

**Польова Н.М.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту та маркетингу  
Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет»

**Бойко А.О.**

аспірант кафедри менеджменту та маркетингу  
Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет»

**Гуляйко А.П.**

аспірант кафедри менеджменту та маркетингу  
Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет»

**Poliova Nataliya**

PhD in Economics, Docent,  
Associate Professor at the Department of Management and Marketing  
Private Higher Education Establishment "European University"

**Boiko Andrii**

Postgraduate Student at the Department of Management and Marketing  
Private Higher Education Establishment "European University"

**Huliako Anatolii**

Postgraduate Student at the Department of Management and Marketing  
Private Higher Education Establishment "European University"

## ЗНАЧЕННЯ МАЛИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

## THE SIGNIFICANCE OF SMALL FORMS OF ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPMENT STRATEGY OF AGRICULTURAL BUSINESS

*Малий бізнес у сільському господарстві має найважливіше значення. Активізація діяльності суб'єктів малого підприємництва є чинником розвитку конкурентних взаємин у Україні. Проте сьогодні існує комплекс різноманітних проблем, які перешкоджають посиленню ролі малих підприємств в аграрному бізнесі. До таких відносяться наявність високих адміністративних бар'єрів, залежність цінової політики малих підприємств від діяльності великих фірм та їх цінової позиції, сильний вплив природно-кліматичного фактора на ведення малого бізнесу та його результати, низька прибутковість, високий термін окупності інвестицій, недостатні можливості лобювання інтересів та ін. Названі проблеми вимагають вирішення. Разом з тим вивчення прикладних аспектів діяльності малих підприємств в аграрному бізнесі має починатися з дослідження постулатів теорії підприємництва для того, щоб надалі застосувати теоретичні засади у практичній діяльності, а фактами з практики збагатити теорію.*

**Ключові слова:** малий бізнес, малий бізнес в аграрному бізнесі, малі форми підприємництва в аграрному бізнесі, фермерське господарство, сільськогосподарські кооперативи.

*A small business can be understood as a set of subjects with and without the status of a legal entity, created with the help of an association of people, united by a common business idea under a single leadership, having moral and psychological compatibility, the risky functioning of the aggregate of which is carried out within the framework of economic and legal restrictions, include restrictions on the average number of employees, the amount of revenue from sales, shares of participation of other business entities in the capital or share fund of the business entity. Today, many domestic and foreign economists pay a lot of attention to the theory of small business, but the set of unresolved problems in the practical plane requires further theoretical and practical research on the specified topic, in particular, a theoretical understanding of the role and factors affecting the development of small business in the country's economy. Small business has high economic significance. Small enterprises in agribusiness are both producers of agricultural products and consumers, for example, of agricultural machinery, participating in the processes of distribution and exchange. In this regard, small enterprises take an active part in the creation and multiplication*

*of national wealth. On the other hand, small enterprises contribute to the formation of competitive relations. One of the tools for the development of competitive relations is the use of the franchising mechanism, which involves the method of expanding small businesses, when the franchisor grants the franchisee the right to act for a fee (royalty) on its behalf using the franchisor's trademark. In this case, a small business entity acts as a franchisee. Such business development has advantages for both parties. A small entrepreneur receives support from a large enterprise with which a franchise agreement has been concluded, quality training in the basics and principles of enterprise operation under franchise conditions, acquires advanced technologies, does not spend money on implementing expensive marketing measures to determine the demand for the products of a small enterprise, while conducting activities under strict the franchisor's control over accounting, but in general it is an effective tool for increasing the sustainability of small agribusiness, a means of increasing its competitiveness.*

**Keywords:** *small business, small business in agrarian business, small forms of entrepreneurship in agrarian business, farming, agricultural cooperatives.*

**Постановка проблеми.** Малий бізнес відіграє важливу роль у стабілізації економічної ситуації в регіонах. Малі підприємства та індивідуальні підприємці, поряд з великими корпораціями, активно діють у всіх секторах економіки, вносячи значний внесок у виробництво товарів та послуг. Світова фінансова криза і нестабільна політична ситуація на тлі війни вплинули на всі сфери економіки, призвели до зниження доходів населення і, як наслідок, зменшили попит на товари і послуги. Малим підприємствам доводиться докладати значних зусиль, щоб «залишатися на плаву» і отримувати прибуток від своєї діяльності. Однак марно малий бізнес називають основою великої економіки. Малі підприємства більш мобільні, мають порівняно високу оборотність капіталу і швидше адаптуються до сучасних умов, ніж великі підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розвиток малого підприємництва в аграрному секторі є ключовим напрямком для забезпечення продовольчої безпеки, стимулювання економічного зростання та створення робочих місць у сільській місцевості. В умовах воєнного стану це питання набуває особливої актуальності. Наукові дослідження в цій галузі ведуть такі вітчизняні науковці: Д.С. Бутенко [1], Ю.С. Довгопола [1], В. Бойко [2], В.І. Борейко [3], І.Л. Федун, М.В. Стецько, Л.В. Забуранна [4], Ю.О. Лупенко, О.Г. Шпикуляк [5], М.Й. Малік [4, 5], І.С. Сидорук [6], Р.О. Мірошник, У.О. Прокоп'єва та інші.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Попри наявність численних наукових праць, існує потреба в оновленні даних щодо сучасного стану розвитку малих форм господарювання в аграрному бізнесі України, що робить поглиблені дослідження в цьому напрямку надзвичайно актуальними.

**Метою** цього дослідження є аналіз сучасного стану розвитку малого підприємництва в аграрному секторі економіки України, а також ідентифікація основних проблем і перешкод, які негативно впливають на цей розвиток.

**Виклад основних результатів дослідження.** Під малим підприємництвом можна розуміти безліч суб'єктів, що мають і не мають статусу юридичної особи, створених за допомогою об'єднання людей, згуртованих спільною бізнес-ідеєю під єдиним керівництвом, які мають морально-психологічну сумісність, ризикове функціонування

сукупності яких здійснюється в рамках економіко-правових обмежень, включають обмеження на середньооблікову чисельність, величину виручки від реалізації, частки участі інших суб'єктів господарювання у капіталі чи пайовому фонді суб'єкта бізнесу. Сьогодні багато вітчизняних та зарубіжних економістів приділяють велику увагу теорії малого бізнесу, проте комплекс невирішених проблем у практичній площині потребує подальших теоретико-практичних досліджень із зазначеної тематики, зокрема теоретичного осмислення ролі та факторів, що впливають на розвиток малого бізнесу в економіці країни.

Мале підприємництво має високу економічну значущість. Малі підприємства в агробізнесі є одночасно і виробниками сільськогосподарської продукції, і споживачами, наприклад, сільськогосподарської техніки, беручи участь у процесах розподілу та обміну. У зв'язку з цим малі підприємства беруть активну участь у створенні та примноженні національного багатства. З іншого боку, малі підприємства сприяють формуванню конкурентних відносин. Одним із інструментів розвитку конкурентних відносин є використання механізму франчайзингу, що передбачає метод розширення малих підприємств, коли франчайзер надає право франчайзі діяти за плату (роялті) від свого імені з використанням торгової марки франчайзера. У ролі франчайзі в такому разі виступає малий суб'єкт підприємництва. Подібний розвиток бізнесу має переваги для обох сторін. Малий підприємець отримує підтримку з боку великого підприємства, з яким укладено договір франшизи, якісне навчання основам та принципам роботи підприємства в умовах франшизи, набуває передових технологій, не витрачає кошти на здійснення дорогих маркетингових заходів щодо визначення затребуваності продукції малого підприємства, водночас веде діяльність під суворим контролем франчайзера за бухгалтерською звітністю, але загалом є дієвим інструментом підвищення стійкості малого агробізнесу, засобом зростання його конкурентоспроможності.

Крім економічної значимості мале підприємство грає велику соціальну роль в сільському господарстві та аграрному бізнесі. Насамперед створення малих підприємств в селі означає збільшення кількості робочих місць. При придбанні цією тенденцією сталого характеру надалі можливе скорочення відтоку молодих людей із

сільської місцевості. Фермерське господарство згідно чинного законодавства допускає не більше п'яти найманих працівників, які не мають родинних відносин із головою господарства, інші учасники фермерського господарства є членами однієї сім'ї. Ця обставина важлива тим, що малий бізнес може сприяти зростанню кількості робочих місць не тільки для членів своєї родини, а й для інших мешканців села. Розвиток фермерських господарств передбачає, що з його членами співіснують одночасно не тільки управлінські, трудові відносини, а й особисті відносини, тобто, психологічна складова малого бізнесу в агропромисловому комплексі вкрай важлива. Між членами господарства є поділ праці, натомість спостерігаються процеси кооперації, має місце поєднання трудових обов'язків, наприклад одночасне виконання будівельних робіт, робіт з обслуговування техніки, здійснення транспортування та ін. Ефективність спільної діяльності в рамках фермерського господарства зростає, разом з відповідальністю кожного члена колективу за результати спільної праці, тому в таких господарствах можна спостерігати суворий взаємний контроль, що слабшає під час розширення сільськогосподарського виробництва та найму нових співробітників, багато з яких зацікавлені лише матеріально, часто не усвідомлюючи, що їхня винагорода є функцією від вкладених зусиль та результату, отриманого всім колективом. Цей недолік зростання масштабів виробництва компенсується знов-таки зростанням зайнятості в селі, скороченням числа безробітних громадян, тобто, високою соціальною значимістю і є характерним для багатьох галузей економіки [1].

На відміну від найманих працівників, які не мають родинних відносин із сім'єю фермера, члени фермерського сімейства з ранніх років долучаються до посильної сільськогосподарської праці, усвідомлюють власну значущість, у молодих людей формуються такі якості, як відповідальність та старанність, розкривається внутрішній потенціал кожного учасника фермерського господарства. Сказане повертає нас до колишнього висновку про високу соціальну значущість малого підприємства у аграрному бізнесі і сільському господарстві. Також розвиток малого підприємства у сільському господарстві завдяки створенню доданої вартості сприяє зростанню доходів сільського населення, а отже, виникає потреба у задоволенні потреб вищого порядку, підвищується рівень освіченості селян, відмінності між містом та селом стираються, вирівнюється спосіб життя городян та сільських мешканців.

Варто згадати і про політико-правову роль малого підприємства в аграрному бізнесі. Малі підприємства найбільш зацікавлені у збереженні політичної стабільності в суспільстві, оскільки часто для багатьох суб'єктів малого підприємства їхній бізнес є єдиним джерелом доходів, тому найбільш гостро і навіть агресивно на ймовірні загрози існуючим відносинам власності реагують саме малі підприємства аграрної сфери [2].

Також мале підприємство в аграрному бізнесі відіграє велику роль у збереженні та забезпеченні різноманітності природного генофонду, сприяє покращенню екологічного стану сільської місцевості. Малі підприємства є виробниками екологічно чистих продуктів. Сьогодні спостерігається тенденція до зростання кількості людей, які бажають споживати екологічно чисті фрукти, овочі, молочну продукцію, продукцію тваринництва тощо. Це особлива ринкова ніша, яка у більшості суб'єктів нашої країни є недостатньо дослідженою та освоєною. Малі підприємства найчастіше прагнуть зайняти вільні ніші та здійснюють випуск дрібно- та середньосерійного продукту. Виробництво та реалізація екологічно чистих продуктів вимагає порівняно з традиційними технологіями великих витрат і на виході підприємство матиме менший випуск через неприйняття хімічних засобів захисту та добрив, стимуляторів росту та гормонів, ГМО та інших способів забезпечення збереження врожаю, підвищення родючості землі, збільшення продуктивності птахферм тощо, тому виробництво екопродуктів у рамках малого агробізнесу сьогодні не просто можливе, а й успішно здійснюється. Подібна продукція є більш дорогою порівняно з продукцією великого бізнесу, проте багато громадян сьогодні оцінюють своє здоров'я набагато дорожче вартості продуктів харчування, що дозволяють забезпечити збереження їхнього власного здоров'я.

З виявленою роллю малого підприємства у розвитку аграрного бізнесу тісно пов'язаний аналіз чинників розвитку бізнесу в АПК.

Термін «розвиток» передбачає якісне вдосконалення стану об'єкта, отже, розвиток малих форм підприємства в аграрному бізнесі означає процес технологічного, управлінського, виробничо-економічного, інституційного, соціально-психологічного, демографічного переходу малого агробізнесу в якісно новий стан, що передбачає трансформацію, ліквідацію чи створення елементів, наслідком чого є виникнення складнішого, вищого стану об'єкта. На розвиток малого бізнесу в АПК впливають різноманітні фактори, що пропонується зобразити у графічному вигляді [3].

На рис. 1 зображено суб'єкт малого підприємства аграрного бізнесу, розвиток якого пов'язаний з впливом великої кількості різноманітних елементів, їх безліч можна об'єднати в групи матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. Названі елементи взаємодіють між собою, утворюючи виробничий процес, результатом якого стає виробництво товарів та надання послуг. Виробничий процес лінійний. Пунктирна лінія означає, що наявність виробничого процесу необхідна, але недостатня для існування, функціонування суб'єкта малого агробізнесу. Щоб випуск продукції виявився можливим, потрібно реалізація управлінських функцій на малому підприємстві, до яких належать як основні функції менеджменту (планування, організація, мотивація та контроль), так і специфічні функції управління (управління запасами, управління маркетинговою діяльністю, антикризове управління, управління прибутком

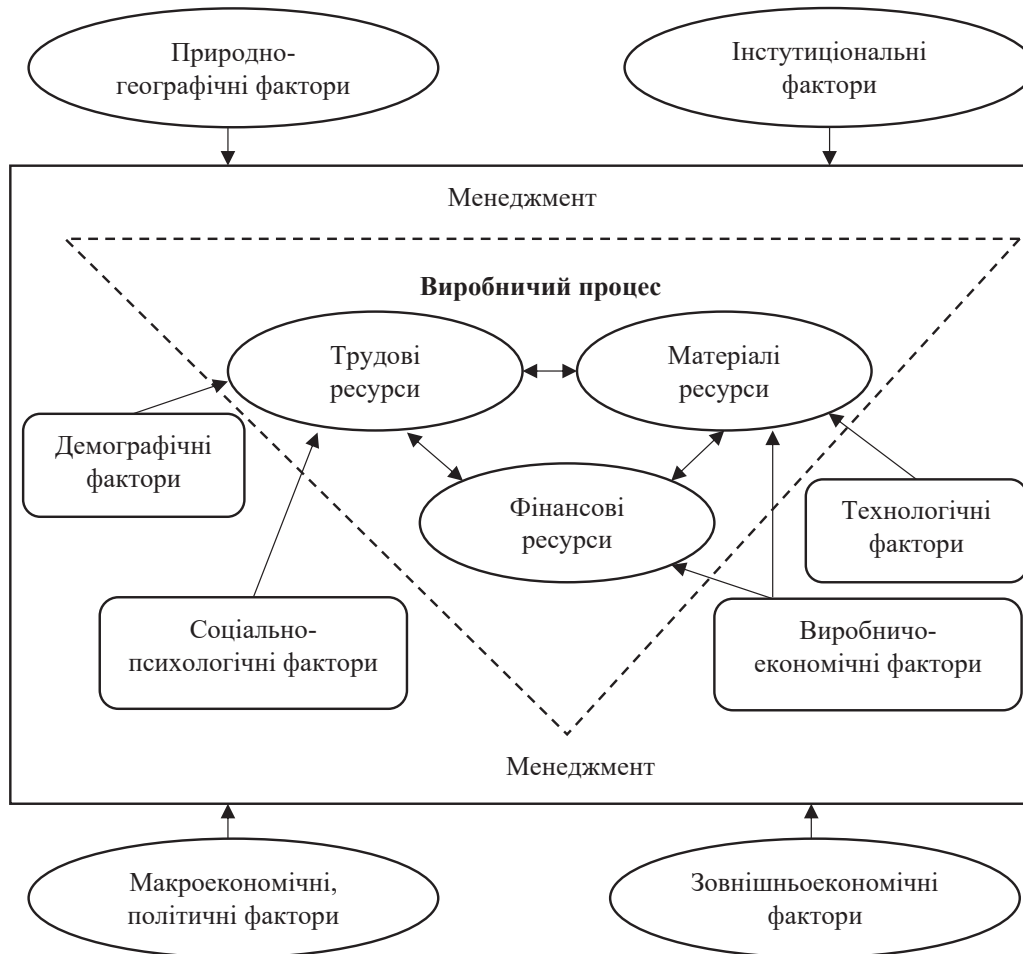


Рис. 1. Чинники, що впливають на розвиток суб'єктів малого підприємництва у межах його складових  
Джерело: [1; 3; 5]

та ін.). Суб'єкт малого бізнесу на представлено-му малюнку позначений квадратом, зображенням суцільною лінією, що, проте, значить ізольоване функціонування малого підприємства незалежно від змін у зовнішньому середовищі. Дане позначення є умовним і дозволяє надати цілісний вигляд суб'єкту малого бізнесу, підкреслити самостійний характер його господарювання, а також просто уникнути перетину з прийнятим умовним позначенням виробничого процесу, який є невід'ємною частиною підприємства [4].

Чинники згруповані певним чином. Завдання полягало в розмежуванні факторів, що впливають на певні елементи суб'єкта малого бізнесу, та факторів, що впливають на поведінку організації в цілому. Так, до факторів, що мають вплив на трудові ресурси, можна віднести демографічні та соціально-психологічні фактори. Технологічні та виробничо-економічні фактори впливають на виробничий процес підприємства. Сам виробничий процес представлений сукупністю технологічного та допоміжного процесу [5].

Загалом на діяльність малого агробізнесу впливають природно-географічні, інституційні, політичні, макроекономічні та зовнішньоекономічні фактори. Вважаємо, що досить складно ви-

ділити конкретні елементи малих форм підприємництва в аграрному бізнесі, на які впливатимуть ці фактори. Так, наприклад, агрокліматичні або географічні фактори впливають на прийняття рішення керівництвом малого підприємства про вибір виду діяльності в аграрній сфері за існуючими природно-географічними умовами, чи займатиметься фермер рослинництвом, тваринництвом, лісовим господарством, рибальством або рибництвом і т.д [6].

До інституційних факторів, що впливають на розвиток малого агробізнесу, відносяться різні інституційні обмеження, що задають межі можливої поведінки суб'єкта господарювання. Інституційні чинники представлені рівнем корупції у сільському господарстві, яка нині поступається місцем проблемі нестачі кваліфікованих кадрів у сфері підприємництва, високими адміністративними бар'єрами: недоступністю землі для більшості селян, рейдерськими захопленнями наявних у власності та оренді земельних ділянок; посилення адміністративного тиску на малий агробізнес. Серед груп факторів, що залишилися, значний інтерес в рамках даного дослідження становлять зовнішньоекономічні фактори. Ключова роль цій групі належить динаміці валютного курсу. Девальва-

ція стає умовою, основою розвитку в аграрному бізнесі з участю малих форм господарювання. Проведений аналіз дозволив розробити модель впливу факторів на суб'єкт малого агробізнесу, яка може бути корисною при проведенні теоретико-прикладних досліджень з тематики.

**Висновки.** Мале підприємництво відіграє важливу роль для розвитку аграрного бізнесу в цілому. Малі суб'єкти господарювання мають економічне, соціальне, екологічне, політичне значення у розвитку сільського господарства країни. Крім того, малий бізнес є гарантом непорушності інституту сім'ї, гарантом збереження демократичних підвалин, барометром соціальної напруги. Вивчення економіко-правових основ дослідження малого бізнесу в АПК надзвичайно важливе з точки зору здійснення подальшого аналізу прикладних аспектів аналізованої проблематики. У зв'язку з цим є цінною запропонована в роботі модель впливу факторів на мале підприємство з розмежуванням їх за впливом на виробничий процес суб'єкта малого бізнесу в АПК або його елементи та на підприємство в цілому.

Впровадження зазначених заходів покращить умови для розвитку малого підприємництва в аграрному секторі, підвищить його внесок у соціально-економічний розвиток сільських територій, зміцнить експортний потенціал та конкурентоспроможність української аграрної продукції на світових ринках. Подальші наукові дослідження повинні бути спрямовані на пошук ефективних інструментів для відновлення та стимулювання розвитку малого підприємництва в аграрному секторі, враховуючи нові виклики та реалії воєнного часу.

### Бібліографічний список:

1. Бутенко Д.С., Довгопола Ю.С. Шляхи розвитку підприємницької діяльності в Україні. *Young Scientist*. 2016. № 12 (39). С. 682–685.

2. Boiko V. Determinants of development of small and medium enterprises in the region of Kherson. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E&Journal*. 2017. Vol. 3. No. 2, P. 22–29.
3. Бореико В.І. Роль малого бізнесу в розвитку аграрного комплексу України. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 28. С. 4–8.
4. Малік М.Й., Забуранна Л.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності на сільських територіях України. *Економіка АПК*. 2015. № 6. С. 5–14.
5. Малік М.Й., Шпикуняк О.Г. Розвиток аграрного підприємництва в умовах інституціональних трансформацій. *Економіка АПК*. 2017 № 2. С. 2–16.
6. Сидорук І.С. Аналіз стану та проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 18. С. 67–72.

### References:

1. Butenko D. S. and Dovhopola Yu. S. (2016) Ways of entrepreneurial development in Ukraine. *Young Scientist*, vol. 12 (39), pp. 682–685.
2. Boiko V. (2017) Determinants of development of small and medium enterprises in the region of Kherson. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E&Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 22–29. Available at: <http://are&journal.com/are/article/view/101/99>
3. Boreiko V. I. (2015) Rol maloho biznesu v rozvytku ahrarnoho kompleksu Ukrainy [The Role of small business in the development of the agricultural sector of Ukraine]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Seriia "Ekonomika"*- Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University, series "Economics", vol. 28, pp. 4–8.
4. Malik M. Y., Zaboranna L. V. (2015) Perspektyvy rozvytku pidpriemnytskoi diialnosti na silskykh terytoriiakh Ukrainy [Opportunities for entrepreneurship development in rural areas of Ukraine]. *Ekonomika APK – Ekonomika APK*, no. 6, pp. 5–14.
5. Malik M. Y. and Shpykulyak O. H. (2017) Development of agrarian entrepreneurship in the conditions of institutional transformations. *Ekonomika APK*, no. 2, pp. 2–16.
6. Sydoruk I. S. (2021) Analiz stanu ta problemy rozvytku maloho pidpriemnytstva v Ukraini [Analysis of the state and problems of small business development in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, vol. 18, pp. 67–72.