

УДК 334.012.64:519.237.7

Л.Г. Чернюк, д.е.н., професор
Т.В. Пепа, д.е.н., професор
Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ ЗРІЗ ТА ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню територіальних особливостей та специфіки просторової організації малого підприємництва України. Обґрунтовано критерії виокремлення цієї групи підприємств, їх класифікацію, фактори, що впливають на формування та функціонування системи малого бізнесу. Визначено тенденції і масштаби розвитку малого підприємництва, зокрема в територіальному вимірі. Розроблено напрями його перспективного розвитку з конкретизацією заходів та інструментів.

Ключові слова: підприємницьке середовище, мале підприємництво, фактори, критерії, стратегія.

Вступ. У вирішення важливих соціально-економічних задач розвитку країни та її регіонів важлива роль належить підприємництву, зокрема малому, розвиток якого забезпечує стабільність та ефективність функціонування господарських систем. Мале підприємство значною мірою сприяє створенню конкурентного середовища регіонів, впливає на темпи економічного зростання, структуру та обсяг валового внутрішнього продукту. Вона є одним із факторів формування і розвитку економіки ринкового типу на основі поглибленні суспільного поділу праці, розвитку прогресивних форм організації виробництва, підвищення його ефективності, посилення соціальної спрямованості господарювання.

В Господарському Кодексі України (ст. 47) мале підприємництво визначено, як самостійне, ініціативне, систематичне, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцям) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Підприємництво визначається що як створення і практичне реалізація індивідуального, нового економічного процесу, або привнесення в цій процес індивідуального внаслідок прагнення активної особистості до самовираження.

Методика дослідження. Враховуючи наявність різнопланових хоча однофункціонального характеру визначень та законодавчо закріплених рамкових масштабів малого підприємництва, даний вид господарських структур можна визначити як особливий вид економічної діяльності, спрямований як на одержання прибутку при особистій зацікавленості суб'єкта підприємництва, так і на задоволення певних потреб суспільства. Розуміння підприємницької діяльності як бізнесу, а підприємця як юридичної чи фізичної особи, яка займається будь-яким видом бізнесу, теж законодавчо закріплено. Підприємництво - це діяльність, яка здійснюється за бажанням самого підприємця з врахуванням її значимості для суспільства. А суб'єктами підприємництва є як окремі приватні особи, так і їх групи. Об'єднання партнерів в якості суб'єктів підприємництва можуть виступати у формі різних господарських асоціацій: орендних колективів, акціонерних товариств, інших товариств. Різні види підприємницької діяльності класифікуються в залежності від критерію, до якого можна віднести: форму власності, галузево-функціональному приналежність, стан на ринку і т.д. Критерії малого підприємництва, від правильного вибору яких залежить ефективність його функціонування, мають певні властивості і характеризуються об'єктивністю, стабільністю, доступністю, специфічністю, повнотою і залежать від правового регулювання діяльності малих підприємств, податкової політики, державної підтримки.

Критерії відрізняються залежно від регіональних, галузевих особливостей підприємств цієї групи. Критеріальне виокремлення малих підприємств складають значне коло ознак, однією із найпоширеніших класифікацій є їх поділ на кількісні і якісні. Якщо кількісні ознаки це – кількість працюючих, частка продукту на ринку, обсяг власного капіталу, кількість виробленої продукції, невисокі управлінські втрати, то до якісних можна віднести – приватна власність на засоби виробництва, обмеженість ресурсів, незалежність управління, обмеженість номенклатури та асортименту продукції.

Варто вказати, що у світовій практиці для віднесення підприємств до малих існує до 50 критеріїв, а кількість зайнятих цієї групи підприємств складає – у США, Великобританії, Німеччині – 100 чол., Франції і Японії – до 100 чол. В Україні, згідно Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» до даної групи відносять підприємства із кількістю зайнятих до 50 осіб і з річним валовим прибутком у розмірі до 70 млн. грн.

Враховуючи критеріальні ознаки можна виділити специфічні риси малого підприємництва, а саме: самостійність і незалежність господарчих суб'єктів, економічна зацікавленість, господарський ризик і відповідальність. Якщо сильними сторонами малих підприємств можна визначити – невеликий

стартовий капітал, швидке пристосування до потреб і можливостей ринку, висока ефективність, гнучкість системи управління, самостійність у прийнятті рішень, то до слабких сторін слід віднести: обмежений ринок із-за невеликого обсягу продукції, високу залежність від кон'юнктури ринку, слабку підтримку з боку держави, можливе швидке розорення, уразливість перед силовим тиском різних владних структур, легке проникнення конкурента в свою „нішу ринку”, необхідність самофінансування довгострокових вкладень, підвищену чутливість до негативних фінансових змін.

Результати дослідження. Малі підприємства здатні швидко сприймати і реалізовувати нові ідеї, виробляти нову продукцію, спроможні до швидкої зміни технологій і структури окремих видів діяльності. Їх розвиток забезпечує збалансованість попиту і пропозиції на ринку товарів і послуг, створення додаткових робочих місць, раціональне використання регіональних ресурсних потенціалів, стимулює господарську ініціативу учасників виробництва та ринку. Вони заповнюють ті ніші економіки, які залишають середній і великий бізнес

Формування ефективної системи малого підприємництва потребує наявності певних умов і, насамперед економічних (попит і пропозиція на товари та послуги, купівельна спроможність населення, робоча сила, інфраструктура ринку – біржі, банки, страхові компанії, лізингові та колсандингові фірми), соціальних (охорона здоров'я, збереження робочих місць, підготовка кадрів), правових (законодавчо-правове поле стосовно створення і реєстрації підприємств, податкове законодавство, регіональні центри підтримки малого підприємництва). На формування малого підприємництва, як на процес особистого або системного самооновлення і самоорганізації через втілення в життя будь-яких сфер діяльності в регіоні і форм власності, впливає також комплекс факторів зовнішнього характеру, так як суб'єкти малого підприємства (індивідууми і організації) взаємодіють як з мікро-, так і з макросередовищем.

Підприємницьке середовище є сукупністю умов і факторів, які впливають на функціонування малих підприємств. В умовах економічних трансформацій на розвиток підприємництва впливають різні фактори, одні з яких сприяють, а інші гальмують цю сферу діяльності. Саме підприємницьке середовище є інтегрованою сукупністю об'єктивних і суб'єктивних факторів і поділяється на зовнішнє, яке незалежне від самих підприємців, і внутрішнє, яке формується безпосередньо самими підприємствами. Не здійснюючи прямого впливу на характер діяльності фірм-конкурентів, але формуючи якість свого товару, зміцнюючи свій імідж, воно створює певні умови конкуренції, які враховуються всіма організаціями, які конкурують на ринку і таким чином

впливає відчутно на всіх учасників процесу конкуренції шляхом маркетингової діяльності.

Щодо зовнішніх факторів, елементами якого є мікро – і макросередовище, їх вплив є своєрідним. Мікросередовище впливає на стиль і характер підприємницької діяльності, відображаючи ринкові процеси і найбільш істотні ринкові коливання. Макросередовище включає різнопланові чинники і, насамперед, природні, демографічні, економічні, екологічні, науково-технічні, правові, які по різному впливають на підприємницьку діяльність, обумовлюючи напрямок соціально-економічних взаємовідносин в підприємницьких структурах. Важливим є вплив як взагалі на економічну ситуацію, так і на характер та масштаб підприємницької діяльності політичних факторів як системоутворюючих через чинники економічного і правового характеру. Не залишаються осторонь і соціальні чинники та їх вплив на формування підприємницького середовища, які виражаються в об'єктах культурно-побутової і соціально-духовної сфери. Відчувається вплив на підприємницькій сектор і факторів міжнародного плану, зовнішньо-економічної діяльності, що визначають можливість комерційних операцій з корпораціями інших країн, сприяють підвищенню конкурентоспроможності і створенню філій великих підприємств.

Мале підприємництво є важливим джерелом економічного розвитку і відтворення економіки і потребує певних умов для свого функціонування: усунення адміністративних, правових і організаційних бар'єрів, формування сприятливого підприємницького клімату регіону, підтримки новаторства і використання нових технологій, доступу до фінансових ресурсів, розвитку інфраструктури, наявності відповідальності за результати своєї діяльності.

Як свідчить світовий досвід, малі фірми (до 50 чол. зайнятих) експортують в середньому 40% своєї продукції. Малі підприємства досить важко самотійно виходити на міжнародні ринки, що обумовлено відсутністю достатньої інформації про зарубіжні ринки, мовними бар'єрами і т.д. Хоча участь їх в зовнішньоекономічній діяльності дає переваги із-за розширення ринку збуту своєї продукції, через гарантовані платежі від експорту товару.

Загалом зовнішнє середовище, де формуються і функціонують малі підприємства, є нестійким, невизначеним і характеризується загостренням конкурентної боротьби. Формування сприятливого середовища, або підприємницького клімату залежить від державної його підтримки, основними складовими цього процесу є розвиток інфраструктури, пільгових умов фінансування цієї сфери діяльності, оподаткування, матеріально-технічне забезпечення, спрощений порядок реєстрації, ліцензування, підготовка кадрів, підтримка зовнішньоекономічної діяльності.

Вказані фактори відіграють в залежності від умов і цілей розвитку малого підприємництва відповідну роль в країні і її регіонах. Узагальнюючи наведене, можна підсумувати, що саме для формування регіонального підприємництва складовими комплексу факторів впливу є: нормативно-правові, фінансово-кредитні, інформаційно-технічні, організаційні, зовнішньоекономічні, соціальні, політичні, а також кадровий та консультативний фактор та фактор економічної безпеки.

Фактори нормативно-правового напрямку виражаються в законодавчому визначенні форм малого підприємництва та законодавчо визначених заходах державної підтримки підприємництва.

В групі чинників фінансово-кредитного плану виокремлюються фінансовий блок-дотації, субсидії, субвенції, пільги на оподаткування, залучення іноземного капіталу; кредитний блок – пільгове кредитування на регіональному рівні, пільгове кредитування з боку комерційних банків, залучення коштів з приватних фондів (венчурне підприємство), позиціонування держави як гаранта фінансових інтересів малого підприємництва.

Ефективна робота малих підприємств в умовах конкурентного середовища можлива при використанні досягнень науки і техніки, впровадження нових технологій як основи нової організації виробництва, підвищення якості продукції, швидкої окупності вкладних коштів.

Організаційні фактори розвитку малого підприємництва вирішальне значення мають в період формування і становлення підприємств цієї сфери діяльності, їх реєстрації, оренді приміщень, одержання ліцензії, оформлені засновницьких документів.

Щодо соціальних чинників, які відображають тенденції суспільного розвитку і впливають на кількісні і якісні параметри життя населення, то їх роль визначається при напруженості ринку створенням додаткових робочих місць, а також зростанням рівня задоволення потреб населення в розширеному асортименті продукції, що випускається малими підприємствами.

Важливим чинником створення підприємницького середовища є безпека країна, яка пов'язана з криміналізацією економіки. Із-за високої частка тіньового сектору у малому підприємстві (до 50%), не забезпечується надходжень до бюджету, створюються „неформальні зобов'язання”, що зумовлює необхідність посилення ролі держави, забезпечення функціонування малих підприємств в правовому полі, підвищення їх особистої безпеки.

Фактор підготовки кадрів для малого підприємництва, який поки що реалізуються не в повній мірі, потребує залучення держави для вирішення цієї проблеми. Створення курсів професійної підготовки їх фінансування можуть

забезпечити регіональні органи влади. Вони мають доповнюватися методами самоосвіти та дистанційного навчання.

Важливим чинником діяльності в сфері малого підприємництва є їх консультативне забезпечення, створення відповідних структур з допомогою регіональних органів влади. Менеджмент і консалтинг повинні стати джерелом підвищення інтелектуалізації виробництва і управлінських процесів.

Раціональне використання комплексу наведених факторів сприяє забезпеченню формуванню оптимальної мережі малого підприємництва.

Як свідчить аналіз, за масштабами розвитку цієї групи підприємств Україна наблизилась до рівня країн ЄС, хоча в нашій країні вони формуються і розвиваються в складних трансформаційних умовах, стикаючись з податковим тиском, адміністративними бар'єрами, обмеженість фінансово-кредитних ресурсів, незадовільним матеріально-технічним забезпеченням, невідповідною законодавчо-правовою базою. В Україні загальна кількість малих підприємств складає 324 тис. одиниць, яких в 1995 р. нараховувалось у 3,4 рази менше і кількість яких лише за останній рік зросла на 5,4%. В загальній структурі підприємств їх частка становить 85,1%, в той час як на середні припадає 14,7%, а на великі – 0,2%. Зростання кількості малих підприємств відбулося в основному шляхом формування нових виробничих одиниць, а не за рахунок поділу чи реструктуризації існуючих. Так в 2008р. розпочали свою діяльність 16,6 тис. нових малих підприємств, причому як торговельного (21% загальної їх кількості) так і транспортного характеру, готельного і ресторанного бізнесу, охорони здоров'я, операцій з нерухомістю (34%). Із загального обсягу виробленої продукції в сфері малого підприємництва 60,8% припадає на торгівлю, 10,8% – на операції з нерухомістю, 9,1% – на промисловість, 9,0% – на будівництво, 3,4% – на транспорт, 2% – на соціальну сферу, що свідчить про нераціональну їх структуру із-за низької частки реального сектора. Щодо частки продукції малих підприємств в загальному обсягу реалізованої продукції в 2008р., то вона становила 16,3% [1, с.315, 2, с. 98-101].

Досить високою є кількість малих підприємств у розрахунку на кількість населення, яка складає в Україні 70 одиниць на 10 тис. осіб. Територіальна диференціація даного показника в Україні значна. – так найвища частка спостерігається у Одеській області – 82 одиниці на 10 тис. осіб, високі показники мають також Харківська область і Автономна Республіка Крим – 81, запорізька область – 74 одиниці.

Варто вказати на позитивну роль малого підприємництва, його соціальну спрямованість – здатність до швидкого створення робочих місць. Займаючи провідну роль за показником кількості малих підприємств, частка зайнятих у цій сфері складає 24,3% загальної кількості, або 2,16млн.чол., а фонд оплати

праці склав 13,8 млрд. грн., (9,8% загального обсягу фонду оплати праці підприємств-суб'єктів господарської діяльності).

Регіональний розвиток малого підприємництва в Україні характеризується теж значною відмінністю. Найвищий рівень його розвитку та активності спостерігається у м. Києві та Харківській області. В промислово розвинутих областях – Донецька і Дніпропетровська – наявна менша кількість малих підприємств ніж в середньому по Україні (на 10 тис. населення), але в них задіяна значно більша кількість працюючих. Деякі області характеризуються великою кількістю підприємств, але значно меншою часткою зайнятих на них – Херсонська, Миколаївська, Хмельницька. Провідні позиції за показником зайнятості в малому підприємницькому середовищі крім Києва займають Київська, Львівська, Харківська, Дніпропетровська та Одеська області. В 2008р. до регіонів з високим рівнем зайнятості (більше 30%) увійшли такі області як Чернівецька (37,4%), Івано-Франківська (34,9%), Закарпатська (34,09%), Тернопільська (33,7%), Херсонська (32,3%), Хмельницька (30,9%), Миколаївська (30,5%).

По обсягу реалізованої продукції регіональна структура має свої просторові особливості, які виражаються в тому, що провідну позицію займає м. Київ і вагома роль належить Дніпропетровській, Донецькій, Одеській і Харківській областям, а аутсайдерами тут виступають Вінницька, Чернігівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області. В 2008р. перевищили середній рівень реалізації продукції малі підприємства Дніпропетровської, Донецької, Київської, Одеської, Харківської областей і м. Києва.

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що рівень розвитку малого підприємництва є недостатнім, він не забезпечує дієвого впливу на розвиток економіки країни, що обумовлено як невисоким масштабом розвитку цього сектору економіки, так і обмеженим доступом її до сировинних і фондоформуєчих галузей, утрудненням формування стартового капіталу та придбання устаткування. Звідси значна частка збиткових підприємств, які в 2008 році склали 62,7% їх загальної кількості, яких найбільше було в Закарпатській та Івано-Франківській областях. Прибуток малих підприємств був забезпечений лише в Донецькій, Тернопільській, Чернівецькій та Чернігівській областях.

Із-за фінансово-економічної кризи ресурсне забезпечення функціонування малих підприємств є незадовільним, відсутня виважена фінансово-кредитна політика, недостатнє або відсутнє їх кредитування. Ситуація, що склалась, потребує аналізу та розробки напрямів активізації діяльності банківської системи, застосування прогресивних засобів, інструментів і механізмів реалізації фінансово-кредитної політики з

удосконаленням нормативно-правової бази. Необхідним є розробка загальнонаціональної програми та стратегії розвитку малого підприємництва та державна програма його розвитку.

Реалізація стратегії соціально-економічного розвитку країни та її регіонів, метою якої є підвищення рівня життя населення та вихід на якісно нові соціальні стандарти, визначає і тактичні напрями економічної політики, які тісно пов'язані не лише з великим бізнесом, але з малим підприємством. Це, насамперед: формування стабільного і якісного законодавства; зменшення залежності від світової кон'юнктури; посилення державної підтримки малого підприємництва; досягнення соціальних стандартів; надання справжньої економічної свободи в реалізації здібностей індивіда в своїх інтересах; посилення зовнішньоекономічної діяльності; забезпечення фінансової стабільності; розширення інформатизації економіки, розвиток телекомунікацій та системи зв'язку; створення ефективної інфраструктури; утвердження інноваційної моделі розвитку економіки.

Мале підприємство сприяє наповненню ринку необхідними вітчизняними товарними ресурсами, забезпечує збільшення доходів населення, сприяє зростанню платоспроможності попиту в контексті загальнодержавної стратегії соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

Основні напрями розвитку малого підприємництва регіону визначаються не лише стратегією розвитку, де сформулюються досяжні, передбачені стратегічні цілі і пріоритети економічної політики, засоби і напрями її реалізації, а й програмами розвитку як державного так і регіонального рівня. Програма розвитку і підтримки малого підприємництва повинна передбачати комплекс заходів щодо концентрації сил і коштів, раціональне їх використання в даному секторі економіки, фіксує необхідні дії для досягнення результату у встановлений період. Вона має базуватись на врахуванні особливостей розвитку малих підприємств у попередній період, включати напрями вдосконалення: нормативно-правових основ регулювання цього сектору економіки з боку держави: систему оподаткування, фінансово-кредитної підтримки, інформаційного забезпечення, підготовки кадрів для малого підприємництва, антимонопольної політики і призупинення недобросовісної конкуренції відносно малих підприємств регіону; діяльність органів державної підтримки малого підприємництва, забезпечення інноваційного характеру розвитку малого підприємництва, сприяння інтеграції його з великим бізнесом і вихід на світові ринки.

Висновки. Подальший розвиток малого підприємництва в регіонах країни, який неможливий без державного його регулювання та державної підтримки, як процес з врахуванням особливостей і специфіки кожного із

регіонів включає загалом: удосконалення самої системи підтримки, сприяння просуванню товару на внутрішній і по можливості зовнішній ринок; підвищення захищеності суб'єктів малого підприємництва. Шляхами вдосконалення державної підтримки цього сектору економіки є: прискорений розвиток збутової мережі, формування оптових продовольчих ринків; оптимізація механізму держзакупівель продукції малих підприємств; формування інфраструктури, інформаційного і маркетингового забезпечення. Реалізація цих напрямів потребує розробки і впровадження комплексу заходів організаційно – економічного та соціального характеру і, зокрема: усунення існуючих адміністративних, правових та економічних бар'єрів розвитку цього сектору; регулювання цін і доходів суб'єктів малого підприємництва; доступ цих підприємств до отримання замовлень на виробництво продукції в регіоні; вдосконалення системи оподаткування і фінансово-кредитного обслуговування; розвиток кооперативних та інтеграційних зв'язків; заходи по забезпеченню безпеки малого підприємництва. Все це повинно здійснюватись на основі програмно-цільового підходу до розвитку малого підприємницького середовища та координації державних, регіональних та місцевих рівнів влади з врахуванням принципу субсидіарності, що б стимулювало розвиток малого підприємництва, переведення його на інтенсивний шлях діяльності, на траєкторію зростання в напрямі підвищення добробуту населення.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2008р. К. 2008., К.2009р.
2. Статистичний збірник. Регіони України. Ч.ІІ, К., 2009р.

Summary

Territorial cut and factor analysis of small business development in Ukraine. / L.G. Chernyuk, T.V. Pepa

The article is devoted to specific territorial characteristics and spatial organization of small business in Ukraine. The criteria of selection of the group companies, their classification, factors affecting the formation and operation of small businesses are grounded. The scale of small business development and tendencies, particularly in territorial terms are determined. The directions for its perspective development with specification of measures and instruments are carried out.

Key words: enterprise environment, small enterprise, factors, criteria, strategy.