Основним завданням своєї діяльності вважаю покращення соціального статусу громадян шляхом розвитку малого і середнього бізнесу.

Основні концепції виклав у даній статті.

Метою цієї статті є з’ясування питаня, що стосується виявлення  причин і умов  гальмування у розвитку малого і середнього бізнесу в Україні. Визначення динаміки і напрямів розвитку економіки у сфері малого і середнього бізнесу.
Проблема   динаміки розвитку малого і середнього бізнесу в Україні уже довгий час є ключовою
Не лише у сфері державного управління, а й у сферах соціального, культурного розвитку, у сфері містобудування і міжнародної діяльності.

Так, у свій час у тій чи іншій формі проблема розвитку малого і середнього бізнесу ставала об’єктом працб таких вчених як Костицький В.В., Варналій З.С., Вільчинський О.М., Зянько В. В. Новицький В.А., Туник Ю. І.
Юридичкі аспекти цієї проблеми досліджувались у працях Рачинська В.Я. Стрілець О.М. Діденко К.В. Семир’янов Д.Я.

Безумовно, із точки зору традицій України у правотворчості не можливо не звернути увагу на Українське віче, котре стало не лише методом зясування істини у господарюванні ай специфічною формою народовладдя. На перевагу довгим і незавжди доступним зясуванням певних суперечностей між суб’єктами малого і середнього бізнесу у судах, українці уже вкотре звернулись до старої і добре відомої форми зясування істини.
Ми вважаємо, що «народне віче» має безпосереднє відношення до динаміки розвитку малого і середнього бізнесу у містах і селах України, оскільки люди окрім зясування певних ділових питань, отримують натхнення і ентузіазм, а також упевненість у правильності і перспективності своєї справи.

У світі інвестування уже стало аксіомою твердження про те, що найбільш ефективними формами малого і середнього бізнесу є ті, котрі дозволяють особі пройти успішний шлях від суб’єкта невеликої справи до власника великого і системного бізнесу, серед вчених, які підтримують дану точку зору не можливо не згадати Р. Кійосакі, Бодо Шефера, Ентоні Роббінса, Зіга Зіглера, Брайана Трейсі, Ог Мандіно, Джима Рона. Послання Роберта Кійосакі людям звучить дуже чітко: «Або ви управляєте Вашими фінансами або танцюєте під їх сопілку все життя».

Серед пропонованих форм малого і середнього даними вченими можливо виділити франчайзинг, багаторівневий маркетинг і інвестування у нерухомість. На перший погляд може виникнути думка про те, який зв'язок мають ці три форми бізнесу із українським козацьким «віче», але зв'язок на наш погляд є і він досить чіткий.
Якщо ми проаналізуємо структуру діяльності найбільш успішних компаній, які використовують ці три форми бізнесу для отримання прибутків, ми можемо дійти висновку, що їх успіх  можливий лише за умови  чіткого і послідовного навчання персоналу.

Щорічно великі західні компанії витрачають від 2 до 5% свого бюджету на навчання і розвиток персоналу. "У 80-х рр.. Витрати на внутрифирменную підготовку кадрів у різних корпораціях склали від 42 до 750 млрд дол (суми дано без урахування зарплати працівників, що проходили навчання, якщо їх врахувати, суми майже подвояться) ".

Навчання убізнесі чітко повязане не лише із розвитком власне бізнесу, а й і з розвитком культури, духовності особистості. Так, надзвичайно ефективною із точки зору державотворення і формування національної ідеї України виявилась діяльність патріарха Української Греко-Католицької церкви, блаженнійшого Андрея Шептицького, котрий став засновником першої в Україні  бізнес-школи,  і не випадково стверджував про те, що кожен душе-пастирь, тобто священник повинен володіти економічними знаннями і бути економічно грамотним. Завдяки діяльності метрополита у сфері збагачення скарбниці України почали діяти нові форми господарювання, такі як сільські комори, майстерні народної творчості, гончарні, пекарні.

Під час останнього віче у смт. Меджибіж Летичівського району Хмельницької області, яке відбувалось 25 лютого 2014 року,  зясувалось, що місцевий бюджет селища є але, з точки зору недосконалості законодавства, використати його на потреби мешканців-неможливо.  Однак, незважаючи не це, як наслідок «Віче» виникло цілий ряд бізнесових проектів і отримано заряд ентузіазму і позитиву місцевими ремісниками, гончарами і столярами.

 Іванілов О. С. вважає, що основні причини гальмування розвитку малого підприємництва в Україні:
— неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
— високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;
— недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
— відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
— недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
— обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
— недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності;
— відсутність стимулів для інвестицій;
— психологічне неприйняття позитивної ролі підприємців у ринкових перетвореннях серед окремих верств населення.  [ ]

Вищевказані чинники безумовно є тими, які є актуальними, але у світлі подій, що відбулись у сфері державотворення України можливо стверджувати про те, що Україна як держава зробила свій цивілізаційний вибір і спрямувала свій стратегічний розвиток у бік Європейського союзу із визнанням цінностеі і правил ведення малого і середнього бізнесу. Тому, окрім вище зазначених ми вважаємо, що із точки зору історичної ретроспективи необхідно здійснити аналіз і таких факторів, що спричиняють негативну динаміку розвитку малого і серерднього бізнесу як урбанізація і відсутність правосуб’єктності українських сіл і селищ, а також деякі психологічні чинники.
Так, згідно з даними Державного комітету статистики за 2004 рік, в складі України були:
· 24 області та одна автономна республіка;
· 490 регіонів (районів, як вони називаються в Україні);
· 1 341 міських поселень;
· 28 597 сільських поселень; і
· 10 279 сільських рад. [ 2 ]

Ця статистика показує те, що в україні є біля 30000 перспективних суб’єкти господарювання, котрими можуть стати сільські і селищні громади за умови набуття ними правосуб’єктності, тобто статусу юридичної особи із визначенням чітких прав господарювання згідно законодавства. Ми маємо на увазі те, що при умові створення бюджетів громад і наявності осіб, зацікавлених заняттям підприємницькою діяльністю, пов’язаною із даними поселеннями, кошти можуть надходити не лише до самих підприємців, а й і до місцевих скарбниць, що в свою чергу можуть покривати частину видатків державного бюджету, і таким чином розвивати і збагачувати нашу українську економіку.

Однак, як ми зазначали вище, цінність бізнесу полягає не лише  у надходженнях, але і у самому його процесі, успіх якого залежить від успіху тієї чи іншої програми навчання його персоналу.  Народне віче як складова даного навчального процесу може відіграти місце своєрідного майданчика для визнання досягнень, тобто наприклад, під час його проведення раз у місяць можуть надаватись певні нагороди, а що найголовніше-оплески і визнання громади. Далі, більш обємним заходом можливо виділити виїздні заходи, наприклад участь у міжнародних цілевих виставках в столиці України, або і в інших містах Європи. Але підприємець може зіштовхнутись із цілим рядом супутніх проблем: це і складування товарів, житло, транспортні послуги. Безумовно, за наявності підтримки громади, як суб’єкта господарювання, можуть виникнути певні домовленості, наприклад між керівництвом даної громади і керівництвом столиці стосовно допомоги і сприяння у даній діяльності, що може створити якісні умови для ведення народного бізнесу. Таким чином, простий суб’єкт народного господарства, чи то гончар, чи коваль, чи боднар, отримає чудову перспективу розвитку із визнанням власних досягнень на міжнародному рівні. Це може вирішити і додаткову психологічну проблему «забутості» з боку держави у підприємців, які працюють у селах.

Іншою складовою діяльності будь-якго успішного бізнесу є правовий захист, тобто набуття статусу суб’єкта інтелектуальної власності і разом із тим кращої «упізнаваності» діяльності, що при умовах сприяння держави може стати справжнім «інформаційним бумом» у створенні нових торгівельних брендів на зразок: «пеший сільський банк-господар», «Меджибізька кавярня», «Требуховецька сільська комора», «Пархомівська майстерня народної творчості». Тобто ми маємо на увазі популяризацію української самодостатності та ідентичності на міжнародному рівні, що є складоавою стратегії  Українського національного розвитку.

Отже, ми вважаємо, що розвиток економіки України повинен відбуватись у дусі  еволюційного розвитку малого бізнесу  шляхом організації систем визнання і навчальної підтримки з-боку держави в умовах надання правосуб’єктності українським громадам і отримання допомоги у міжнародному брендуванні з боку України та зацікавлених сторін. Революція дій у даному контексті полягає у  необхідності організації «народних Віч» у кожному із 30000 українських поселень мінімум раз у місяць.

Література:
1. Біленчук П.Д., Кравченко В.В., Підмогильний М.В. Місцеве самоврядування в укарїні, муніципальне право. Навчальний посібник-К.: атака, 2000-304 с.
2. Іванілов О. С. Економіка підприємства [Текст] : підручник / О. С. Іванілов. - К. : Центр учбової літератури, 2009. - 728 с.
3. Державний комітет статистики України-електрониий ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Закон України «Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 р. № 2063-Ш

5. Основи інтелектуальної власності.-К.: Юридичне видавництво „Ін Юре”, 1999.-578.

6. Право інтелектуальної власності Європейського Союзу та Законодавство України/ за редакцією Ю.М.Капіци.-К.:Видавничий Дім „Слово”, 2006р.

7. Великий тлумачний словник сучасної української мови/Уклад. і голов.ред. В.Т.Бусел.-К.; Ірпінь: ВТФ ”Перун”, 2004.-1440с.