

нових платіжних інструментів, для України такі зміни також є характерними. Перевагами електронних грошей є доступність, зручність, мобільність, простота використання, оперативність і підтримка мікроплатежів. Хоча безпечність і анонімність теж включені до списку переваг, проте одночасно вони вважаються й недоліками віртуальних систем. Для того, щоб вдосконалити систему електронних грошей в Україні необхідно створити нормативно-правову базу, яка забезпечить ефективну діяльність даних систем та створити програми, які б змогли контролювати надходження грошей та зберегти їх від різних видів шахрайств, оскільки найважливіший фактор у функціонуванні електронної грошей – це безпека.

Список використаних джерел:

1. Кравчук В. Електронні гроші в Україні / В. Кравчук, Д. Науменко, А. Глибовець. – К.: Альфа-ПСК, 2012. – 64 с.
2. Національний банк України [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=125412 – Назва з екрана.
3. Сенищ П. М. Світовий досвід та перспективи розвитку електронних грошей в Україні [Електронний ресурс] / П. М. Сенищ, В. М. Кравець. – К., 2008. – 149 с. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=70690>. – Назва з екрана.
4. Сиротинська А.П., Сучасні проблеми і перспективи розвитку електронних грошей в Україні та особливості їх відображення в обліку / А.П. Сиротинська, О.П. Лесик [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/prvse/2011_1/2_9.pdf – Назва з екрану.

Хегай Е.А.

студентка,

Научний керівитель: Сардак С.Э.

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри,

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ВЛИЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

Развитие экономики любой страны не может существовать без оптимального соотношения в ней малых, средних и крупных предприятий. Особую роль в данном процессе играет слой малого предпринимательства, на базе которого формируется средний класс, что в свою очередь является гарантом и носителем социальной стабильности и порядка. Необходимо серьезно относиться к проблемам малого бизнеса, которые определяются двумя основными причинами. Первая – та роль, которую играет малый бизнес в формировании гражданского общества; вторая – его удельный вес в современной экономике, достигающий в развитых государствах более 70% ВВП.

Цель работы состоит в изучении функционирования предприятий малого бизнеса, преимуществ, недостатков и его влияния на национальную экономику. Актуальность данной проблематики заключается в том, что малый бизнес способен вывести страну из кризиса, обеспечить ослабление монополизма, добиться эффективного функционирования производства и сферы услуг.

Исследованием и развитием малого бизнеса занимались такие ученые, как Г. Браун, А.О. Блинов, В.В. Богуславский, Ж. Бодо, Б.Д. Бреев, М. Бэйтмэн, Л.В. Давыдова, А. Смит, Д. Стори, С.Э. Сардак, Р. Кантильон и другие. Малый можно классифицировать как особый творческий тип экономического поведения.

Для него характерны предпринимательский дух и инициативная творческая деятельность, связанная в то же время с определенным риском.

Преимуществом малого бизнеса, является отсутствие крупных вложений в основные средства. Это преимущество привлекает многих начинающих предпринимателей и положительно сказывается на себестоимости выпускаемой продукции. Кроме того, при развитии малого бизнеса наблюдается высокая скорость прохождения информации. Это обусловлено меньшим объемом информации, который перекрывается непосредственным общением руководителя и подчиненных. То есть малые объем ресурсов обеспечивает ей хорошую управляемость при сравнительно низких управленческих расходах.

В тоже время малый бизнес имеет свои недостатки. Это большая степень риска, страх быть разоренным, так как многое зависит от воздействия внешней среды; низкая возможность накопления капитала, сфера малого бизнеса ограничена, ему трудно внедряться в наукоемкие производства; малым предприятиям сложно организовать свою собственную службу маркетинга, дилерскую сеть и возникает сложность в конкуренции с крупным производством [1].

Необходимо учитывать, что деятельность малых предприятий ориентирована на удовлетворение местных нужд, что повышает не только экономическую, но и социальную значимость малого и среднего предпринимательства. Малые предприятия не всегда остаются работать в форме малого бизнеса. Крупные корпорации, такие как «Nike», «Бен и Джерри», начали с малого предприятия, которые выросли и стали одними из лидирующих предприятий на национальном и международном рынке.

Сегодня малый бизнес играет ведущую роль в местном экономическом развитии. Так, в Америке 28 миллионов малых предприятий составляют 54% от всех продаж США. С 1970 года малые предприятия обеспечивают 55% всех рабочих мест и 66% всех новых рабочих мест, 600 тыс. и более франчайзинговых малых предприятий в США составляют 40% всех розничных продаж и обеспечивают рабочие места 8 миллионам человек [2]. Кроме того, сектор малого бизнеса стремительно растет. В то время как корпорации Америки были сокращены, темпы развития малого бизнеса «стартапов» выросли, а уровень неудач малого бизнеса сократились. Поэтому, гораздо легче начать и развивать малый бизнес в качестве стратегии экономического развития, чем большое предприятие. Малые предприятия чаще всего ведут к социально-экономическому росту страны. Они являются более гибкими и столь же инновационными, как и их более крупные партнеры.

Таким образом, опираясь на специфику имеющихся у малого бизнеса преимуществ, конечно учитывая его недостатки, можно сделать вывод, что с помощью развития малого бизнеса предоставляются дополнительные возможности существенно улучшить условия жизнедеятельности значительной части людей, повысить их уровень жизни, здоровья, образовательный и интеллектуальный потенциал, решить острые социальные проблемы и обеспечить устойчивое развитие национальной экономики.

Список использованных источников:

1. Давыдова Л.В. Малое предпринимательство в реформируемой экономике: роль и значение / Л.В. Давыдова, Л.А. Будовская // Финансы и кредит. – 2007. – № 13. – С. 48-53.
2. U.S. Small Business Administration. – Access mode <https://www.sba.gov/content/small-business-trends-impact>
3. Сардак С. Е. Управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки / С.Е. Сардак // Європейський вектор економічного розвитку : Зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 2 (7). – С. 154–159.