

вания как руководителем предприятия так и государством. Все отрасли не могут быть лидирующими, однако все могут приносить прибыль. Прибыль, как основной критерий успешности функционирования предприятия, должна быть спланирована, а убыточность predeterminedена руководящим звеном обязательно в начале отчетного периода. Только при таких условиях количество прибыльных предприятий в регионе и в стране в целом будет постоянно расти.

### Источники и литература

1. Экономика предприятия./ Под ред. А.И.Ильина.-2-е изд.-М. 2004.-С.602-607.
2. Ищенко Е. Прибыль как критерий эффективности функционирования предприятия.//Экономист. -2005.- №8.-С.90-92.
3. КривицькаО.Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку.// Фінанси України.-2005р.-С.138-146.
4. Финансовые результаты предприятий и организаций АРК за 2005год// Госкомстат Украины . Главное управление статистики в АРК.-г.Симферополь.-2005г.-С.12-24.

### Журавская О.С.

### РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Постановка проблемы. Малое предпринимательство является неотъемлемой составляющей мировой рыночной хозяйственной системы как самая массовая, динамичная, гибкая форма деловой жизни. На его долю приходится не менее 50% занятых в общем количестве работающих и в ВВП.

Данная тема очень актуальна в наше время, поскольку Украина находится в период становления рыночной экономики, неотъемлемой частью которой является предпринимательская деятельность

Цель статьи. Показать состояние малого предпринимательства на современном финансово-экономическом рынке Украины. Определить главные предпосылки усиления роли малого предпринимательства. Поэтому анализ деятельности малых предприятий, выявление особенностей их функционирования, факторов, возможностей и перспектив, а также механизмы финансовой поддержки имеют исключительно важное значение.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам малого предпринимательства посвящены многие публикации. Анализ работ украинских и русских ученых - И. Р. Михасюка, В.Е. Сахарова, С. В. Мочерного, М. И.Савлука, В.И. Шпака, Д.В. Ляпина, А.М. Азраеляна - свидетельствует об активном исследовании основных вопросов поддержки и финансирование предприятий малого и среднего бизнеса в Украине. Опыт промышленно развитых стран, таких как США, Италия, Япония, Великобритания, Германия, Франция, экономике которых принадлежит значительное, а за рядом показателей и ведущее место в мире, иллюстрируют важную роль малого и среднего бизнеса. На долю последнего в этих странах приходится до 90-95% всех предприятий, 50-60% производства валового национального продукта, он выступает работодателем для более чем 50% трудоспособного населения. [3]

Основной материал. В новом Хозяйственном кодексе, введенном в действие с 1 января 2004 г., к малым предприятиям отнесены фирмы, имеющие менее 50 наемных работников, а к крупным - компании, где занято более 1000 работников, поэтому можно предположить, что все фирмы, в которых количество работающих более 50, но менее 1000, являются средними.

По официальной статистике, в Украине насчитывается 250 тысяч малых предприятий, на которых работает почти 2 миллиона человек. Однако только три четверти малых предприятий реально вырабатывают продукцию. Вместе с тем, даже такие параметры развития малого предпринимательства, по словам Президента Украины, «еще не отвечают возможностям и нуждам украинской экономики», поскольку на 1 октября 2002 г. на 10 тысяч жителей Украины приходилось всего 48 малых предприятий. Что касается объемов, показатели довольно скромные: малый и средний бизнес приносит в «копилку» украинского ВВП только 9% доходов.[3]

Еще не созданы экономические предпосылки для того, чтобы малый бизнес стал движущей силой инновационного развития, активатором структурной перестройки экономики, гарантией ее роста.

Национальная и региональные программы не стали организующим звеном наиболее полного использования имеющегося производственного, научно-технического и трудового потенциала малых предприятий. Около 40% малых предприятий имели от основной деятельности в 2003 г. отрицательный финансовый результат (37,2% - по Украине).[1]

Но все же сегодня существует объективная необходимость развития малого предпринимательства, что объясняется теми радикальными переменами, которые происходят в обществе. Определим главные предпосылки усиления роли малого предпринимательства:

- 1) переход общества к эпохе экономического роста, который базируется на достижениях НТП;
- 2) обострение внутриотраслевой и внешней конкуренции;
- 3) насыщение рынка стандартизированной продукцией массового спроса, удовлетворяющей базовые потребности, и открытие ниш специфических, не удовлетворенных до сих пор потребностей;
- 4) формирование нового управленческого мышления на принципах преодоления бюрократизации, повышения гибкости и демократичности управления;
- 5) изменения в психологическом настрое людей (стремление к экспериментам, риску, пробуждение инициативы). [2]

Среди ученых, предпринимателей, специалистов органов исполнительной власти нет единого мнения отно-

сительно наиболее эффективной реализации факторов организационного, морального, социального, экономического и правового характера. Не завершено структурирование субъектов малого предпринимательства, в этом вопросе также нет единого мнения, а потому отсутствуют соответствующие нормативно-правовые акты.

Существуют разные подходы к оценке эффективности работы малого предпринимательства, функционирующих в условиях упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности. Малое предпринимательство (с макроэкономических позиций) должно представлять собой совокупность малых и средних предприятий как объект регулирования и стимулирования их деятельности для обеспечения экономического роста в стране.

Большинство европейских стран устанавливают предельное число средних предприятий с количеством до 250 наемных работников. Целесообразность такого числа средних предприятий подтверждается выполненным анализом, который, показывает, что малое предпринимательство и средние предприятия достигли достаточного близких результатов, причем к средним предприятиям отнесены только предприятия со среднегодовым количеством от 51 до 250 наемных работников. Так, влияние ряда показателей на общие показатели предприятий Украины, занимающихся предпринимательской деятельностью, составило по доле среднегодового количества наемных работников малое предприятие - 20,9%, среднее предприятие - 24,8%; производству продукции (работ, услуг) малое предприятие - 7,7%, среднее предприятие - 17,1%.

На долю малого предпринимательства и средних предприятий приходится 24,8% объема производства продукции (работ, услуг), 45,7% общего количества наемных работников предприятий - субъектов предпринимательской деятельности. Научный анализ показал, что эффективность малого предпринимательства Украины (в сопоставимой оценке) значительно ближе к среднемировому уровню.

На сегодняшний день своевременно было бы перейти к промышленной политике интеграции предприятий малого и среднего бизнеса (опыт США), законодательно определить статус средних предприятий, распространить положения Закона Украины "О государственной поддержке малого предпринимательства" от 19 октября 2000 г. № 2063-III на средние предприятия и малое предпринимательство по объему производства продукции (работ, услуг) и ввести объем годового валового дохода до 500 тыс. евро в упрощенную систему налогообложения, учета и отчетности.

Предлагаемый экономический механизм обеспечит: существенное повышение уровня занятости трудоспособного населения; увеличение объема производства продукции (работ, услуг) на малое предпринимательство; стремление средних предприятий к укреплению экономического потенциала и финансовой устойчивости; перевод значительной части малого предпринимательства и средних предприятий из "теневой" в открытую рыночную экономику; рост налоговых поступлений в бюджет.

В структуре экономики Украины малое предпринимательство должно включать в себя совокупность малых (количество наемных работников - до 50 чел.) и средних (количество наемных работников - от 51 до 250 чел.) предприятий.

На процесс формирования, развития и стабилизации работы субъектов малого бизнеса влияет большое количество разнообразных факторов.

Укрепление экономического и производственно-технического потенциала малого предпринимательства в Украине сдерживается ограниченностью инвестиционных ресурсов. Прежде всего это касается наукоемкой сферы, производства сложной бытовой техники, электроники, многих видов товаров народного потребления и услуг, медицинского оборудования, производства черных, цветных и драгоценных металлов с заданными свойствами на мини-заводах, добычи отделочных и ювелирных минералов и др.

В Указе Президента Украины "О мерах по обеспечению поддержки и дальнейшего развития предпринимательской деятельности" от 15 июля 2000 г. № 906/2000 (п. 9) предусмотрено, начиная с 2001 г., выделение бюджетных средств для финансирования инновационной деятельности субъектов малого предпринимательства в высокотехнологичных и наукоемких отраслях. В том же 2000 г. принят Закон Украины "О Национальной программе содействия развитию малого предпринимательства в Украине".

На сегодняшний день наиболее приемлемый путь к решению проблемы финансирования - открытие большинству предпринимателей доступа к кредитным ресурсам. Первые программы микрокредитования в Украине были запущены по линиям ЕБРР и Немецко-украинского фонда, но это существенно не повлияло на объемы кредитования. Банки боятся давать кредиты, для этого им нужно обеспечить действующее законодательство, которое бы защищало права кредиторов. Более охотно предоставляются кредиты большим предприятиям.

Причин тому множество - и высокие кредитные ставки (в иностранной валюте 10-12%, в гривне 21-36%), и сложность процедуры оформления, и отсутствие у заказчика ликвидного залога. Слабо используется финансовый лизинг как инструмент обновления основных фондов и стимулирования инноваций.

В Национальной программе содействия развитию малого предпринимательства в Украине (утверждена приведенным выше Законом Украины от 21 декабря 2000 г. № 2157-III) раздел 5 посвящен мерам по внедрению региональной политики. Среди основных мер упор сделан на внедрение действенных механизмов взаимодействия органов власти с общественными организациями предпринимателей на основе социального партнерства. В январе 2004 г. вступил в силу Закон "Об основах государственной регуляторной политики в сфере хозяйственной деятельности". Закон предусматривает (ст. 5) опубликование и обязательное обсуждение проектов регуляторных актов минимум за месяц до их принятия в целях получения замечаний и предложений от физических и юридических лиц, а также их объединений, учета или мотивированного их отклонения (ст. 9 Закона).

Остается по-прежнему сложной процедура регистрации и прекращения работы малых форм предпринимательства. Закон Украины "О государственной регистрации физических и юридических лиц - предпринимателей", вступивший в силу 1 июля 2004 г., предусматривает создание единого органа регистрации, подведомственного местным органам власти и организующего работу по принципу "одного окна", исключая контакт субъекта предпринимательской деятельности с представителями контролирующих органов путем электронной постановки на учет в этих структурах в режиме "on-line". Закон не заработал полностью. И, как прежде, "вхождение" в бизнес делится на две части. Первая часть - государственная регистрация. Вторая - получение разрешений на определенный вид деятельности.

Очередное "наступление" началось на упрощенную систему налогообложения, учета и отчетности. Основным результатом перехода на упрощенную систему налогообложения является уменьшение налоговой нагрузки (суммы налоговых обязательств). Государство, используя налогообложение как финансовый инструмент, стимулирует развитие малого предпринимательства, оставляя налогоплательщику дополнительные средства, являющиеся потенциальным инвестиционным ресурсом. Очевидны и такие явные преимущества, как сокращение форм налоговой отчетности и трудоемкости налоговых расчетов, обеспечение своевременных платежей в бюджет, увеличение их абсолютной суммы.

Выводы. Обобщая вышеизложенное, можно сделать заключение, что суть и значение малого бизнеса заключается в том что он является ведущим сектором рыночной экономики; составляет основу мелкоотраслевого производства; определяет темпы экономического развития, структуру и качественную характеристику ВВП; осуществляет структурную перестройку экономики, быструю окупаемость затрат, волю рыночного выбора; обеспечивает насыщение рынка потребительскими товарами и услугами повседневного спроса, реализацию инноваций, дополнительные рабочие места; рациональные формы управления; формирует новую социальную прослойку предпринимателей-владельцев; оказывает содействие послаблению монополизма, развития конкуренции. Дальнейшее динамическое развитие малого бизнеса значительно оказывает содействие общеэкономическому росту. Однако его активность сдерживается финансовыми барьерами. Основным источником инвестиций пока что остаются собственные финансовые ресурсы субъектов малого бизнеса и семейные займы. Банковские кредиты используются ограниченно через большие процентные ставки и отсутствие гарантий для банков (в виде залога или высоколиквидных активов).[3]

Таким образом, малое предпринимательство следует рассматривать как особую часть экономической системы, имеющую собственные специфические функции, благодаря которым оно может стать действенным источником повышения жизнеспособности экономики в будущем.

#### Источники и литература

1. Долгоруков Ю., Кужман О. О развитии малого предпринимательства //
2. Мазур Е. Инновационное предпринимательство в структуре малого бизнеса в Украине //
3. Мале підприємництво України як чинник регіонального розвитку: стан та перспективи. Акт. Проблеми економіки - 2004 - №4 с 64-73.
4. Малі підприємства в Україні. у 2003 році: Статистичний збірник / Державний комітет статистика України. - К., 2004.

**Затухина С.А.**

#### ПРИМЕНЕНИЕ ПРИЕМОВ PR В ВЫСТАВОЧНОМ БИЗНЕСЕ (на примере РВК «Доминанта»)

**Актуальность темы.** Проблема использования приемов PR в выставочном бизнесе является актуальной и требует исследования, так как на современном этапе развития маркетинговых коммуникаций выставки становятся одними из средств рекламы, формирования и поддержания имиджа различных компаний и фирм. Посредством PR идет процесс формирования отношений как: участник (экспонент) – организатор – посетитель.

Основная цель public relations определена классиками: формировать в обществе нужный имидж компании и торговых марок. Рядовой покупатель должен не только знать компанию и товар "в лицо", но и в полной мере воспринимать предлагаемые легенды брендов, стать, в итоге, лояльным потребителем[2 с. 28.].

**Цель:** исследовать применение приемов PR в выставочном бизнесе.

Из цели исследования вытекают основные **задачи:**

- Исследовать сущность выставок;
- Определить эффективность приемов PR на выставках;
- Выделить наиболее распространенные приемы PR;
- Проанализировать PR-деятельность РВК «Доминанта».

**Объектом исследования** является выставочный бизнес. В свою очередь **предметом исследования** является применение приемов PR в выставочном бизнесе.

Выставки используются в маркетинговой политике многих успешных компаний для работы с целевой аудиторией, проведения опросов и исследований, установления новых и укрепления уже существующих партнерских отношений, и, конечно, же – собственного публичности.

Выставка – явление многовекторное. С одной стороны, в этом заключается ее главная организационная трудность - так как каждый вектор нужно направить в нужную сторону, точно в цель. С другой, если это