

Луцьова Т. С.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності,
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ

Потенційними представниками середнього класу є власники малих підприємств, адже існує пряма залежність між розвитком підприємництва і формуванням середнього класу. Зокрема, успішна діяльність малих підприємств сприяє створенню прошарку власників, які орієнтовані на прояв ініціативи, підвищує їх доходи та рівень життя [1, с. 203].

Згідно українського законодавства, до малих підприємств відносяться підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв [2]: балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 мільйонів євро; середня кількість працівників – до 50 осіб.

Офіційна статистика свідчить, що кількість малих підприємств в Україні та обсяг реалізованої ними продукції зростає (табл. 1).

Таблиця 1

Суб'єкти малого підприємництва в економіці України за 2016-2018 рр.

Показники	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Відхилення 2018 р. від 2016 р., +, -	
				абсол.	у %
Кількість суб'єктів малого підприємництва, одиниць	1850034	1789406	1822671	-27363	-1,5
з них:					
– малі підприємства	291154	322920	339374	+48220	+16,6
– фізичні особи-підприємці (суб'єкти малого підприємництва)	1558880	1466486	1483297	-75583	-4,8
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млрд. грн.	1652,0	2067,8	2496,9	+844,9	+51,1

Джерело: розраховано автором за даними [3]

Отже, у 2018 р. кількість суб'єктів малого підприємництва в Україні склала 1,8 млн. одиниць, що менше від значення цього показника у 2016 році на 27,4 тис. одиниць або на 1,5%. При цьому кількість малих підприємств збільшилась на 16,6%, а кількість фізичних осіб-підприємців (ФОП) – суб'єктів малого підприємництва зменшилась на 4,8%. У порівнянні із 2017 роком кількість малих підприємств збільшилась на 5,1%, а кількість ФОП збільшилась на 1,1%. Обсяг реалізованої продукції суб'єктами малого підприємництва зріс на 51,1%.

Подальшого зростання доходів малих підприємств можна було досягти, збільшуючи обсяги експорту виробленої продукції. Проте, опитування підприємств, проведене у 2013 р. Міжнародною фінансовою корпорацією, свідчить про низький рівень їх участі в експортній діяльності: експортом прямо або опосередковано займались лише 11,8% малих підприємств [4].

Основними перешкодами для розвитку експорту малими підприємствами є наступні:

- відсутність доступних кредитних ресурсів для здійснення експортної діяльності;
- обмежений доступ до інформації про міжнародні ринки, про вимоги щодо доступу на них;
- недостатність заходів із просування товарів вітчизняних товаровиробників за кордоном;
- недостатність навичок і компетенцій малих підприємств, необхідних для участі в міжнародній торгівлі;
- недостатня результативність державних програм підтримки експорту малих підприємств;
- наявність мовних і культурних бар'єрів.

Для залучення малих підприємств до експортної діяльності потрібна допомога держави через такі інструменти:

- стимулювання банківського сектору до кредитування експортоорієнтованих малих підприємств;
- розширення інформаційної бази з питань експорту в офіційних ресурсах;
- підбір і подання заявок на участь у програмах міжнародного співробітництва;
- забезпечення з боку держави дотримання законодавства щодо відшкодування податку на додану вартість;
- запровадження механізму компенсації витрат, понесених у результаті участі малих підприємств у виставково-ярмаркових заходах за кордоном;
- висвітлення позитивного досвіду пошуку партнерів за кордоном та здійснення експортної діяльності малими підприємствами.

Певні кроки у напрямі залучення малих підприємств до експортної діяльності в Україні вже зроблені. Так, Експортною стратегією України визначено такі стратегічні цілі [4]: розвиток послуг з підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність малих та середніх підприємств; удосконалення навичок і компетенцій малих та середніх підприємств, необхідних для участі у міжнародній торгівлі.

Створено державну установу «Офіс з просування експорту України», яка відповідає за реалізацію цілей з надання послуг з просування експорту та за розвиток навичок і компетенцій експортерів. Мета діяльності цієї інституції – налагодження співробітництва та партнерства між українським та закордонним бізнесом, через розвиток експортних компетенцій українського бізнесу та промоцію українських товарів та послуг за кордоном.

Подальша активізація державної підтримки та допомоги малому бізнесу у сфері експортної діяльності забезпечить як економічне зростання України, так і формування середнього класу в країні.

Список використаних джерел:

1. Ігнатенко Т. С. Розвиток малого підприємництва як передумови формування середнього класу в Україні / Т. С. Ігнатенко // Формування сучасного економічного простору: переваги, ризики, механізми реалізації: International Scientific Conference (Тбілісі, 29 квітня 2016 р.). – Тбілісі : Sul Khan-Saba Orbeliani Teaching University, 2016. – С. 203–206.

2. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України від 5.10.2017 р. № 2164-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Експортна стратегія України («дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2017 р. № 1017-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80>

Мазуренок О. Р.,

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту,

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АНТИКРИЗОВИЙ АУДИТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний фінансовий стан суб'єктів господарювання створює внутрішню стратегічну загрозу подальшому розвитку економіки країни.

Гуцаленко Л. В. виділяє наступні проблемні аспекти розвитку аудиту в умовах ринкової економіки:

- 1) недосконалість методологічних та теоретичних розробок у сфері аудиторського контролю;
- 2) брак достатнього досвіду роботи у сфері аудиту;
- 3) недостатня кількість кваліфікованого персоналу з аудиту;
- 4) невідповідність аудиту аудиторських послуг;
- 5) відсутність штрафів та штрафів за недостовірність аудиторського звіту;
- 6) низька довіра до аудитора;
- 7) відсутність чіткого механізму формування ціни аудиторських послуг;
- 8) відсутність методологічних рекомендацій щодо комп'ютеризації аудиту [1, с. 99].

Тому проведення аудиту доволі часто ототожнюється із подоланням певних кризових явищ. Внаслідок ефективного аудиту відбувається реструктуризація та перерозподіл активів підприємства, що зумовлює зміну його економічного потенціалу. Відповідно, з метою мінімізації ризиків та забезпечення високого економічного потенціалу, при проведенні аудиту необхідно визначити основні чинники впливу на діяльність підприємства та їх взаємозв'язки для вибору найбільш оптимального варіанту аудиту.