура управління ТОВ «Муза»*

* розроблено автором за матеріалами підприємства

Відділ МТП та збуту має у своєму складі автопарк, який є допоміжним структурним підрозділом і місцем дислокації, технічного обслуговування транспортних засобів підприємства.

Для скоординованої роботи ТОВ «Муза» на підприємстві затверджені власником Правила внутрішнього розпорядку, які відображають порядок прийому та звільнення працівників з підприємства, режим роботи підприємства, порядок оплаті праці та штрафні санкції.

З метою забезпечення збереженості грошово-матеріальних цінностей, які належать ТОВ «Муза», між адміністрацією підприємства та робітниками укладаються договори про їх повну матеріально відповідальність.

Обов'язки працівників закріплені у посадових інструкціях: бухгалтера, технолога, експедитора, водія, завідувача складом та ін.

Для виробничих робітників затверджені інструкції з обслуговування робочих місць оператора тістомісильного устаткування, формувальника, пекара та ін., а також інструкція з охорони праці для виробничих робітників.

Можна зробити висновок, що побудована організаційна структура ТОВ «Муза» є оптимальною саме для цього підприємства і дозволяє йому ефективно використовувати виробничі та інші площі, устаткування, сировинні ресурси і персонал.

Нормативно-правовим актами, якими керується товариство у своїй діяльності, є Господарський кодекс України, загальнодержавні регуляторні акти, а також ті, які приймаються на рівні обласної адміністрації; санітарні норми і технічні умови на виготовлення хліба і хлібобулочних виробів.

2.2. Дослідження місцевого ринку хліба і хлібобулочних виробів

Важливим етапом оцінки діяльності ТОВ «Муза» та впливу на неї ринкової інфраструктури є дослідження регіонального ринку хліба та хлібобулочних виробів, а також оцінка місця підприємства серед основних конкурентів. Виходячи з цього, можна визначати найбільш доцільні

інструменти маркетингових комунікацій та ефективність їх впливу на споживачів.

Дослідження статистичних даних підтверджують, що протягом 2012-2016 років простежується спад виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні і зокрема у Тернопільському регіоні. Обсяг виробництва 2016 року зменшився у порівнянні із 2012 роком на 4 тис. т або на 20% [67].

В області, згідно з даними державної статистики про виробництво хліба і хлібобулочних виробів у Тернопільській області звітує 23 хлібопекарських підприємства сумарною виробничою потужністю до 200 т хліба на добу або 70 тис. т на рік.

Протягом 2016 року ними вироблено та реалізовано споживачам 10427 т хліба і хлібобулочних виробів, що на 828 т або на 7,4% менше, ніж у 2015 році. З них: пшеничних сортів хліба вироблено 3727 т (на 304 т або 7,5% менше); житньо-пшеничних сортів – 5234 т (на 476 т або 8,3% менше); булочних виробів – 1444 т (на 58 т або 3,9% менше) [67] (рис.2.2).

Рис. 2.2. Обсяги виробництва хліба та хлібобулочних виробів за сортами у 2016 році в Тернопільській області, т*

*розроблено автором за даними Головного управління статистики у Тернопільській обл.

Аналізуючи сучасний ринок хліба і хлібобулочних виробів не можна стверджувати про наявність дефіциту хліба і хлібобулочної продукції в регіоні. Це можна пояснити тим, що офіційні статистичні дані про випуски хліба і хлібобулочних виробів в Україні і, зокрема, в Тернопільському регіоні не є достовірними. Обсяг «тіньового» виробництва продукції хлібопекарської галузі за аналізований період становить близько 107,3 тис. т або 42%. Слід зауважити, що статистичні обсяги виробництва хліба і хлібобулочної продукції мають тенденцію до зменшення, однак обсяги «тіньового» виробництва збільшуються із кожним роком. «Тіньовий» ринок хліба і хлібобулочної продукції

наповнюють приватні пекарні, пекарні при супермаркетах, домашні господарства.

За неофіційними даними у 2016 році в Тернопільському регіоні функціонувало 37 хлібопекарських підприємств різного підпорядкування, а саме: ТОВ «Тернопільхлібпром», ПАТ «Микулинецький хлібозавод», ТОВ «Надзбруччя хліб», ТОВ «Бучачхлібпром», ПП «Почаївський хлібозавод», ТОВ «Кременецьхліб», ТОВ «Чортківський коровай», ПАТ «Лановецький хлібозавод», ТДВ «Збаразький хлібозавод», ПАТ «Чортківський хлібозавод», а також малі хлібопекарські підприємства.

Основна частина хлібопекарської продукції Тернопільського регіону виробляється промисловими підприємствами (понад 70%), частка малих хлібопекарських підприємств (у тому числі й підсобних господарств) становить 15% від загального обсягу виробництва хліба та хлібобулочних виробів.

На думку фахівців департаменту агропромислового комплексу Тернопільської ОДА близько 13-15 тис. т хлібобулочних виробів завозиться і реалізується в області виробниками сусідніх регіонів (в основному ТОВ «Агробізнес» м.Волочиськ і виробниками Львівської, Чернівецької, Івано-Франківської та інших областей). Розрахунково в межах до 20-25 тис. т хліба для власного споживання випікається самим населенням в сільській місцевості. Решту хлібобулочної продукції, а це близько 50-58 тис. т в рік, виробляється великою кількістю малих приватних юридичних структур та фізичних осіб - підприємців, які займаються випічкою хліба без обліку, працюють за спрощеною системою оподаткування і про виробництво не звітують. Вказана ситуація свідчить про непрозорість ринку хліба в області, що і є причиною збитковості легальних хлібопекарських підприємств та спричинює щорічне скорочення виробництва ними легального облікованого хліба.

Особливості конкурентної боротьби на ринку хліба та хлібобулочних виробів у нашому регіоні полягають у тому, що, як показали дослідження, найбільш впливовими показниками ефективності діяльності хлібопекарських підприємств є можливість розширення асортименту, тобто адаптації до зміни

попиту на продукцію, розгалуженість збутової мережі та загальна ефективність господарської діяльності підприємств. У цьому контексті найбільш «маневреними» є саме малі підприємства - пекарні, до яких належить і досліджуване нами підприємство ТОВ «Муза».

Малі хлібопекарські підприємства є потенційними конкурентами на ринку хліба і хлібобулочних виробів у Тернопільському регіоні. Асортимент їхньої продукції доволі різноманітний, однак її якість не завжди відповідає стандартним вимогам. Тому споживачі віддають перевагу продукції, яка є більш якісною на цьому ринку.

Досліджуване нами підприємство з кожним роком нарощує обсяги виробництва і досить успішно конкурує на місцевому ринку хлібопекарів. Найближчими конкурентами пекарні є підприємства, які функціонують у Тернопільському районі і м.Тернополі, а саме ТОВ «Хлібодар плюс», ТОВ «Ларс», ПП «Дарт», ПП «Моноліт», СПД ФО Литвин М.І., СПД ФО Хіта М.А., ПП «Шумський хліб». Усі вони належать до невеликих товаровиробників.

Разом з тим суттєвий конкурентний тиск чинять великі виробники: ТОВ «Тернопільхлібпром», ТОВ «Надзбруччя-хліб», ТОВ «Микулинецький хлібозавод», ПП «Бекерай», ТОВ «Агробізнес» та ін.

Сегментацію ринку хліба та хлібобулочних виробів м.Тернополя наведено на рис.2.3.

Конкурентними перевагами пекарні ТОВ «Муза» є те, що при невеликих розмірах підприємства прас-лист пекарні налічує 37 асортиментні позиції (15 видів хліба і 22 види хлібобулочних виробів). Підприємство дуже оперативно реагує на зміну споживчих запитів, перелаштовується на інший асортимент і, тим самим, максимально задовольняє ринкові потреби. Як зазначено, вище «фішкою» підприємства є натуральність використовуваної сировини і поступова відмова від будь-яких штучних добавок.

Однак, продукція підприємства слабо представлена у мережевих торговельних закладах міста і області, зокрема, «Сільпо», «NOVUS», «Фуршет», «АТБ» та ін. Тому вдосконалення комунікативної політики пекарні

дозволило б розвинути і цей напрямок просування хліба і хлібобулочних виробів на ринку.

Рис.2.3. Сегментація ринку хліба та хлібобулочних виробів
м.Тернополя у 2016 році*

*розроблено автором за результатами власних досліджень

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що ринок хліба та хлібобулочних виробів Тернопільського регіону є стабільним, насиченим конкурентоспроможною продукцією від різних виробників. Однак, державним органам управління необхідно звернути увагу на проблему «тіньового» випуску хліба і хлібобулочних виробів.

Для ефективного функціонування на ринку хліба і хлібобулочних виробів хлібопекарським підприємствам, окрім внутрішніх чинників (оновлення технологічного обладнання, удосконалення цінової політики, розширення асортименту та ін.), необхідно використовувати елементи усіх трьох функціональних груп ринкової інфраструктури, про що йтиметься далі.

Особливістю хлібопекарських підприємств є те, що усі підприємства, за винятком спеціалізованих, випускають продукцію відповідно до замовлень, котрі щодня змінюються. Термін виконання кожного замовлення, як за кількістю, так і за номенклатурою, обчислюється годинами і завжди менше доби. Випуск продукції тісно пов'язується зі збутом, оскільки вироблена, але не реалізована в день випуску продукція, є поверненими відходами виробництва. Як готова, так і незавершена продукція унеможлиблює тривале зберігання. Крім того, виробничий процес у хлібопеченні від стадії замісу тіста до виходу готової продукції з печі є безперервним і втручання в нього, з точки зору оперативного управління, практично неможливе. Тобто регулюючі дії можна здійснювати лише до запуску партії у виробництво.

Для прийняття певних рішень про випуск певної кількості конкретних сортів хліба і хлібобулочних виробів, необхідно вивчити попит на них, тобто провести спостереження на предмет пошуку інформації та відношення

споживачів до товару. Було проведено анкетування 133 респондентів - покупців магазину «Молодіжний» за адресою м.Тернопіль, вул.15 квітня, 15а.

Результати спостереження були такими. Кількість спостережуваних склала 133 людини, з них жінок – 84 (63%) та чоловіків – 49 (37%). Вік спостережуваних розподілився таким чином: 20-30 років – 17 осіб; 30-40 років – 61 особа; 40-50 років – 21 особа; більше 50 років – 27 осіб. Тобто 82 особи, а це близько 62% спостережуваних покупців, є людьми у віці 30-50 років, які працюють, ведуть активний спосіб життя, мають обмаль часу на здійснення покупок.

Тому час на здійснення покупки хліба становив: мінімальний – 3 с; середній час – 40 с; максимальний – 2,5 хв. (159 с). Більшість (72%) спостережуваних здійснювали купівлю швидко, витрачаючи при цьому на неї не більше 15-20 сек.

Зі 133 спостережуваних осіб здійснили купівлю хліба 125 чоловік, тобто 6% потенційних покупців не знайшли в магазині такого сорту хліба, кий вони б хотіли придбати.

Лідерами продажів за результатами спостережень були такі сорти хліба: хліб «Тернопільський особливий» под. 1/600 – 30%, хліб житньо-пшеничний под. 1/900 – 24%.

Купівля хліба характеризується низьким ступенем залученості споживачів, вибір хліба відбувається за незначним числом критеріїв, зокрема: свіжість хліба та смакові переваги споживачів. У нашому дослідженні лише 34 людини порівнювали хліб, дивилися упаковку, причому 89% із них – жінки.

При купівлі хліба споживачі обмежуються звичним пошуком. При цьому розмах пошуку мінімальний, більшість людей беруть давно знайому їм марку і витрачають на це не більше 15 сек. Так, в нашому дослідженні, на запитання «Що вплинуло на Ваш вибір хліба?» більшість респондентів відповіли «Завжди купую цей хліб» – 90%.

При вивченні запитання на скільки споживач знайомиться з покупкою, відповіді розділилися таким чином: 26% знайомиться та вивчає свою покупку; 74% – опирається виключно на виробника.

Хоча хліб і є товаром нееластичного попиту, 12% респондентів (6 чоловік) відмітили в якості основного критерію купівлі хліба його ціну (рис.2.4). Це ж доводить і ринкова практика хлібопекарських підприємств Тернопільської області.

Рис. 2.4. Основні критерії вибору сорту хліба*

*розроблено автором за результатами власних досліджень

Виходячи з результатів проведеного спостереження, можемо зробити висновок, що «пальма першості» при виборі хліба споживачами належить смаковим його якостям та виробнику. Тому при розробці маркетингових рішень щодо асортименту продукції, формування товарної політики, а також забезпечення якості продукції слід звернути увагу на ці чинники і враховувати їх при організації та управлінні діяльністю підприємства.

Ринок хліба є важким для освоєння через те, що він є чутливим й до підвищення цін: торгівля «загальмовує» приблизно на два тижні, поки споживачі не звикнуть до нових цін і не відновлять рівень споживання, тобто відбувається пристосування попиту до пропозиції на ринку.

У жовтні 2015 р. у зв'язку з подорожчанням борошна та енергоносіїв було піднято ціни на продукцію, внаслідок чого обсяг реалізації знизився на 10%.

В умовах зростання витрат на виробництво хліба лише великі підприємства мають можливість утримувати ціну, коригуючи її відповідно до рівня інфляції.

Головними покупцями ТОВ «Муза» є ТОВ «Продлюкс», ПП Дунець, міська дитяча лікарня та ін. Вони постійно купують хліб та хлібобулочні вироби. Основні ринки збуту наведені в табл.2.6.

Таблиця 2.6

Характеристика основних ринків збуту ТОВ «Муза»*

*складено автором за матеріалами підприємства

Сьогодні продукція ТОВ «Муза» міцно утримує позиції не лише в рідному місті, а й успішно завойовує нові ринки збуту. Як бачимо із представленої таблиці, основним ринком збуту залишається усе-таки місцевий ринок. Хоча останнім часом, підприємство активно розширює свою збутову діяльність і у сусідніх областях, зокрема в Хмельницькій обл. та Івано-Франківській обл.

Збутова логістика організована транспортними засобами підприємства, зокрема трьома хлібовозами - вантажними бусами, які мають свої маршрути розвезення готової продукції до споживачів як в межах міста Тернополя, Тернопільської області, так і за її межі.

Така логістична схема відпрацьована підприємством протягом багатьох років і вона ґрунтується на віяловій схемі розвезення продукції, яка дозволяє оптимізувати витрати підприємства на доставку хліба і хлібобулочних виробів.

Логістика постачання на підприємстві базується на виборі постачальника, які обираються за багатьма критеріями. У табл.2.7 наведені результати аналізу основних постачальників ТОВ «Муза».

З табл.2.7 видно, що основні сировину і компоненти ТОВ «Муза» отримує по певних каналах постачання, число постачальників мінімальне. Це, з одного боку, підвищує ризик недопоставок або зриву поставок, але з іншого боку, покращує взаємовідносини з постачальником, підвищує ступінь довіри.

Підприємство будує свою логістику постачання з використанням двох форм: прямі зв'язки з виробниками (ПрАТ «Львівський жиркомбінат» і ТОВ «Сатанівський цукровий завод») та закупівлі в оптових посередників (решта постачальників).

Методами закупівель, які використовує підприємство, є оптові закупівлі однією партією, регулярні закупівля дрібним партіями та закупівлі за необхідністю. Кожен з цих методів використовується відносно певних видів сировинно-матеріальних ресурсів, наприклад, борошно, пальне, цукор купують

оптовими партіями; патоку - за необхідністю, наприклад, напередодні свят, коли більше випікають здоби.

Для утвердження себе на ринку та подальшої боротьби із конкурентами ТОВ «Муза» повинно враховувати свої внутрішні чинники і умови зовнішнього середовища. Внутрішніми чинниками є ресурси підприємства та його виробничі потужності, про які йтиметься далі, організація виробничої та збутової логістики, удосконалення договірної роботи та ін. Зовнішніми чинниками є умови ведення бізнесу, ринкове конкурентне середовище, розвиток транспортної інфраструктури.

Таблиця 2.7

Основні постачальники ТОВ «Муза» у 2016 році*

*складено автором за матеріалами підприємства

Тому при формуванні стратегії свого розвитку підприємство повинно подбати про забезпечення таких базових складових конкурентоспроможності підприємства з виробництва і продажу хліба і хлібобулочних виробів: широкий асортимент продукції; якість товару; доступна ціна.

Також в нагоді може стати використання засобів просування своєї продукції на ринок, зокрема, реклами. Маркетингова комунікативна політика в даний час на підприємстві не виділена як окремий напрямок управління продажами, але ми вважаємо, що для збереження і нарощування своєї частки на ринку підприємство повинно активно використовувати усі прийнятні засоби реклами (наприклад, фірмові пакети з логотипом товариства), а також подбати про виведення на ринок нових видів продукції (булки, круасани, крафіни, слойки та ін.). Не варто нехтувати прийомами мерчандайзингу, які б допомагали покупцям швидко знаходити серед аналогічної продукції в торговельній мережі продукцію саме цього підприємства.

2.3. Ресурсне забезпечення виробництва і реалізації продукції підприємства

Розуміння можливостей підприємства щодо досягнення ним своїх ринкових цілей і виконання поставлених завдань не може відбутись без

вивчення ресурсного забезпечення виробництва продукції, її збуту та просування на ринку.

Ресурси ТОВ «Муза» складаються із персоналу, основних фондів, оборотних фондів і оборотних коштів, фінансових ресурсів.

Залежно від виконуваних функцій персонал підприємства поділяється на чотири категорії: робітники, службовці, спеціалісти, керівники. Штатний розпис підприємства включає усі зазначені категорії персоналу (табл.2.8).

Професійно-кваліфікаційна структура персоналу ТОВ «Муза» характеризує частку працівників різних професій та кваліфікаційних рівнів у загальній чисельності персоналу:

- керівники - 4 чол. (18,2%);
- спеціалісти - 3 чол. (13,6%);
- службовці - 4 чол. (18,2%);
- робітники - 11 чол. (50%).

Можна відзначити, що структура персоналу підприємства є допустимою, оскільки найбільша питома вага у ній - це робітники, які разом зі спеціалістами і службовцями складають майже 82% усієї чисельності працівників товариства. Однак, варто було б розглянути можливість суміщення функцій експедиторів та водіїв, що дало б підприємству чималу економію за рахунок зменшення витрат на оплату праці.

Таблиця 2.8

Склад персоналу ТОВ «Муза» у 2016 році

Забезпеченість підприємства робочою силою та зміна рівня продуктивності праці виступають основними трудовими чинниками збільшення обсягу випуску продукції на ТОВ «Муза» представлено в табл.2.9.

Дані таблиці свідчать, що на підприємстві має місце зниження на 6,5% середньорічного виробітку на одного працівника за рахунок відставання темпів приросту товарної продукції (+2,7%) відносно темпів приросту чисельності персоналу (+10%). Така тенденція є негативною, оскільки в подальшому буде

викликати зростання витрат на одну гривню товарної продукції за рахунок збільшення витрат на оплату праці.

Однак, керівництво підприємства вирішило залучити кваліфікованих технолога і менеджера для вирішення двох ключових завдань: забезпечити високу якість тих сортів хліба, які вже випускаються, і підготувати до серійного виробництва нові види продукції, про які йшлося вище. Тому такі тимчасові труднощі, як погіршення показників використання трудових ресурсів, повинні себе економічно виправдати в недалекому майбутньому.

Таблиця 2.9

Показники використання трудових ресурсів ТОВ «Муза» у 2015-2016 роках*

* складено автором за матеріалами звітності підприємства

Важливою складовою ресурсів підприємства є основні фонди, а в їх складі - технологічне обладнання і транспортні засоби.

Показники ефективності використання основних фондів підприємства наведена в табл.2.10.

Зрозумілим є те, що при зростанні товарної продукції на 2,7% та зниженні середньорічної вартості основних виробничих фондів міні-пекарні ТОВ «Муза» має місце зростання на 7,4% показника фондівіддачі її основних виробничих фондів.

Варто відзначити, що у міні-пекарні високим є відсоток активної частини основних виробничих фондів - машин та устаткування (52,1% у 2016 році). Їх приріст у 2016 році склав 33,4 тис. грн. Фондовіддача активної частини основних фондів є досить високою, але вона знизилась у 2016 році в порівнянні з минули роком за рахунок значного перевищення приросту питомої ваги активної частини основних виробничих фондів у порівнянні зі зростанням товарної продукції: +11,8% проти +2,7%.

Таблиця 2.10

Показники використання основних фондів ТОВ «Муза» у 2015-2016 роках** складено автором за матеріалами звітності підприємства

На міні-пекарні ТОВ «Муза» до складу основного технологічного обладнання і устаткування входять:

- хімводоочистка;
- паровий котел К-7;
- паровий котел КП-3;
- котел варочний харчовий;
- хлібопекарські печі ФТЛ020; ФТЛ-25; ФТЛ-30; ФТЛ-2-66- 2ПС; ФТЛ-9; ФТЛ-1;
- насос для тіста;
- солерозчинювач;
- штамповочна машина;
- піч електрична;
- плита електрична;
- мікромлин молотковий;
- дозатор борошна;
- автомукомір Д-100;
- тістодільник;
- варочний котел КЕП-40;
- формовочна машина;
- дозувальна станція;
- тістомісильна машина МІХ;
- газодувка;
- машина для різанні тіста;
- дозатор сипучих;
- просіював Ш-2-ХМВ;
- кремозбивальна машина та інші.

Міні-пекарня перебуває в постійному пошуку резервів підвищення ефективного використання основних фондів. В умовах зростання вартості

основних фондів і, насамперед, їх активної частини, все більшого значення набуває підвищення ефективності використання наявного обладнання.

Завданням підвищення ефективності використання встановленого обладнання шляхом підвищення в його складі частки діючого, потребує значної боротьби за максимальне скорочення простоїв. В свою чергу, дуже важливим є термінове встановлення і введення в експлуатацію обладнання, що надійшло на підприємство. Незбалансоване зростання середньорічної вартості основних виробничих фондів може призвести до зниження показника фондівіддачі.

Також підвищення ефективності експлуатації обладнання можна забезпечити інтенсивним шляхом, тобто ріст обсягу випуску продукції досягається за рахунок збільшення потужності діючого обладнання.

Виробнича потужність підприємства за зміну на кожний вид продукції різна тому, що різна норма виробітку. Це залежить від рецептури, величини виробу, можливості розміщення хлібобулочних виробів на подах печі, тривалості випікання та інших параметрів технологічного процесу.

Режим роботи хлібопекарні двозмінний. Тому середня виробнича потужність печі за добу становить 767 кг продукції.

Основні фонди підприємства амортизуються прямолінійним методом, який передбачає щорічне перенесення на собівартість продукції однакової частини вартості основних фондів протягом усього терміну їх служби.

Річна сума амортизації (A) визначається як добуток первісної (відновної) вартості об'єкта основних фондів та річної норми амортизації (H_a) [8]:

$$A = (B_n \times H_a) / 100, \text{ грн.} \quad (2.4)$$

$$H_a = 1 / T_{cl} \times 100, \% \quad (2.5)$$

де T_{cl} - строк корисного використання основних фондів, роки.

До ресурсів підприємства належать оборотні фонди і оборотні кошти. Вони акумульовані, в основному, в запасах сировинно-матеріальних ресурсів. Основна умова раціонального використання матеріальних ресурсів - впровадження прогресивних норм їх витрат, вдосконалення технології та

організації виробництва, скорочення відходів виробництва та раціональне їх використання, ліквідація втрат від браку та ін.

Економія витрат матеріальних ресурсів може бути досягнута в результаті використання місцевої та більш дешевої сировини і матеріалів, заміни одних матеріалів іншими, впровадження нової техніки, передової технології, невикористання необґрунтованих і застарілих норм.

Узагальнюючими показниками ефективності витрачання матеріальних ресурсів на виробництві є матеріаломісткість усієї товарної продукції і питома матеріаломісткість конкретних видів продукції.

Загальна матеріаломісткість (M_m) відображає вартість матеріальних затрат на одиницю виробу або на одну гривню виготовленої продукції. Її можна обчислити:

$$M_m = M_z / Q \text{ або } M_z / N \quad [8]: \quad (2.6)$$

де M_z - загальна сума матеріальних затрат, грн.;

Q, N - обсяг виготовленої продукції в грошовому і натуральному вимірниках відповідно.

$$2015 \text{ р.: } M_m = 1650 / 2887,5 = 0,57;$$

$$2016 \text{ р.: } M_m = 1342,5 / 2966,9 = 0,45.$$

Показники рівня матеріаломісткості товарної продукції наведені в табл.2.11.

Таблиця 2.11

Показники використання матеріальних ресурсів

ТОВ «Муза» у 2015-2016 роках*

*складено автором за матеріалами звітності підприємства

Зростання обсягів товарної продукції на 79,4 тис. грн. та зростання матеріальних витрат у 2016 році, причому при випереджаючих темпах збільшення витрат на сировино-матеріальні в порівнянні зі збільшенням обсягів виробництва (+5,6% проти +2,7%), призвело до незначного зростання матеріаломісткості продукції та зниження матеріаловіддачі. Це, хоч і негативний чинник оцінки діяльності підприємства, однак, при різкому

подорожчанні вартості борошна, олії, паливо-мастильних матеріалів, запчастин до обладнання і транспортних засобів у 2015 році, такі показники свідчать про відносну стабілізацію матеріальних витрат міні-пекарні.

До елементів ресурсного забезпечення виробництва і збуту продукції ТОВ «Муза» належать нематеріальні ресурси. Нематеріальними ресурсами підприємства є специфічна рецептура хліба та хлібобулочних виробів, яка розроблена технологом підприємства і за якою вже не один рік підприємство випікає продукцію, завойовуючи чимраз більшу прихильність споживачів.

Фінансові ресурси підприємства формуються за рахунок прибутку підприємства, який частково реінвестується у виробництво. На початкових етапах розвитку підприємства власник часто користався кредитними ресурсами, але згодом, в процесі розвитку та збільшення обсягів виробництва і збуту продукції, потреба і них відпала і кредитами підприємство користується лише короткостроковими кредитами для поповнення обігових коштів.

Для забезпечення ефектної роботи підприємства необхідним є не лише ефективно використання наявних внутрішніх його ресурсів, але й цілеспрямована інноваційно-інвестиційна політика. Вона має бути сконцентована на перспективних напрямках діяльності підприємства, оскільки без такої стратегії воно не зможе втримати свої ринкові позиції і, тим більше, зміцнити своє становище на місцевому ринку при такій жорсткій конкуренції на ньому.

Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку на підприємстві включає комплекс різноманітних планів, які взаємодіють один з одним та спрямовані на здійснення за цілями, предметом, рівнями, змістом та періодом планування. Важливо виділити чинники, які визначають склад та зміст цього комплексу:

- організаційна структура та профіль інноваційної діяльності підприємства;
- склад інноваційних процесів, які здійснюються;
- рівень кооперації при їх проведенні, масштаби та постійність інноваційної діяльності.

Основним завданням інвестиційно-інноваційного розвитку є забезпечення прискорення впровадження перерахованих вище елементів у діяльність підприємства в рамках стратегічних та поточних планів. Комплексне планування розвитку та підвищення ефективності діяльності повинне знаходити висвітлення в плані організаційно-технічного розвитку підприємства, показниках ефективності виробництва та планах капітальних вкладень і капітального будівництва (інвестицій).

Створення нових видів продукції та підвищення якості продукції, що випускається, забезпечують заходи щодо створення й освоєння випуску нових видів продукції, зняття з виробництва застарілих та підвищення якості продукції, що випускається, її модернізації, та підготовка продукції до сертифікації, розробка і впровадження нових прогресивних стандартів і технічних умов.

Впровадження прогресивної технології, механізації та автоматизації виробництва включає заходи щодо впровадження прогресивних технологічних процесів, нового устаткування, комплексної механізації й автоматизації виробництва, модернізації діючого устаткування.

Впровадження прогресивної організації праці включає заходи щодо вдосконалення поділу та кооперації праці, організації й обслуговуванню робочих місць, впровадженню передових методів та прийомів праці, вдосконалення нормування й оплати праці.

Вдосконалення планування, організації, контролю та управління в цілому передбачає проведення комплексу заходів щодо вдосконалення проведення організації та управління. При цьому розробляються заходи, спрямовані на підвищення рівня спеціалізації виробництва, вдосконалення організаційних структур, механізації та автоматизації управління на основі застосування комп'ютерних технологій.

Капітальний ремонт та модернізація основних фондів планується з метою їхнього ефективного використання на основі прийнятої періодичності ремонт, відомостей дефектів та відповідних змін з урахуванням нормативів ремонтно-експлуатаційних витрат і наявних джерел фінансування.

Інвестиційно-інноваційна політика ТОВ «Муза» розглядається як напрями єдиного процесу, у якому технічний розвиток виступає визначальним та безпосереднім чинником зростання ефективності виробництва і визначає основу розвитку підприємства. Так, закупка нового обладнання для виготовлення круасанів, крафінів, слойок безпосередньо впливає на зміну асортименту продукції підприємства і на зміну структури ринку збуту готової продукції.

Інноваційним рішенням міні-пекарні ТОВ «Муза» є постійне розширення асортимент своєї продукції. Але попри всі дії керівництва щодо інноваційних зрушень різного спрямування на підприємстві виявлено ряд недоліків: всі кондитерські і частину хлібобулочних виробів підприємства випускаються тільки ваговим способом, а отже не мають товарного вигляду. Щоб виправити цю ситуацію, підприємству потрібно придбати універсальну лінію для фасування *VIFE* за ціною 174 тис. грн., яка є ще й легкою в експлуатації. Вона дасть змогу фасувати і пакувати у поліетиленові пакети з яскравим малюнком і логотипом «Міні-пекарня ТОВ «Муза» не тільки хлібобулочні вироби, а й хлібобулочну продукцію. Поліетилен з готовим малюнком можна замовити у м.Рівному. Яскрава упаковка, цікава назва і точна вага буде неодмінно привертати увагу покупців, які будуть надавати перевагу виробам саме ТОВ «Муза».

Доцільність придбання та експлуатації згаданої лінії для фасування хлібобулочних виробів можна визначити, скориставшись методикою оцінки економічної ефективності інноваційних заходів, зокрема технічних новинок. Ця методика передбачає врахування сукупних витрат на придбання та експлуатацію лінії та сукупного результату від її використання [8]:

$$E_m = P_m - B_m, \text{ грн.} \quad (2.7)$$

де P_m - вартісна оцінка результатів від здійснення заходів науково - технічного прогресу за розрахунковий період, грн. ;

B_m - вартісна оцінка витрат на здійснення технічних нововведень за цей же період, грн.

Вартісна оцінка результатів є сумою основних ($P_{осн}$) і супутніх ($P_{суп}$) результатів:

$$P_m = P_{осн} + P_{суп}, \text{ грн.} \quad (2.8)$$

$$P_{осн} = Ц \times N \times П, \text{ грн.} \quad (2.9)$$

де $Ц$ – ціна одиниці продукції, виробленої з використанням нових засобів праці у певному періоду, грн.;

N – обсяг використання нових засобів праці в певному році, натур. од.;

$П$ - продуктивність засобів праці у певному році, натур. од.

Вартісна оцінка витрат на реалізацію технічних новинок за розрахунковий період включає витрати на виробництво ($B_{вир}$) і використання ($B_{викор}$) продукції:

$$B_m = B_{вир} + B_{викор}, \text{ грн.} \quad (2.10)$$

Придбання і використання нової фасувально-пакувальної лінії дозволить за найскромнішими розрахунками збільшити випуск і реалізацію продукції на 7 %, тобто її приріст становитиме $2\,966,9 \times 1,07 - 2\,966,9 = 207,7$ тис. грн./рік.

Експлуатація лінії передбачається протягом 10 років. Тоді

$$P_m = 207,7 \times 10 = 2077 \text{ тис. грн.}$$

При використанні лінії витрати на одну гривню товарної продукції зростуть з 77 до 82 коп. Сукупні витрати на придбання і експлуатацію лінії складатимуться із ціни придбання лінії і поточних витрат при її експлуатації.

Витрати поточні становитимуть: $B_{ном} = 2966,9 \times 0,82 = 2432,9$ тис. грн./рік, а приріст витрат за рік дорівнюватиме $207,7 \text{ тис. грн.} \times 0,82 = 170,3$ тис. грн./рік. За 10 років приріст витрат дорівнює: $170,3 \times 10 = 1703$ тис. грн. Сукупні витрати за 10 років експлуатації нової лінії становитимуть: $174 \text{ тис. грн.} + 1703 \text{ тис. грн.} = 1877$ тис. грн.

Звідси економічна ефективність придбання і експлуатації фасувальної лінії визначається: $2077 - 1877 = 200$ тис. грн.

Однак, таку лінію підприємству доцільно було б придбати у лізинг, якби знайшлись підприємства - виробники аналогічного обладнання, готові надавати таку послугу малим підприємствам у галузі хлібопекарського виробництва.

Такий елемент інфраструктури для конкретного підприємства наразі недоступний.

Згадану фасувально-пакувальну лінію підприємству доцільно використовувати у виробничо-господарській діяльності з метою розширення ринків збуту, підвищення попиту населення на продукцію підприємств, поліпшення якісних характеристик товарів тощо.

Висновки до розділу 2.

У цьому розділі ми дослідили основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Муза», його внутрішню організаційну побудову, зокрема, структуру управління підприємством (рис.2.1) та функції кожного її елемента. Можна зробити висновок, що побудована організаційна структура ТОВ «Муза» є оптимальною саме для цього підприємства і дозволяє йому ефективно використовувати виробничі та інші площі, устаткування, сировинні ресурси і персонал.

Чисельність працівників у 2016 році налічувала 22 особи, обсяг випуску продукції майже 3 млн. грн., рентабельність продукції 26,9%.

Досліджуване нами підприємство з кожним роком нарощує обсяги виробництва і досить успішно конкурує на місцевому ринку хлібопекарів. Найближчими конкурентами пекарні є підприємства м.Тернополя і Тернопільського району, а саме ТОВ «Хлібодар плюс», ТОВ «Ларс», ПП «Дарт», ПП «Моноліт», СПД ФО Литвин М.І., СПД ФО Хіта М.А., ПП «Шумський хліб». Усі вони належать до невеликих товаровиробників.

Разом з тим суттєвий конкурентний тиск чинять великі виробники: ТОВ «Тернопільхлібпром», ТОВ «Надзбруччя-хліб», ТОВ «Микулинецький хлібозавод», ПП «Бекерай», ТОВ «Агробізнес» та ін.

Сегментацію ринку хліба та хлібобулочних виробів м.Тернополя наведено на рис.2.3. Частка ТОВ «Муза» у виробництві і реалізації хліба і хлібобулочних виробів регіону становить 3%.

Конкурентними перевагами пекарні ТОВ «Муза» є те, що при невеликих розмірах підприємства прас-лист пекарні налічує 37 асортиментних позицій (15 видів хліба і 22 види хлібобулочних виробів).

Однак, продукція підприємства слабо представлена у мережесих торговельних закладах міста і області, зокрема, «Сільпо», «NOVUS», «Фуршет», «АТБ» та ін. Тому пекарні необхідно удосконалювати комунікативну політику для розвинути цього напрямку просування хліба і хлібобулочних виробів на ринку.

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що ринок хліба та хлібобулочних виробів Тернопільського регіону є стабільним, насиченим конкурентоспроможною продукцією від різних виробників. Однак, державним органам управління необхідно звернути увагу на проблему «тіньового» випуску хліба і хлібобулочних виробів.

Для ефективного функціонування на ринку хліба і хлібобулочних виробів хлібопекарським підприємствам, окрім внутрішніх чинників (оновлення обладнання, удосконалення цінової політики, розширення асортименту та ін.), необхідно використовувати елементи усіх трьох функціональних груп ринкової інфраструктури, про що йтиметься далі.

В процесі дослідження ринку хліба у м.Тернополя нами проведене опитування покупців магазину «Молодіжний», який знаходиться за адресою вул.15Квітня,15а. Основні запитання до респондентів стосувались того, яким сортам хліба вони надають перевагу, яким виробникам, критерії вибору хліба, час на вибір та ін. Купівля хліба характеризується низьким ступенем залученості споживачів, вибір хліба відбувається за незначним числом критеріїв, зокрема: свіжість хліба та смакові переваги споживачів. У нашому дослідженні лише 34 людини із 133 порівнювали хліб, дивилися упаковку, причому 89% із них – жінки.

Тому базовими складовими конкурентоспроможності підприємства з виробництва і продажу хліба та хлібобулочних виробів є широкий асортимент продукції, якість товару, доступна ціна.

Також в нагоді може стати використання засобів просування своєї продукції на ринок, зокрема, реклами. Маркетингова комунікативна політика в даний час на підприємстві не виділена як окремий напрямок управління продажами, але ми вважаємо, що для збереження і нарощування своєї частки на ринку підприємство повинно активно використовувати усі прийнятні засоби реклами (наприклад, фірмові пакети з логотипом товариства), а також подбати про виведення на ринок нових видів продукції (булки, круасани, крафіни, слойки та ін.). Не варто нехтувати прийомами мерчандайзингу, які б допомагали покупцям швидко знаходити серед аналогічної продукції в торговельній мережі продукцію саме цього підприємства.

Ресурси ТОВ «Муза» складаються із персоналу, основних фондів, оборотних фондів і оборотних коштів, фінансових ресурсів. Показники їх використання детально охарактеризовані нами у цьому розділі.

Також для забезпечення ефектної роботи підприємства необхідним є не лише ефективне використання наявних внутрішніх його ресурсів, але й цілеспрямована інноваційно-інвестиційна політика. Інвестиційно-інноваційна політика ТОВ «Муза» розглядається як напрями єдиного процесу, у якому технічний розвиток виступає визначальним та безпосереднім чинником зростання ефективності виробництва і визначає основу розвитку підприємства. Так, закупка нового обладнання для виготовлення круасанів, крафінів, слойок безпосередньо впливає на зміну асортименту продукції підприємства і на зміну структури ринку збуту готової продукції.

Інноваційним рішенням міні-пекарні ТОВ «Муза» може бути придбання універсальної лінії *VIFE* для фасування продукції за ціною 174 тис. грн. Вона дозволить фасувати і пакувати у поліетиленові пакети з яскравим малюнком і логотипом «Міні-пекарня ТОВ «Муза» не тільки хліб, а й хлібобулочну продукцію. Це дозволить підприємству значно розширити асортимент. Крім того, лінія є ще й досить легкою в експлуатації.

Доцільність придбання і експлуатації згаданої лінії для фасування хлібобулочних виробів можна визначити, скориставшись методикою оцінки

економічної ефективності інноваційних заходів, зокрема технічних новинок. Нами проведені необхідні розрахунки і доведено, що економічна ефективність придбання і експлуатації фасувальної лінії становитиме 200 тис. грн.

Однак, таку лінію підприємству доцільно було б придбати у лізинг, якби знайшлись підприємства - виробники аналогічного обладнання, готові надавати таку послугу малим підприємствам у галузі хлібопекарського виробництва. Такий елемент інфраструктури для конкретного підприємства наразі недоступний.

Тому розвиток ринкової інфраструктури для підприємств малого бізнесу - це виробнича необхідність і умова їх успішності на ринку.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ І ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ВПЛИВУ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

3.1. Шляхи сприяння розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу на місцевому рівні

Розвиток малого і середнього підприємництва на регіональному рівні є неможливим без сприяння цьому з боку органів державної влади і місцевого самоврядування, а також інших регіональних структур, які належать до елементів ринкової інфраструктури.

Насамперед, варто зупинитись на напрямках сприяння розвитку підприємництва з боку Тернопільської обласної державної адміністрації та Тернопільської обласної ради.

Для підтримки розвитку підприємництва у нашому регіоні затверджена і втілюється у життя Обласна програма розвитку малого і середнього підприємництва на 2017-2018 роки.

Кілька цифр про стан місцевого малого і середнього підприємництва та його частку у забезпеченні найважливіших економічних показників розвитку краю.

У 2016 році в Тернопільській області здійснювали господарську діяльність 4856 малих і 238 середніх підприємств. За структурним розподілом частка малих підприємств у загальній кількості підприємств області становить 95,29%, а частка середніх підприємств - 4,67%. Відповідно, частка великих підприємств складала 0,04% [68].

У розподілі малих підприємств, до яких і належить досліджуване нами ТОВ «Муза», за видами економічної діяльності у 2016 році основну частку – 22,3% займає сільське, лісове та рибне господарство, 21% – оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів. Вагому частку у галузевому розподілі займає промисловість – 16,3%, операції з нерухомим майном – 9,3%, будівництво – 8%. Також, 5,2% займають підприємства у галузі професійної, наукової та технічної діяльності, 4,4% – тимчасове розміщування та організація харчування [68].

Незначну частку у розподілі малих підприємств за видами економічної діяльності займає охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – 1,8%, надання інших видів послуг – 3,1% (в тому числі фінансова та страхова діяльність – 0,8%, освіта – 0,5%, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – 0,5%).

Більшість суб'єктів середнього підприємництва працюють у промисловості – 37,8%, у сфері сільського, лісового та рибного господарства – 24,4%, на оптову та роздрібну торгівлю; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів припадає 13,9 % середніх підприємств, 9,2% - транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, 5,5% - будівництво.

На діяльність середніх суб'єктів підприємництва у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування припадає 2,9%, суб'єкти які здійснюють операції з нерухомим майном - 2,5%, по 0,8% займають підприємства за видом економічної діяльності - тимчасове розміщування й організація харчування; сфера інформації та телекомунікацій; професійної, наукової і технічної діяльності; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги [68].

Наведені дані свідчать, що найбільший відсоток з усіх елементів ринкової інфраструктури становить організаційно-технічна інфраструктура: 21% малих і 24,4% середніх підприємств області займаються оптовою та роздрібною торгівлею; 9,2% середніх підприємств - транспортними послугами і послугами складського господарства, поштового зв'язку та кур'єрською діяльністю.

Разом з тим, елементи фінансово-кредитної інфраструктури розвинені дуже слабо, зокрема, аж 0,8% малих підприємств займаються фінансовою і страховою діяльністю.

Досить вагомим є обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) на малих і середніх підприємствах області у 2016 році: 34 млрд. грн., що становить 46,8% загального обсягу реалізації.

Чи не найголовнішою є роль малого і середнього підприємництва у вирішення питання зайнятості населення. На початок 2017 року чисельність зайнятих на малих підприємствах становила майже 27,4 тис. осіб, на середніх підприємствах – 43,3 тис. осіб. Крім того, в області зареєстровано 42,3 тис. підприємців - фізичних осіб.

Слід відзначити, що протягом останніх років спостерігається зростання надходження до бюджетів всіх рівнів від діяльності малого підприємництва. У 2016 році загальна сума надходжень до зведеного бюджету області від діяльності суб'єктів малого підприємництва становила майже 771,3 млн. грн., що на 332,9 млн. грн. більше, ніж у 2015 році [68].

Попри економічну скруту та інші негативні чинники, в області припинилось катастрофічне припинення діяльності підприємств малого бізнесу - юридичних осіб та зняття з реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності - фізичних осіб: 9750 у 2014 році та 1856 у 2016 році (для порівняння).

У 2016 році за даними моніторингу започаткували діяльність майже 2,7 тис. суб'єктів господарювання, з яких 349 юридичних осіб та понад 2,3 тис. фізичних осіб - підприємців.

Досить успішно прогресує такий елемент організаційно-технічної ринкової інфраструктури, як надання нефінансових послуг. Обсяг їх реалізації

споживачам за перше півріччя 2016 року склав 1540 млн. грн. (103,8% до показника відповідного періоду 2015 року). Населенню надано послуг на 695 млн. грн., що становить 45% від загального обсягу реалізованих послуг.

На розвиток підприємництва неабиякий вплив має державна регуляторна політика. Відповідно до Закону України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності» в області проводиться робота щодо планування, підготовки проектів та прийняття регуляторних актів, забезпечуючи при цьому доцільність та відповідність форм і рівнів державного регулювання господарських відносин, досягнення максимально можливих позитивних результатів при мінімальних витратах, прозорість, а також врахування інтересів суб'єктів господарювання, громадян і держави.

З 1 жовтня 2016 року в Україні запроваджено пілотний проект щодо тимчасового призупинення державного регулювання цін на соціально-важливі продукти харчування. Необхідність такого кроку зумовлена низькою ефективністю адміністративного регулювання в умовах ринкової економіки та демонструє довіру влади до суб'єктів малого та середнього бізнесу, що проявляється у зменшенні адміністративного навантаження на суб'єктів, які виробляють соціально-важливі продукти харчування.

Діяльність Головного управління Державної фіскальної служби в області як елемента організаційно-технічної ринкової інфраструктури скерована на систематичну інформаційно-роз'яснювальну роботу з населенням щодо пропагування обов'язковості виплати суб'єктами господарювання заробітної плати із сплатою податку на доходи фізичних осіб та внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Відділ реєстрації користувачів управління (центру) сертифікації ключів ІДД Державної фіскальної служби України надає послуги з безкоштовної видачі посилених сертифікатів відкритих ключів електронного цифрового підпису для юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадян. Послугами підрозділу протягом січня-вересня 2016 року скористались 7369 платників податків.

З метою підвищення кваліфікації конкурентоспроможності місцевого бізнесу, покращення ефективності його діяльності для створення інноваційного клімату в області у минулому році СП Консалтинговою компанією «Бізнес – центр» проведено 29 тренінг-програм для працівників малого та середнього бізнесу за напрямками: техніка ефективного продажу; управління персоналом; ведення бухгалтерського обліку на малому підприємстві; діловодство на ПК, у яких взяли участь 116 представників малого та середнього бізнесу.

Регіональна рада підприємців при обласній державній адміністрації, основним завданням якої є сприяння у створенні дієвого механізму взаємодії суб'єктів господарювання, громадських організацій підприємців, об'єднань підприємців та органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування на засадах партнерства і відкритості, протягом 2016 року провела 6 засідань.

Одним із напрямів, який має на меті покращення бізнес - середовища та розвитку інфраструктури підтримки бізнесу, є робота щодо створення в області мережі Центрів підтримки підприємництва. В області розроблено концепцію створення таких центрів в рамках Програми польської допомоги з розвитку – 2016 «Підвищення інвестиційної привабливості України та конкурентоспроможності регіонів», в якій Тернопільська область є пілотною, зокрема, в Кременецькому, Чортківському, Бережанському районах. Також концепцією передбачено створення консультативних пунктів в об'єднаних територіальних громадах.

Проблемні питання розвитку малого і середнього підприємництва:

- складне податкове адміністрування;
- нестабільність та недосконалість регуляторного поля;
- часті зміни економічного законодавства та підзаконних актів;
- обмежений доступ до фінансових ресурсів;
- недостатня інформаційна та правова обізнаність суб'єктів підприємництва;
- слабка матеріально-технічна база значної кількості малих підприємств, висока енергоємність виробництва, обмежена кооперація між різними сегментами підприємництва;

- низький рівень впровадження інноваційної продукції та технологій у малому бізнесі;
- низький рівень міжнародного співробітництва та гармонізації українських стандартів з європейськими;
- обмежені можливості для експорту;
- незначна кількість об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва.

Програма розвитку малого і середнього підприємництва в Тернопільській області на 2017–2018 роки розроблена відповідно до законів України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року, Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва Тернопільської області на 2016-2020 роки та методичних рекомендацій і визначає сукупність заходів, розроблення і реалізація яких здійснюється на обласному рівні [68].

Головною метою програми є створення цілісної та ефективної системи підтримки малого і середнього бізнесу, формування сприятливих умов для його сталого подальшого розвитку, результатом якого буде зростання зайнятості та збільшення добробуту населення.

Програма своїми основними завданнями вбачає:

- усунення зайвих та удосконалення існуючих регуляторних перешкод розвитку бізнесу;
- підтримка вітчизняних товаровиробників - суб'єктів малого бізнесу, забезпечення якості, конкурентоспроможності їх товарів і послуг;
- поглиблення міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері малого бізнесу, сприяння виходу малого і середнього підприємництва області на нові ринки інших областей України та експорту продукції закордон;

- створення нових робочих місць, залучення до підприємницької діяльності інвалідів, жінок, молоді, учасників АТО, внутрішньо переміщених осіб;
- наповнення державного та місцевих бюджетів;
- активізація фінансово-кредитних та інвестиційних механізмів;
- організація підготовки та перепідготовки кадрів малого бізнесу для роботи в умовах ринкової економіки;
- розбудова інфраструктури підтримки підприємництва в області.

Практично майже усі із перелічених програмних завдань спрямовані на розвиток тих чи інших елементів ринкової інфраструктури. Тому вважаємо, що вирішення цих завдань і перелічених проблем розвитку малого і середнього бізнесу в регіоні повинно бути забезпечено шляхом:

- 1) надання фінансово-кредитної підтримки малому і середньому підприємству; для цього необхідно відновити роботу Тернопільського обласного фонду підтримки підприємства, який наразі є в числі небагатьох «бездіяльних» в Україні; відновити компенсаційні виплати роботодавцям в обсязі фактичних витрат на створення робочих місць у розмірі єдиного соціального внеску; виплачувати одноразову допомогу безробітним з метою залучення останніх до відкриття власної справи та перехід «на рейки» само зайнятості;
- 2) удосконалення регулювання підприємницької діяльності на місцевому рівні завдяки здійсненню комплексу заходів щодо реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності, проведення семінарів-навчань для представників органів влади та суб'єктів господарювання стосовно роз'яснення законодавства, яке застосовується у сфері підприємництва тощо;
- 3) ресурсного та інформаційного забезпечення, формування інфраструктури підприємства; для цього необхідно посилити взаємодію бізнесових структур з громадськими організаціями, навчальними закладами, асоціаціями підприємців та інших їх добровільних утворень.

Реалізації останнього пункту може суттєво посприяти взаємодія суб'єктів підприємництва з Тернопільською торгово-промисловою палатою. Вона, як елемент ринкової організаційно-технічної інфраструктури, має свої завдання і роль у розвитку малого і середнього бізнесу, про що йшлося вище.

Тернопільська торгово-промислова палата у сучасному форматі була створена у 1995 році. За роки незалежності України в її діяльності з'явилися нові пріоритети і саме відтоді діяльність Тернопільської торгово-промислової палати спрямована на створення сприятливих умов розвитку підприємництва, зовнішньоекономічних зв'язків, експорту українських товарів, наданню практичної допомоги підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, пошуку ділових партнерів та інвесторів як в регіоні своєї діяльності, так і за її межами.

Палата у вирішенні своїх статутних завдань взаємодіє з органами законодавчої та виконавчої влади, Торгово-промисловою палатою України, посольствами, торговими представництвами, членами палати, підприємствами і організаціями регіону.

Найважливішими завданнями, над якими працює палата є:

- сприяння малим і середнім підприємствам у пошук ділових партнерів;
- довідково-інформаційне та консультативне забезпечення суб'єктів підприємницької діяльності
- допомога суб'єктам бізнесу в організації їх участі у різноманітних ярмарках, виставках-продажах, фестивалях та ін.
- сприяння малому і середньому бізнесу у пошуку інвесторів.

Кожне із перелічених завдань є актуальним і для ТОВ «Муза», яке на шляху свого розвитку потребує і нових партнерів в частині реалізації продукції, закупівлі сировини; якісної юридичної та іншої консультативної допомоги; допомоги в забезпеченні доступу підприємства до участі у регіональних та республіканських виставках-ярмарках; додаткових інвестицій для реалізації своєї інвестиційно-інноваційної і товарної політики.

3.2. Державна регуляторна політика, захист і контроль за діяльністю підприємницьких структур

Згідно зі ст.12 Господарського кодексу України держава для реалізації економічної політики, виконання цільових економічних та інших програм економічного і соціального розвитку застосовує різноманітні засоби і механізми регулювання господарської діяльності [18].

Основними засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання є:

- державне замовлення, державне завдання;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація та стандартизація;
- застосування нормативів і лімітів;
- регулювання цін і тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Із зазначеного переліку перелічених засобів регулюючого впливу держави на підприємницьку діяльність для ТОВ «Муза» актуальними є сертифікація і стандартизація, регулювання цін і тарифів, надання інвестиційних, податкових та інших пільг, надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій. Тобто підприємство потребує в найбільшій мірі економічної підтримки з боку держави для забезпечення своєї економічної стабільності.

Умови, обсяги і порядок застосування окремих видів засобів державного регулювання господарської діяльності визначаються Господарським кодексом, іншими законодавчими актами, а також програмами економічного і соціального розвитку.

Разом з тим, державне регулювання економіки «викликане до життя» необхідністю захисту суспільних інтересів від зловживань і порушень з боку окремих суб'єктів підприємницької діяльності і для захисту суб'єктів

підприємництва від порушень їх прав іншими підприємцями. Адже, ні для кого не є секретом, що часто деякі суб'єкти підприємницької діяльності, які не надто обмежують себе етичними і правовими нормами, в своїх діях «не бачать берега» заради отримання прибутку. Вони, не задумуючись, можуть нанести шкоду як споживачам, так й іншим суб'єктам бізнесу. Тому державне регулювання в таких ситуаціях є засобом коригування певних шкідливих результатів підприємницької діяльності.

Організаційний аспект державного регулювання виявляється у створенні певних державних органів та наділенні їх відповідними повноваженнями для цілеспрямованого впливу на економічні відносини та підприємницьку діяльність, а також реалізації державної регуляторної політики. Остання ґрунтується на Законі України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 р. (остання редакція 26.11.2016 року)

Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності (далі - державна регуляторна політика) - напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України [28].

Цим законом також визначені принципи державної регуляторної політики: доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість та врахування громадської думки.

Єдина державна регуляторна політика у сфері підприємництва здійснюється шляхом упорядкування нормативного регулювання підприємницької діяльності. Для цілей цього Указу нормативним

регулюванням підприємницької діяльності визнається видання нормативно-правових актів, а також директивних листів.

Для досліджуваного нами підприємства «Муза» актуальним є вже згадане вище тимчасове призупинення державного регулювання цін на соціально-важливі продукти харчування. Оскільки хліб є соціально важливим продуктом першої необхідності, тривалий час обласна державна адміністрація утримувала рівень рентабельності хлібопекарних підприємств шляхом розробки і подальшого ухвалення відповідного регуляторного акту про обмеження рентабельності виробництва деяких соціально важливих сортів хліба.

Деякий час ціни утримувались на мінімально допустимому з 10%-ною рентабельністю рівні. Однак, це не дало очікуваного результату, виробники поступово почали відмовлятися від випікання таких сортів хліба, що спричинило їх недостатню пропозицію і зростання опиту. Ціни прагнули «йти» догори, а регуляторний акт їх обмежував. Тому виникла ситуація, що спричинила необхідність тимчасового призупинення дії регуляторного акту і перехід виробництва хліба і хлібобулочних виробів виключно на ринкове саморегулювання співвідношення у трикутнику «попит - пропозиція - ціни».

Державне регулювання підприємницької діяльності не є достатнім для створення сприятливого клімату для підприємництва. Необхідне формування комплексу організаційно-правових норм для створення макросередовища підприємницької діяльності, включаючи розвитку інфраструктуру підтримки підприємництва, правові механізми стимулювання розвитку підприємницької діяльності та ефективної системи захисту прав і законних інтересів підприємців, а також суспільних і державних інтересів у сфері підприємництва.

Не менш важливий вплив на малий і середній бізнес має державний нагляд (контроль) за підприємницькою діяльністю. Він визначає засади, принципи і повноваження органів державної влади у сфері підприємницької діяльності і регламентується Законом України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» (2007 р., остання редакція 01.01.2017 року).

Державний нагляд (контроль) - діяльність уповноважених законом центральних органів виконавчої влади, їх територіальних органів, державних колегіальних органів, органів виконавчої влади Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування (далі - органи державного нагляду (контролю)) в межах повноважень, передбачених законом, щодо виявлення та запобігання порушенням вимог законодавства суб'єктами господарювання та забезпечення інтересів суспільства, зокрема належної якості продукції, робіт та послуг, допустимого рівня небезпеки для населення, навколишнього природного середовища [27].

Цей контроль охоплює всі сторони підприємницької діяльності (дотримання стандартів, будівельних норм, охорони праці, безпеки перевезень, цін і ціноутворення, дотриманням конкурентного законодавства, контроль у сфері зовнішньоекономічної діяльності та ін.). Він спрямований на підвищення економічного стимулювання, раціональну і ощадливу витрату матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів, скорочення непродуктивних витрат і втрат суб'єктами підприємництва.

Виключно законами встановлюються:

- органи, уповноважені здійснювати державний нагляд (контроль) у сфері господарської діяльності;
- види господарської діяльності, які є предметом державного нагляду (контролю);
- повноваження органів державного нагляду (контролю) щодо зупинення виробництва (виготовлення) або реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг;
- вичерпний перелік підстав для зупинення господарської діяльності;
- спосіб та форми здійснення заходів здійснення державного нагляду (контролю);
- спосіб та форми здійснення заходів здійснення державного нагляду (контролю);

- санкції за порушення вимог законодавства і перелік порушень, які є підставою для видачі органом державного нагляду (контролю) припису, розпорядження або іншого розпорядчого документа [27].

Державний нагляд (контроль) здійснюється за місцем провадження господарської діяльності суб'єкта господарювання або його відокремлених підрозділів, або у приміщенні органу державного нагляду (контролю) у випадках, передбачених законом.

Перевірка суб'єкта господарювання органами державного нагляду (контролю) може здійснюватись виключно за умови включення підприємства до плану перевірок на відповідний календарний рік.

У разі якщо суб'єкт господарювання на відповідний плановий період включений до планів здійснення заходів державного нагляду (контролю) одночасно кількох органів державного нагляду (контролю), відповідні планові заходи здійснюються органами державного нагляду (контролю) комплексно - одночасно всіма органами державного нагляду (контролю), до планів здійснення заходів державного нагляду (контролю) яких включено суб'єкта господарювання.

Також, здійснення заходів державного нагляду (контролю) різними органами державного нагляду (контролю) з одного й того самого питання заборонено. Планові та позапланові заходи здійснюються в робочий час суб'єкта господарювання, встановлений його правилами внутрішнього трудового розпорядку. Під час та після здійснення державного нагляду (контролю) посадові особи органу державного нагляду (контролю) зобов'язані зберігати комерційну таємницю та конфіденційну інформацію суб'єкта господарювання.

Планові заходи державного нагляду (контролю) здійснюються органом державного нагляду (контролю) за діяльністю суб'єктів господарювання, яка віднесена:

- до високого ступеня ризику - не частіше одного разу на два роки;
- до середнього ступеня ризику - не частіше одного разу на три роки;
- до незначного ступеня ризику - не частіше одного разу на п'ять років [27].

Державна регуляторна служба України здійснює контроль за дотриманням законодавства щодо виконання функцій державного нагляду (контролю) за усіма сферами діяльності суб'єктів підприємництва.

Згаданий закон не лише визначає рамки для підприємців у їх діяльності, а й для органів державного нагляду (контролю). Він орієнтується на двосторонній зв'язок між суб'єктами бізнесу та державними органами і враховує інтереси обох. Наприклад, Державна регуляторна служба (ДРС) взаємодіє з бізнес-середовищем шляхом їх залучення до обговорення проблем впливу державних органів та бізнес, необхідної допомоги бізнесу з боку держави тощо.

Ось, для прикладу, у листопаді місяці 2017 року ДРС запровадила інтерактивне опитування підприємців, метою якого є оцінка перших результатів реформи системи державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності. Опитувальник включає окремі питання для оцінки рівня бюрократичного тиску з боку системи державного нагляду (контролю) на бізнес. Опитування проводиться Програмою USAID «Лідерство в економічному врядуванні» («ЛЕВ») спільно з Державною регуляторною службою України, воно є анонімним, всі відповіді обробляються і використовуються тільки в узагальненому вигляді.

При визначенні видів державного контролю за підприємницькою діяльністю в якості основи можна використовувати ч.3 ст.19 ГК України, де названо вісім сфер, у яких держава здійснює контроль і нагляд за господарською діяльністю суб'єктів господарювання.

Впродовж останніх років реформується та удосконалюється нормативно-правова основа здійснення державного нагляду (контролю) за підприємницькою діяльністю. Це стосується як матеріально-правових норм, що містять підстави здійснення такого контролю і визначають його форми і засоби, так і процесуально-правових норм, що регламентують процедуру здійснення такого контролю. Для підприємців це дуже важливо, оскільки різко скорочує підстави, кількість перевірок, механізм їх проведення та відповідні санкції за порушення норм ведення бізнесу.

В останні роки була прийнята значна кількість відомчих нормативно-правових актів, спрямованих на упорядкування державного нагляду (контролю) в окремих сферах підприємницької діяльності. Можна відзначити певні тенденції лібералізації державного нагляду (контролю) за підприємницькою діяльністю, що знаходять своє відображення в законодавстві.

Це стосується і правових гарантій прав і законних інтересів суб'єктів підприємництва. Зокрема, істотно скорочений перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, спрощена і скорочена в часі процедура одержання ліцензій, внесення в них змін, значно спрощена система державної реєстрації суб'єктів підприємництва, відмінені торгові патенти та ін.

Слід також вказати і на таку позитивну тенденцію, як передачу державою частини контрольних функцій професійним некомерційним об'єднанням підприємців у вигляді саморегульованих організацій, громадських рад тощо.

Законодавством також регламентуються права суб'єктів підприємництва у захисті своїх прав при здійсненні державного нагляду (контролю), здійсненні перевірок, прав підприємців при їх порушенні незаконними актами державних органів та ін.

У підсумку можемо відзначити, що діяльність державних органів як елемента організаційно-технічної ринкової інфраструктури за останні роки зазнала значної реформації на користь бізнесу, однак цього недостатньо для забезпечення розвитку малого і середнього бізнесу в таких умовах, у яких перебуває нинішня вітчизняна економіка.

3.3. Активізація фінансово-кредитної підтримки підприємництва як напрям розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу

Якими б успішними не були заходи і рішення щодо дерегуляції економіки, зменшення кількості перевірок суб'єктів підприємництва, допомоги державної влади на місцях, найгострішою проблемою для малого і середнього бізнесу є проблема пошуку та отримання фінансових ресурсів, необхідних для інвестування процесу господарювання. Про це свідчать результати опитувань

підприємців, які періодично проводяться як державними, так і недержавними інституціями.

Зрозуміло, що фінансові вкладення є ризиковими. Тому необхідність розвитку фінансової підсистеми ринкової інфраструктури в частині підтримки інноваційної діяльності малого і середнього бізнесу є особливо актуальною.

Серед потенційних інвесторів у розвиток малого бізнесу можна виділити органи державної влади, які можуть здійснювати пряме фінансування через Український та регіональні фонди підтримки підприємництва за рахунок бюджетних коштів, міжнародні фінансові структури, банківські установи, організації небанківського фінансового сектору (кредитні спілки, лізингові компанії та ін.).

На наш погляд, для здійснення ефективного державного регулювання розвитку малого підприємництва органам державної влади необхідно сконцентрувати свої зусилля на формуванні механізмів сприяння поліпшенню фінансового становища малих і середніх підприємств. Тут мова не йде про прямі інвестиції з державного чи місцевого бюджетів чи надання бюджетних дотацій. Мова йде про стимулювання суб'єктів ринкової інфраструктури (банків, лізингових компаній, венчурних фондів, кредитних спілок) до співпраці з малим бізнесом, а також удосконалення законодавства, яке регулює сферу надання фінансових послуг та форми співпраці малого та великого бізнесу.

Якщо підприємцям полегшити доступ до фінансових та матеріально-технічних ресурсів, то умови їх функціонування якісно зміняться і окремі цілі та завдання Державної програми підтримки малого підприємництва вирішаться самі собою. Підприємці дуже швидко знайдуть можливість «правильно прилаштувати» отримані в кредит чи іншим чином інвестиції для забезпечення власної економічної вигоди і, тим самим, збільшити свій вклад у формування бюджетів різних рівнів.

Тому варто провести аналіз стану кредитно-фінансових механізмів підтримки малого і середнього підприємництва та визначити напрямки

державної політики сприяння полегшенню доступу малих і середніх підприємств до фінансових ресурсів.

Вважаємо, що найважливішими для малих і середніх підприємств є банківське і небанківське кредитування малого підприємництва та лізингові операції. До цього переліку можна було б віднести і венчурне фінансування, але воно, на даному етапі розвитку досліджуваної нами сфери бізнесу, має дуже слабке відношення до неї, тому зупинятись на ньому ми не будемо.

Сьогодні поширеною є практика кредитування малого бізнесу великими банками. Але, зазвичай, таке кредитування відбувається в рамках спеціальних програм або кредитних ліній міжнародних фінансових організацій. Це не означає, що банки не кредитують малі підприємства за рахунок власних коштів, але, жодної окремої статистики за такими кредитами вони не ведуть, тому оцінити її складно.

Якщо мале підприємство хоче взяти кредит у банку, то, залежно від затребуваної суми кредиту, воно може піти двома різними процедурними шляхами. Основними відмінностями між процедурами надання великих і малих кредитів є:

- 1) процес ухвалення рішення про надання кредиту;
- 2) набір документів, які необхідно надати для отримання кредиту.

Рішення за кредитами на суму до 30 тис. доларів США ухвалює не кредитний комітет, а кредитна комісія, яка працює в меншому складі й набагато швидше. Термін ухвалення комісією рішення про видачу кредиту з урахуванням часу, необхідного для аналізу платоспроможності клієнта, – максимум чотири дні.

У деяких випадках мале підприємство, яке хоче отримати кредит, може обійтись без надання банкові бізнес-плану. Але в більшості випадків, зокрема для кредитування в рамках програм ЄБРР і Світового банку, це обов'язкова умова [37].

Основною вадою кредитування малого бізнесу банкіри називають тінізацію економіки і труднощі у «відстеженні» позичальників, які часто ведуть

подвійну бухгалтерію. Водночас кредитування малого бізнесу має низку незаперечних переваг: малий розмір кредитів за великої їхньої кількості дозволяє банкам диверсифікувати кредитні ризики.

Нині необхідним є створення ефективних діючих програм та державних інститутів зі сприяння розвитку малого бізнесу. Попри чималу проведену роботу з боку держави щодо спрощення процедури реєстрації та ліцензування малих підприємств, скорочення кількості контролюючих органів і перевірок, залишається гострою проблема удосконалення механізму фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва, зокрема шляхом прийняття закону «Про мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва спеціалізованими установами».

На сьогоднішній день поняття «мікрокредиту» або малого кредиту досі не визначене українським законодавством, хоча і банкіри, і Національний банк України неодноразово порушували це питання з метою спрощення схеми видачі «малих» кредитів.

Мікрокредитування, яке має використовуватись як стратегія економічного розвитку, тобто позики на суму меншу 25 тис. доларів США, спрямоване на фінансування і надання допомоги найдрібнішим підприємствам - мікропідприємствам. Ці програми стимулюють діяльність, спрямовану на одержання прибутку, допомагають підприємцям стабілізувати існуючі джерела прибутку і сприяють перетворенню мікропідприємств у малі підприємства.

Але мікрокредити можуть з успіхом закрити прогалини у фінансовому забезпеченні діяльності звичайних малих підприємств, які не «вписуються» у рамки мікропідприємств. Хоча сьогодні комерційні банки неохоче кредитують малі підприємства, мотивуючи це високими ризиками через фінансову нестабільність таких підприємств, невеликими розмірами заставного майна та іншим організаційно-економічними чинниками.

В такому випадку на допомогу приходять небанківські установи. Аналіз світового досвіду свідчить, що у загальних обсягах фінансування малих підприємств упродовж останніх кількох десятиків років переважають кредити,

які надаються кредитними спілками, кредитними кооперативами тощо. Сутність діяльності кредитних спілок нами охарактеризована у розділі 1 кваліфікаційної магістерської роботи. Зупиняйтесь на їх ролі у вирішенні проблем фінансування досліджуваного нами ТОВ «Муза» ми не будемо через неактуальність цього питання для підприємства.

Інша справа з лізинговими компаніями. Лізингові компанії в країнах з розвинутою ринковою економікою є одним із елементів ринкової інфраструктури, який забезпечує, перш за все, розвиток малого бізнесу. Але в Україні на сьогоднішній день все ще залишаються не розкритими величезні можливості для застосування лізингових операцій у сфері малого бізнесу. Для ТОВ «Муза» вельми актуальним є питання придбання у лізинг, наприклад, технологічного обладнання. Адже, навіть придбання фасувально-пакувальної лінії вартістю 174 тис. грн. на умовах лізингу, дало б змогу значно полегшити фінансовий тиск на мале підприємство в процесі реалізації ним інвестиційно-інноваційної політики.

Тому, вважаємо, що на сьогодні гостру потребу в інвестиціях вітчизняна економіка, в тому числі й мале підприємництво, може забезпечити шляхом використання потенціалу ринку фінансових послуг в цілому та безпосередньо лізингу. Лізинг у різних формах є альтернативою банківського кредитування. З податкової точки зору деякі види орендних та лізингових операцій звільнені від податку на додану вартість.

Використання лізингу дає змогу значно зменшити стартовий капітал для започаткування та розвитку бізнесу. Розширення лізингових операцій може стати рушійною силою розвитку малих та середніх підприємств. Лізинг активізує інвестування приватного капіталу у сферу виробництва, поліпшує фінансовий стан безпосередніх товаровиробників, а це підвищує конкурентоспроможність вітчизняного малого та середнього бізнесу.

Таким чином, розвиток фінансово-кредитних відносин як елемента інфраструктури малого і середнього бізнесу має базуватись на ринкових засадах, але з елементами державного регулювання. Розвиток такої

інфраструктури потребує часу і значних бюджетних витрат, але активізація за рахунок цього промислового виробництва сприятиме кратному зростанню рівня наповнення бюджету за рахунок підвищення ефективності функціонування виробничих підприємств.

Висновки до розділу 3. У цьому розділі ми, на основі характеристики стану і проблем малого і середнього бізнесу в Тернопільській області, елементів його ринкової інфраструктури, визначили напрямки і шляхи розвитку останньої, в тому числі за рахунок впливу органів державної влади на місцевому рівні та недержавних інституцій.

В області 99,96% усіх суб'єктів господарювання - це малі і середні підприємства. Найбільший відсоток з усіх елементів ринкової інфраструктури становить організаційно-технічна інфраструктура: 21% малих і 24,4% середніх підприємств області займаються оптовою та роздрібною торгівлею; 9,2% середніх підприємств - транспортними послугами і послугами складського господарства, поштового зв'язку та кур'єрською діяльністю. Разом з тим, елементи фінансово-кредитної інфраструктури розвинені дуже слабо, зокрема, аж 0,8% малих підприємств займаються фінансовою і страховою діяльністю.

Досить успішно прогресує такий елемент організаційно-технічної ринкової інфраструктури, як надання нефінансових послуг. Обсяг їх реалізації споживачам за перше півріччя 2016 року склав 1540 млн. грн.

На розвиток підприємництва неабиякий вплив має державна регуляторна політика, діяльність Головного управління Державної фіскальної служби в області як елемента організаційно-технічної ринкової інфраструктури, структури консалтингового бізнесу, Центру підтримки підприємництва, Тернопільської торгово-промислової палати та, Регіонального фонду підтримки підприємництва та ін.

Також нами охарактеризовані проблемні питання розвитку малого і середнього підприємництва, які знайшли своє відображення та напрямки вирішення Програмі розвитку малого і середнього підприємництва в

Тернопільській області на 2017–2018 роки, яка чітко визначає її мету, завдання та шляхи їх досягнення.

Практично майже усі із перелічених програмних завдань спрямовані на розвиток тих чи інших елементів ринкової інфраструктури. Тому вважаємо, що вирішення цих завдань і перелічених проблем розвитку малого і середнього бізнесу в регіоні повинно бути забезпечено шляхом: надання фінансово-кредитної підтримки малому і середньому підприємництву; удосконалення регулювання підприємницької діяльності на місцевому рівні завдяки здійсненню комплексу заходів щодо реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності; ресурсного та інформаційного забезпечення, формування інфраструктури підприємництва.

Варто наголосити на важливості в питаннях підтримки підприємництва ролі Тернопільської торгово-промислової палати, яка також у своїй діяльності керується засадами створення максимально комфортного середовища для функціонування малих і середніх підприємств. Кожне із перелічених завдань є актуальним і для ТОВ «Муза», яке на шляху свого розвитку потребує і нових партнерів в частині реалізації продукції, закупівлі сировини; якісної юридичної та іншої консультативної допомоги; допомоги в забезпеченні доступу підприємства до участі у регіональних та республіканських виставках-ярмарках; додаткових інвестицій для реалізації своєї інвестиційно-інноваційної і товарної політики.

Нами у цьому розділі зазначений перелік засобів регулюючого впливу держави на підприємницьку діяльність для ТОВ «Муза» актуальними є сертифікація і стандартизація, регулювання цін і тарифів, надання інвестиційних, податкових та інших пільг, надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій. Тобто підприємство потребує в найбільшій мірі економічної підтримки з боку держави для забезпечення своєї економічної стабільності.

Для досліджуваного нами підприємства «Муза» актуальним є тимчасове призупинення державного регулювання цін на соціально-важливі продукти

харчування, а також лібералізація підходу з боку держави до виконання нею функцій державного нагляду (контролю). Перевірка суб'єкта господарювання органами державного нагляду (контролю) може здійснюватись виключно за умови включення підприємства до плану перевірок на відповідний календарний рік. Впродовж останніх років реформується та удосконалюється нормативно-правова основа здійснення державного нагляду (контролю) за підприємницькою діяльністю. Для підприємців це дуже важливо, оскільки різко скорочує підстави, кількість перевірок, механізм їх проведення та відповідні санкції за порушення норм ведення бізнесу.

У підсумку можемо відзначити, що діяльність державних органів як елемента організаційно-технічної ринкової інфраструктури за останні роки зазнала значної реформації на користь бізнесу, однак цього недостатньо для забезпечення розвитку малого і середнього бізнесу в таких умовах, у яких перебуває нинішня вітчизняна економіка

Серед потенційних інвесторів у розвиток малого бізнесу можна виділити органи державної влади, які можуть здійснювати пряме фінансування через Український та регіональні фонди підтримки підприємництва за рахунок бюджетних коштів, міжнародні фінансові структури, банківські установи, організації небанківського фінансового сектору (кредитні спілки, лізингові компанії та ін.).

Вважаємо, що найважливішими для малих і середніх підприємств є банківське і небанківське кредитування малого підприємництва та лізингові операції. Сьогодні комерційні банки неохоче кредитують малі підприємства, в такому випадку на допомогу приходять небанківські установи.

ТОВ «Муза» вельми актуальним є питання придбання у лізинг, наприклад, технологічного обладнання. Адже, навіть придбання фасувально-пакувальної лінії вартістю 174 тис. грн. на умовах лізингу, дало б змогу значно полегшити фінансовий тиск на мале підприємство в процесі реалізації ним інвестиційно-інноваційної політики.

Таким чином, розвиток фінансово-кредитних відносин як елемента ринкової інфраструктури малого і середнього бізнесу має базуватись на ринкових засадах, але з елементами державного регулювання.

ВИСНОВКИ

Розвиток ринкової інфраструктури має безпосередній вплив на розвиток малого і середнього підприємництва в Україні. Тому нами при написанні кваліфікаційної магістерської роботи у вступі обґрунтована актуальність теми дослідження, визначені її мета, завдання, практична цінність, об'єкт і предмет дослідження.

У розділі 1 роботи ми розглянули питання сутності ринкової інфраструктури та її ролі у розвитку малого і середнього бізнесу, оскільки досліджуване нами підприємство - ТОВ «Муза» належить саме до цієї сфери.

Нині не існує єдиної точки зору на сутність ринкової інфраструктури. Тому, підсумовуючи різні її трактування, ми констатували, що ринкова інфраструктура є сукупністю особливих інститутів, які виконують функції надання спеціалізованих послуг суб'єктам господарювання з метою створення для них нормальних умов для функціонування, найкращої реалізації їх інтересів та подальшої інтеграції у єдину економічну макросистему.

Також ми охарактеризували концепції ринкової інфраструктури, які ґрунтуються на різних підходах до трактування цього терміну: накладних витрат, інституційна, розподільна, маркетингова, логістична (рис. 1.1).

У розділі знайшли відображення характеристика ознак ринкової інфраструктури, її функцій та рівнів (мікро-, мезо- та макрорівень).

Оскільки найбільш зрозумілою є класифікація елементів ринкової інфраструктур за виконуваними ними функціями, то ми продемонстрували її поділ на такі групи елементів за функціональною ознакою: інформаційно-аналітична, фінансово-кредитна та організаційно-технічна ринкова інфраструктура.

Зміст розділу розкриває основні відмінності кожної з груп та їх вплив на розвиток малого і середнього бізнесу. Елементи інформаційно-аналітичної інфраструктури впливають на розвиток виробничих малих підприємств в частині надання їм консалтингових та аудиторських послуг, а також юридичної допомоги з метою забезпечення правового захисту їх інтересів в різних інстанціях.

На даний час вони використовуються у виробничо-господарській діяльності малих підприємств не в повному обсязі, але їх значення і важливість зростає із ускладненням умов ринкового середовища та розширенням функцій самих підприємств-виробників (вихід на зовнішній ринок, придбання ліцензій).

Елементами фінансово-кредитної ринкової інфраструктури, які в найбільшій мірі впливають на виробничі підприємства малого бізнесу, є комерційні банки (інвестиційні, інноваційні та іпотечні), страхові компанії (в частині страхування нерухомого і рухомого майна, товарів в дорозі), а також інвестиційні фонди як суб'єкти «групового» інвестування для вирішення малими підприємствами своїх виробничо-господарських і фінансових проблем, лізингові компанії як суб'єкти надання в лізинг обладнання, приладів, транспортних засобів. Такі структури значно розширюють фінансові можливості малих підприємств, убезпечують їх від певних видів ризиків.

Серед суб'єктів організаційно-технічної інфраструктури найбільший вплив на малий і середній бізнес мають торгово-промислові палати, ярмарково-виставкова діяльність, оптова і роздрібна торгівля, асоціації та інші добровільні громадські об'єднання підприємців, а також державні органи зі спеціальними функціями (фіскальними, регуляторними, контролюючими та ін.). Кожен із цих елементів має свій вплив на підприємства залежно від напрямку і масштабів їх діяльності. Вплив інших елементів організаційно-технічної інфраструктури ринку (товарних бірж, торгово-промислових палат) на виробничі малі підприємства є значно слабшим.

Для виробничих малих підприємств, особливо з таким профілем діяльності, як ТОВ «Муза», роздрібна торгівля є чи не найважливішим

елементом ринкової інфраструктури, оскільки без її розвитку неможливе функціонування хлібопекарного бізнесу взагалі.

Також у розділі ми розглянули етапи розвитку ринкової інфраструктури саме для малого і середнього бізнесу, чітко означивши особливості останнього в Україні та завдання елементів ринкової інфраструктури, пов'язані з цими особливостями.

Також малі і середні підприємства зіштовхуються з проблемами виробничого характеру, труднощами в реалізації продукції, просуванні її на ринок, формуванні відповідної клієнтської бази. Незначні масштаби господарської діяльності не дозволяють багатьом малим підприємствам залучити до праці висококваліфікованих фахівців.

Усе це підтверджує необхідність подальшого розвитку інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні з точки зору задоволення потреб суб'єктів саме цієї сфери підприємництва в отриманні всебічної допомоги і підтримки з боку різних елементів ринкової інфраструктури, в тому числі державних інституцій.

Вирішенню ряду завдань і проблем малого та середнього бізнесу на певних етапах його розвитку сприяли ряд закордонних та міжнародних інституцій. Якби не їх допомога, то ми б і до цього часу не мали організацій інфраструктури, які б спеціалізувалися на послугах саме малим підприємствам. Така допомога дала можливість побудувати підвалини ринкової інфраструктури для сфери малого і середнього бізнесу в Україні.

Нами охарактеризовані нинішні проблеми розвитку інфраструктури малого і середнього підприємництва, які можна вирішити шляхом зміни підходів до розуміння можливостей та інструментів сприяння малому і середньому бізнесу, особливо з боку держави.

У розділі 2 ми дослідили основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Муза», його внутрішню організаційну побудову, зокрема, структуру управління підприємством (рис.2.1) та функції кожного її елемента.

Чисельність працівників у 2016 році налічувала 22 особи, обсяг випуску продукції майже 3 млн. грн., рентабельність продукції 26,9%.

Досліджуване нами підприємство з кожним роком нарощує обсяги виробництва і досить успішно конкурує на місцевому ринку хлібопекарів. Найближчими конкурентами пекарні є підприємства м.Тернополя і Тернопільського району, а саме ТОВ «Хлібодар плюс», ТОВ «Ларс», ПП «Дарт», ПП «Моноліт», СПД ФО Литвин М.І., СПД ФО Хіта М.А., ПП «Шумський хліб». Усі вони належать до невеликих товаровиробників.

Разом з тим суттєвий конкурентний тиск чинять великі виробники: ТОВ «Тернопільхлібпром», ТОВ «Надзбруччя-хліб», ТОВ «Микулинецький хлібозавод», ПП «Бекерай», ТОВ «Агробізнес» та ін.

Сегментацію ринку хліба та хлібобулочних виробів м.Тернополя наведено на рис.2.3. Частка ТОВ «Муза» у виробництві і реалізації хліба і хлібобулочних виробів регіону становить 3%.

Конкурентними перевагами пекарні ТОВ «Муза» є те, що при невеликих розмірах підприємства прас-лист пекарні налічує 37 асортиментних позицій (15 видів хліба і 22 види хлібобулочних виробів).

Однак, продукція підприємства слабо представлена у мережевих торговельних закладах міста і області, зокрема, «Сільпо», «NOVUS», «Фуршет», «АТБ» та ін. Тому пекарні необхідно удосконалювати комунікативну політику для розвинути цього напрямку просування хліба і хлібобулочних виробів на ринку.

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що ринок хліба та хлібобулочних виробів Тернопільського регіону є стабільним, насиченим конкурентоспроможною продукцією від різних виробників. Однак, державним органам управління необхідно звернути увагу на проблему «тіньового» випуску хліба і хлібобулочних виробів.

Для ефективного функціонування на ринку хліба і хлібобулочних виробів хлібопекарським підприємствам, окрім внутрішніх чинників (оновлення обладнання, удосконалення цінової політики, розширення асортименту та ін.),

необхідно використовувати елементи усіх трьох функціональних груп ринкової інфраструктури, про що йтиметься далі.

В процесі дослідження ринку хліба у м.Тернополя нами проведене опитування покупців магазину «Молодіжний», який знаходиться за адресою вул.15Квітня,15а. Основні запитання до респондентів стосувались того, яким сортам хліба вони надають перевагу, яким виробникам, критерії вибору хліба, час на вибір та ін. Купівля хліба характеризується низьким ступенем залученості споживачів, вибір хліба відбувається за незначним числом критеріїв, зокрема: свіжість хліба та смакові переваги споживачів. У нашому дослідженні лише 34 людини із 133 порівнювали хліб, дивилися упаковку, причому 89% із них – жінки.

Тому базовими складовими конкурентоспроможності підприємства з виробництва і продажу хліба та хлібобулочних виробів є широкий асортимент продукції, якість товару, доступна ціна.

Також в нагоді може стати використання засобів просування своєї продукції на ринок, зокрема, реклами. Маркетингова комунікативна політика в даний час на підприємстві не виділена як окремий напрямок управління продажами, але ми вважаємо, що для збереження і нарощування своєї частки на ринку підприємство повинно активно використовувати усі прийнятні засоби реклами (наприклад, фірмові пакети з логотипом товариства), а також подбати про виведення на ринок нових видів продукції (булки, круасани, крафіни, слойки та ін.). Не варто нехтувати прийомами мерчандайзингу, які б допомагали покупцям швидко знаходити серед аналогічної продукції в торговельній мережі продукцію саме цього підприємства.

Ресурси ТОВ «Муза» складаються із персоналу, основних фондів, оборотних фондів і оборотних коштів, фінансових ресурсів. Показники їх використання детально охарактеризовані нами у цьому розділі.

Також для забезпечення ефектної роботи підприємства необхідним є не лише ефективне використання наявних внутрішніх його ресурсів, але й цілеспрямована інноваційно-інвестиційна політика. Інвестиційно-інноваційна

політика ТОВ «Муза» розглядається як напрями єдиного процесу, у якому технічний розвиток виступає визначальним та безпосереднім чинником зростання ефективності виробництва і визначає основу розвитку підприємства. Так, закупка нового обладнання для виготовлення круасанів, крафінів, слойок безпосередньо впливає на зміну асортименту продукції підприємства і на зміну структури ринку збуту готової продукції.

Інноваційним рішенням міні-пекарні ТОВ «Муза» може бути придбання універсальної лінії *VIPE* для фасування продукції за ціною 174 тис. грн. Вона дозволить фасувати і пакувати у поліетиленові пакети з яскравим малюнком і логотипом «Міні-пекарня ТОВ «Муза» не тільки хліб, а й хлібобулочну продукцію. Це дозволить підприємству значно розширити асортимент. Крім того, лінія є ще й досить легкою в експлуатації. Нами проведені необхідні розрахунки і доведено, що економічна ефективність придбання і експлуатації фасувальної лінії становитиме 200 тис. грн.

Однак, таку лінію підприємству доцільно було б придбати у лізинг, якби знайшлися підприємства - виробники аналогічного обладнання, готові надавати таку послугу малим підприємствам у галузі хлібопекарського виробництва. Такий елемент інфраструктури для конкретного підприємства наразі недоступний.

Тому розвиток ринкової інфраструктури для підприємств малого бізнесу - це виробнича необхідність і умова їх успішності на ринку.

У розділі 3 роботи ми, на основі характеристики стану і проблем малого і середнього бізнесу в Тернопільській області, елементів його ринкової інфраструктури, визначили напрямки і шляхи розвитку останньої, в тому числі за рахунок впливу органів державної влади на місцевому рівні та недержавних інституцій.

В області 99,96% усіх суб'єктів господарювання - це малі і середні підприємства. Найбільший відсоток з усіх елементів ринкової інфраструктури становить організаційно-технічна інфраструктура: 21% малих і 24,4% середніх підприємств області займаються оптовою та роздрібною торгівлею; 9,2%

середніх підприємств - транспортними послугами і послугами складського господарства, поштового зв'язку та кур'єрською діяльністю. Разом з тим, елементи фінансово-кредитної інфраструктури розвинені дуже слабо, зокрема, аж 0,8% малих підприємств займаються фінансовою і страховою діяльністю.

Досить успішно прогресує такий елемент організаційно-технічної ринкової інфраструктури, як надання нефінансових послуг. Обсяг їх реалізації споживачам за перше півріччя 2016 року склав 1540 млн. грн.

На розвиток підприємництва неабиякий вплив має державна регуляторна політика, діяльність Головного управління Державної фіскальної служби в області як елемента організаційно-технічної ринкової інфраструктури, структури консалтингового бізнесу, Центру підтримки підприємництва, Тернопільської торгово-промислової палати та, Регіонального фонду підтримки підприємництва та ін.

Також нами охарактеризовані проблемні питання розвитку малого і середнього підприємництва, які знайшли своє відображення та напрямки вирішення Програмі розвитку малого і середнього підприємництва в Тернопільській області на 2017–2018 роки, яка чітко визначає її мету, завдання та шляхи їх досягнення.

Практично майже усі із перелічених програмних завдань спрямовані на розвиток тих чи інших елементів ринкової інфраструктури. Тому вважаємо, що вирішення цих завдань і перелічених проблем розвитку малого і середнього бізнесу в регіоні повинно бути забезпечено шляхом: надання фінансово-кредитної підтримки малому і середньому підприємству; удосконалення регулювання підприємницької діяльності на місцевому рівні завдяки здійсненню комплексу заходів щодо реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності; ресурсного та інформаційного забезпечення, формування інфраструктури підприємництва.

Варто наголосити на важливості в питаннях підтримки підприємництва ролі Тернопільської торгово-промислової палати, яка також у своїй діяльності керується засадами створення максимально комфортного середовища для

функціонування малих і середніх підприємств. Кожне із перелічених завдань є актуальним і для ТОВ «Муза», яке на шляху свого розвитку потребує і нових партнерів в частині реалізації продукції, закупівлі сировини; якісної юридичної та іншої консультативної допомоги; допомоги в забезпеченні доступу підприємства до участі у регіональних та республіканських виставках-ярмарках; додаткових інвестицій для реалізації своєї інвестиційно-інноваційної і товарної політики.

Нами у цьому розділі зазначений перелік засобів регулюючого впливу держави на підприємницьку діяльність для ТОВ «Муза» актуальними є сертифікація і стандартизація, регулювання цін і тарифів, надання інвестиційних, податкових та інших пільг, надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій. Тобто підприємство потребує в найбільшій мірі економічної підтримки з боку держави для забезпечення своєї економічної стабільності.

Для досліджуваного нами підприємства «Муза» актуальним є тимчасове призупинення державного регулювання цін на соціально-важливі продукти харчування, а також лібералізація підходу з боку держави до виконання нею функцій державного нагляду (контролю). Перевірка суб'єкта господарювання органами державного нагляду (контролю) може здійснюватись виключно за умови включення підприємства до плану перевірок на відповідний календарний рік. Впродовж останніх років реформується та удосконалюється нормативно-правова основа здійснення державного нагляду (контролю) за підприємницькою діяльністю. Для підприємців це дуже важливо, оскільки різко скорочує підстави, кількість перевірок, механізм їх проведення та відповідні санкції за порушення норм ведення бізнесу.

У підсумку можемо відзначити, що діяльність державних органів як елемента організаційно-технічної ринкової інфраструктури за останні роки зазнала значної реформації на користь бізнесу, однак цього недостатньо для забезпечення розвитку малого і середнього бізнесу в таких умовах, у яких перебуває нинішня вітчизняна економіка

Серед потенційних інвесторів у розвиток малого бізнесу можна виділити органи державної влади, які можуть здійснювати пряме фінансування через Український та регіональні фонди підтримки підприємництва за рахунок бюджетних коштів, міжнародні фінансові структури, банківські установи, організації небанківського фінансового сектору (кредитні спілки, лізингові компанії та ін.).

Вважаємо, що найважливішими для малих і середніх підприємств є банківське і небанківське кредитування малого підприємництва та лізингові операції. Сьогодні комерційні банки неохоче кредитують малі підприємства, в такому випадку на допомогу приходять небанківські установи.

ТОВ «Муза» вельми актуальним є питання придбання у лізинг, наприклад, технологічного обладнання. Адже, навіть придбання фасувально-пакувальної лінії вартістю 174 тис. грн. на умовах лізингу, дало б змогу значно полегшити фінансовий тиск на мале підприємство в процесі реалізації ним інвестиційно-інноваційної політики.

Таким чином, розвиток фінансово-кредитних відносин як елемента ринкової інфраструктури малого і середнього бізнесу має базуватись на ринкових засадах, але з елементами державного регулювання.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ПЕРШОДЖЕРЕЛ

1. Аналітична доповідь до щорічного послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України в 2017 році»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/public/File/book_2017/Poslanya_druk_fin.pdf
2. Бабак Ю.Н. Повышение роли лизинга в техническом обеспечении сельскохозяйственных предприятий / Ю.Н. Бабак // Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету / За ред. В.Г. Ткаченко. – Луганск: Елтон-2. –2008. – № 85. – С. 179–186.
3. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю.Балабан. – Харків: Світ книг, 2015. - 452 с.
4. Батуріна М. Ринок: сутність, основні поняття і структура / М.Батуріна, В.Луков. – К., 2005.–384 с.
5. Башнянин Г.І. Політична економія / Г.І.Башнянин, П.Ю.Лазур. – К.: Ніка Центр – Ельга, 2000. – 452 с.
6. Бойчик І.М. Ринкова інфраструктура: сутність та характеристика / І.М.Бойчик // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3[20]. – С. 34–41.
7. Бойчик І.М. Функціональні елементи ринкової інфраструктури та їх вплив на діяльність виробничих підприємств / І.М.Бойчик // Інноваційна економіка. – 2013. – № 8 [46]. – С. 25-32.
8. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник / І.М.Бойчик. – К.: Кондор–Видавництво, 2016. – 378 с.
9. Бойчик І.М. Українське підприємництво: історичний екскурс і сьогодення / І.М. Бойчик, О.П. Вашків // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сектори економіки в процесі реалізації державної регіональної політики». – Тернопіль-Збараж, 26-27 жовтня 2017 р. – С. 173–176.
10. Бойчук Р.М. Формування інфраструктури інноваційного забезпечення розвитку малого бізнесу / Р.М.Бойчук, Б.В.Гречаник: [Електронний

- ресурс]. - Режим доступу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file>
- Бланк И.А. Торговый менеджмент: Учебник / И.А.Бланк. - К.: Эльга, Ника-Центр, 2006. – 782 с.
11. Будько О. Облікова політика як інструмент впливу на фінансові результати підприємства // Економічний аналіз. – 2012. – Випуск 5. – с.232 – 235.
 12. Буряковський В.В. Фінанси підприємств: навч. посіб. / В.В.Буряковський, В.Я.Кармазин, С.В.Каламбет. – Дніпропетровськ: Пороги, 2012. – 246 с.
 13. Вашків О. П. Рейдерство як інституційна пастка: механізм утворення та поширення / О. П. Вашків // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. – Випуск 19. – Ч. 1. – Херсон, 2016. – С. 9–11.
 14. Вашків О. П. Галузеві структурні трансформації в Україні у контексті постіндустріального економічного розвитку [Електронний ресурс] / О. П. Вашків // Глобальні та національні проблеми економіки : Електронне наукове фахове видання. – Миколаїв : МНУ ім. В. Сухомлинського. – 2017. – № 16. – С. 127–132. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/27.pdf>.
 15. Вашків О. П. Структурна складова постіндустріальних змін національної економіки України / О. П. Вашків // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки” (м. Львів, 18–19 травня 2017 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. – С. 77–78.
 16. Вашків О. П. Інституційна структура підприємства та базові економічні інститути / О. П. Вашків // Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів : монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. В. І. Гринчуцького. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С. 321–332.
 17. Вашків О. П. Засадничі принципи інституційного проектування на підприємстві / О. П. Вашків // Сучасні тенденції розвитку економічних

- систем : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. В.І. Гринчуцького. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – С. 213–222.
18. Виноградова С.Н. Организация и технология торговли / С.Н.Виноградова О.В.Пигунова и др. – М.: Высшая школа. 2012. – 460 с.
 19. Вовчак О.Д. Страхування: навч. посіб. / О.Д.Вовчак. - Л.: Новий Світ-2000, 2004. - 480 с.
 20. Ганущак-Єфіменко Л.М. Інноваційний розвиток підприємництва в Україні: стратегічні орієнтири: монографія / Л.М.Ганущак-Єфіменко. – К.: Національна академія управління, 2014. – 397 с.
 21. Гой І.В. Підприємництво: навч. посіб. / І.В.Гой, Т.П.Смелянська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.
 22. Голошубова Н. Актуальні питання розвитку бізнесу для людини / Н.Голошубова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – № 2. – С.43–54.
 23. Голошубова Н.О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами в Україні / Н.О.Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С.16–28.
 24. Господарський кодекс України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-153>
 25. Гриценко А. Ринкова інфраструктура: суть, функції, будова / А.Гриценко, В.Соболев // Економіка України. –1998. – №4. – С.35–44.
 26. Гриценко Л.Л. Проблеми розвитку фондового ринку України в умовах фінансової глобалізації / Л.Л.Гриценко, В.В.Роєнко // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 2. – С. 45–51.
 27. Державний комітет статистики України. Виробництво основних видів промислової продукції за 2014-2016 рр. Хліб та хлібобулочні вироби, нетривалого зберігання: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
 28. Економічна теорія: навч. посіб. / За ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука; 4-е вид., перероб. та доп. – К.: ННЦ ІАЕ, 2014. – 560 с.

29. Єлісеєнко О.В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України / О.В.Єлісеєнко, Г.С.Скобелєва // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 4. – С.9–12.
30. Єрмакович С. Державна підтримка малого бізнесу в Україні / С.Єрмакович // Проблеми кредитування малого та середнього бізнесу в Україні. – 2010. – № 4. – С. 25–37.
31. Закон України «Про аудиторську діяльність»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 1
32. Закон України «Про банки і банківську діяльність»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
33. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/877-16>
34. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>
35. Закон України «Про Національний банк України»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/679-14>
36. Закон України «Про цінні папери і фондову біржу»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ru/about-rating/106/9326/>
37. Закон України «Про кредитні спілки»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2908-14>
38. Закон України «Про товарну біржу»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1956-12>
39. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2157-14.

40. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/671/97-%D0%B2%D1%80>
41. Інформаційні і консультативні послуги для малого бізнесу (довідник). – К.: Центр «Венчур», 1998. – 30 с.
42. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / За ред. д-ра екон. наук, проф. І.В.Сороки. – К.: НМЦВО МВОІН України, НВФ «Студцентр», 2002. – 608 с.
43. Коваленко М.Є. Концепція інфраструктури у фінансовому секторі економіки / М.Є.Коваленко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/1289/1/16.34.pdf>
44. Клапків М.С. Витоки національного страхового ринку України: монографія / М.С.Клапків, Ю.М.Клапків. – Тернопіль: Карт–бланш, 2003. – 275 с.
45. Корнійчук А. Аналіз стану та перспектив розвитку підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області [Електронний ресурс] / А. Корнійчук // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 67-74. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13kaahzo.pdf>
46. Криковцев О.О. Інтегровані маркетингові методи формування пропонування продуктів харчування / О.О.Криковцев // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 2, № 6. – С.66–68.
47. Лондар С.Л. Фінанси: навч. посіб. / С.Л.Лондар, О.В.Тимошенко. – Вінниця: Нова Книга, 2009. – 384 с.
48. Малий бізнес України. Підприємці здатні відродити країну. – К.: Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання», 1997. – 144 с.

49. Мельник Т.М. Іллегалізація сфери зовнішньої торгівлі товарами в Україні / Т.М.Мельник, Т.Л.Вишинська // Економічний часопис ХХІ ст. – 2014. – № 7–8 (1). – С.44–47.
50. Новоселов А.С. Рыночная инфраструктура региона: Проблемы формирования и развития / А.С.Новоселов // РАН. Сиб. отделение ИЭиОПП. – Новосибирск, ЭКОР, 1996. – 288с.
51. Ольвінська Ю.О. Розвиток інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні / Ю.О.Ольвінська, О.В.Самотоєнкова //
52. Онищук Я. Фінансове забезпечення діяльності малого та середнього бізнесу/ Я.Онищук // Фінанси України. – 2003. – № 7. – С.51–59.
53. Осипова Л. В. Основы коммерческой деятельности: учеб. для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Л.В.Осипова, И.М.Синяева. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2000. – 623 с.
54. Пересада А.А. Інвестиційне кредитування: навч. посіб. / А.А. Пересада, Т.В. Майорова. – К.: КНЕУ, 2002. –271с.
55. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / А.М.Поддєрьогін, М.Д.Білик, Л.Д. Буряк. – К.: КНЕУ, 2007– 546 с.
56. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / О.В.Прокопенко, В.Ю.Школа, О.О.Дегтяренко, С.М.Махнуша. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
57. Рекуненко І.І. Роль і місце інфраструктури ринку в ринковій економіці / І.І. Рекуненко, Р.В.Коробка // Вісник Української академії банківської справи. – 2011. – № 2. – С. 20 –24.
58. Рекуненко І.І. Інфраструктура ринку: елементи та значення в ринковій економіці / І.І. Рекуненко. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/
59. Скопенко Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики // Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – № 684. – С. 66–71. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18779/1/15-66-71.pdf>

60. Скоринська І.Г. Аспекти стратегічного розвитку / І.Г.Скоринська, О.В.Хохлова.// Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2011. – №4. – С. 166-168. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VSU_ekon_2011_4_24.pdf
61. Собко О. М. Вдосконалення методики оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу промислового підприємства / О. Собко, Г.Василевська, Т. Пушкар. // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. – 2007. – Випуск 21. – С. 152 – 162.
62. Собко О. М. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства : моногр. / О. М. Собко. – Тернопіль : Економічна думка, 2016. – 444 с.
63. Собко О. М. Перспективи входження вітчизняної молочної індустрії на ринок ЄС шляхом посилення конкурентоспроможності бренду / О. М. Собко, І. М. Бойчик // Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 6, ч. 3. – С. 42–49. – Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство».
64. Собко О. М. Економічна діагностика впливу інноваційного інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства / О. М. Собко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 2 (13). – С. 303–313. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2015/15somkvp.pdf>
65. Солошонок А.Л. Хлібопекарська галузь в Україні: реалії та перспективи розвитку/ А.Л.Солошонок, О.М. Полонська// Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2014. – № 25. – 78-91. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pav_2014_25_15.pdf
66. Смолюх Т.І. Вплив елементів інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури на підприємництво / Т.І.Смолюх// Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств: VIII Міжнародна науково-практична Інтернет – конференція студентів, аспірантів та молодих вчених: тези доповідей, Дніпро, 23

- березня 2017 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – С.184 – 185.
67. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року: [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.me.gov.ua/Documents/Download?id=153cbc70-9f02-48bd-b1f8
68. Сучасна економіка: навч. посіб./ П.С.Єщенко, Ю.В.Палкін. – К.: Вища школа, 2005. – 325 с.
69. Титаренко Л.Д. Теоретичні основи товарознавства: навч. посіб. / Л.Д.Титаренко. – Дніпропетровськ: Видавництво ДУЕП, 2003. – 224 с.
70. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: навч. посіб. / О.С.Філімоненков. – К.: Кондор, 2012. – 400 с.
71. Хвищун Н.В. Логістичні складові підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. В. Хвищун // Логістика: теорія та практика. – 2011. – №1. – С. 126–134.
72. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / З.Є.Шершньова. – К.: КНЕУ, 2007. – 680 с.
73. Шубіна О.О. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади / О.О.Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 379 с.
74. Ясенецький В.С. Передумови державного втручання в роботу ринкової інфраструктури / В.С.Ясенецький // Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво. – 2012. – №5(68). – С. 77 – 81.
75. Річні звіти ТОВ «Муза» за 2014–2016 роки.
76. <http://ukrstat.gov.ua>.
77. <http://www.te.ukrstat.gov.ua/>
78. http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/882/program_ms2017_2018.pdf
79. <http://uk.wikipedia.org/wiki/>