

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКА ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА АКАДЕМІЯ**

СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

ВИДАВНИЦТВО 3-є, ДОПОВНЕНО

І ЧАСТИНА

Дніпропетровськ - 2008

УДК 334.012.64:338.24
ББК 65.290

Становлення і розвиток малого бізнесу в регіоні: Колективна
С76 монографія / За заг. редакцією Н.І. Редіної. – Дніпропетровськ:
ДДФА, 2008. – 508 с.
ISBN 978-966-8866-30-2

У монографії здійснено спробу системного і комплексного дослідження такого явища, яким є сектор малого підприємництва, на регіональному рівні. Досліджується динаміка і структура формування сукупності підприємств малого бізнесу в Україні та на регіональному рівні, галузеві особливості створення і функціонування малих підприємств, аспекти фінансово-економічного регулювання їх розвитку. У монографії також підняті проблемні питання формування в Україні середнього класу, демократизації суспільно-економічних відносин та громадянськості.

Монографія призначається для широкого кола читачів: представників малих форм господарювання, працівників місцевого самоврядування, науковців, викладачів, студентів.

Рецензенти:

- Н.Г. Белопольський** – віце-президент Академії економічних наук України, доктор економічних наук, професор
- Л.Ю. Мельник** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії і економіки Дніпропетровського державного аграрного університету
- А.А. Мещеряков** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів Академії митної справи України

Затверджено Вченою радою
Дніпропетровської державної фінансової академії
Протокол № 6 від 25.02.2008 р.

ISBN 978-966-8866-30-2

© Колектив авторів, 2008
© ДДФА, 2008

Автори колективної монографії
«Становлення і розвиток малого бізнесу в регіоні»
За заг. ред. академіка АЕНУ Н.І. Редіної

Александрюк Т.Ю.	–	Глава 7, 7.2
Бабенко А.Г.	–	Глава 2, 2.4
Баранник Л.Б.	–	Глава 8, 8.6
Буряк А.В.	–	Глава 4, 4.1, 4.3
Гавяда В.В.	–	Глава 8, 8.4, 8.5
Гілюн О.В.	–	Глава 8, 8.5
Городяненко В.Г.	–	Глава 8, 8.5
Данилова І.В.	–	Глава 2, 2.1
Дем'яненко І.В.	–	Глава 2, 2.6; Глава 4, 4.4.
<u>Долгоруков Ю.О.</u>	–	Глава 3, 3.6
Дудчик О.Ю.	–	Глава 2, 2.5; Глава 4, 4.2, 4.3
Дулік Т.О.	–	Глава 7, 7.1
Комарова К.В.	–	Глава 3, 3.4, 3.5; Глава 8, 8.5
Колісник Л.О.	–	Глава 8, 8.5.
Корнієнко С.А.	–	Глава 1, 1.4
Корнієнко Т.Н.	–	Глава 1, 1.4; Глава 3, 3.6.; Глава 4, 4.5.
Лисяк Л.В.	–	Глава 6,
Маркова Л.Г.	–	Глава 7, 7.3
Олійник В.М.	–	Глава 2, 2.2; Глава 4, 4.4.
Олійник В.Я.	–	Глава 1, 1.1; Глава 2, 2.2; Глава 3, 3.1.; Глава 8, 8.1-8.4;
Олійник Л.Ш.	–	Глава 3, 3.3
Падерін І.Д.	–	Глава 3, 3.2, 3.6; Глава 4, 4.5; Глава 8, 8.5
Пестряєва О.Ю.	–	Глава 2, 2.3
Піскунова О.В.	–	Глава 5
Редіна Н.І.	–	Глава 3, 3.2; Глава 8, 8.1-8.5
Семенюта В.В.	–	Глава 3, 3.3
Сорока К.А.	–	Глава 3, 3.2; Глава 8, 8.5
Сухарева Л.О.	–	Глава 3, 3.2
Табінський В.А.	–	Глава 1, 1.2, 1.3
Тараненко Т.Є.	–	Глава 7, 7.4
Шевченко Н.І.	–	Глава 2, 2.3
Шерстенніков Ю.В.	–	Глава 4, 4.6
Шпильова О.М.	–	Глава 2, 2.1
Шукіс І.З.	–	Глава 8, 8.5

З М І С Т

ПЕРЕДМОВА.....	7
ГЛАВА 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЇЇ ЕВОЛЮЦІЯ В ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....	13
1.1. Підприємництво: рушійний фактор цивілізаційного поступу...	13
1.1.1. Передумови соціально-економічної стабілізації і зростання..	16
1.1.2. Суспільно-історичні перепони розвитку підприємництва.....	19
1.1.3. Фінансово-економічні перепони розвитку підприємництва...	20
1.1.4. Сучасні завдання розвитку підприємництва.....	21
1.2. Мале підприємство, його сутність і місце в економіці держави	25
1.3. Становлення і тенденції розвитку малого бізнесу в Україні.....	38
1.4. Малий бізнес в системі світогосподарських інтеграційних процесів.....	48
1.4.1. Основні очікувані переваги для малого бізнесу від приєднання України до СОТ.....	53
Використана література до глави 1.....	56
ГЛАВА 2. СТАНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ЧИННИКИ ЙОГО РОЗ ВИТКУ.....	57
2.1 Становлення малого бізнесу у Дніпропетровській області: сучасний стан, визначальні тенденції роз витку.....	57
2.1.1. Динаміка чисельності малих підприємств.....	57
2.1.2. Реалізація продукції (робіт, послуг) підприємствами малого бізнесу.....	60
2.1.3. Ринок праці у малому бізнесі.....	63
2.1.4. Фінансово-економічні показники діяльності малих підприємств.....	66
2.2. Галузеві та фінансово-економічні аспекти розвитку бізнесу малих підприємств у регіоні.....	71
2.3. Малі форми агробізнесу в системі ринкової економіки: їх природа та еволюція роз витку.....	84
2.3.1. Розвиток індивідуального приватного аграрного виробництва в системі ринку.....	85
2.3.2. Розвиток форм індивідуально-сімейних господарств.....	91
2.3.3. Продуктивність індивідуально-сімейних господарств.....	98
2.4. Фермерське господарство як осередок приватного аграрного підприємства (макроекономічний аспект).....	102
2.5. Становлення та розвиток фермерських господарств.....	107
2.6. Розвиток малих форм бізнесу у харчовій промисловості регіону..	116
Використана література до глави 2.....	128

ГЛАВА 3. ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ	130
3.1. Господарсько-економічний механізм діяльності підприємств в умовах ринку.....	130
3.2. Методи і досвід планування виробничої діяльності малих підприємствах.....	136
3.3. Бюджетування за центрами відповідальності в малих підприємствах: планування і облік.....	150
3.4. Організація менеджменту на малих підприємствах.....	159
3.4.1. Макро- та мікроекономічні чинники формування менеджменту на малих підприємствах.....	159
3.4.2. Особливості організації внутрішньогосподарського управління.....	164
3.4.3. Організація стратегічного менеджменту підприємства.....	168
3.4.4. Вироблення місії для малих підприємств.....	168
3.5. Маркетинговий менеджмент малих підприємств.....	175
3.6. Ризик-менеджмент малих підприємств.....	188
3.6.1. Сутність і методи виміру ризиків у малому бізнесі.....	188
3.6.2. Діяльність малого підприємства в умовах невизначеності... ..	196
Використана література до глави 3.....	204
ГЛАВА 4. ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У РЕГІОНІ	207
4.1. Інвестиційно-інноваційний розвиток малих підприємств.....	207
4.2. Джерела фінансування фермерських господарств.....	216
4.3. Фінансовий лізинг в розвитку агробізнесу.....	220
4.4. Управління фінансовим станом малих підприємств.....	234
4.5. Ціноутворення як чинник регулювання економічних відносин малих підприємств.....	242
4.6. Оптимізація кредитування малих підприємств.....	260
4.6.1. Модель впливу темпів упровадження інноваційних рішень на динаміку розвитку малого підприємства.....	261
4.6.2. Динамічна модель розвитку малого підприємства з урахуванням амортизації.....	266
Використана література до глави 4.....	269
ГЛАВА 5. МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ У ДОСЛІДЖЕННІ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ	271
5.1. Моделі панельних даних у визначенні факторів розвитку малого підприємництва в регіоні.....	271
5.2. Моделі бінарного вибору у дослідженні факторів, що впливають на рішення безробітного відкрити власну справу.....	283
5.3. Кількісна оцінка ризику малих підприємств.....	290
5.4. Математичні моделі податкового навантаження малих підприємств при різних схемах оподаткування.....	299
Використана література до глави 5.....	312

ГЛАВА 6. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗАСОБАМИ БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ.....	314
6.1 Бюджетна політика реалізації стратегічних цілей розвитку регіонів та стимулювання малого бізнесу.....	314
6.2. Фінансове регулювання малого бізнесу в регіонах України.....	318
6.3. Удосконалення бюджетної політики підтримки малих підприємств.....	348
Використана література до глави 6.....	375
ГЛАВА 7. ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ.....	378
7.1. Альтернативні варіанти оподаткування суб'єктів малого бізнесу.....	378
7.2. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого бізнесу: сучасний стан і перспективи розвитку.....	393
7.3. Податковий менеджмент в малих підприємствах.....	405
7.4. Регіональні аспекти оподаткування суб'єктів малого бізнесу та покращання податкового середовища.....	413
Використана література до глави 7.....	433
ГЛАВА 8. СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ФОРМ БІЗНЕСУ ТА ДЕМОКРАТИЗАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА.....	435
8.1. Становлення середнього класу в Україні, його соціальний статус і чинники розвитку.....	435
8.2. Еволюція соціальної психології підприємництва.....	443
8.3 Феномен лідерства в концепції соціальної системи демократичного суспільства.....	451
8.4. Особливості організаційної поведінки персоналу на підприємствах малого бізнесу.....	464
8.5. Застосування методу „фокус-груп” в соціальних дослідженнях малого бізнесу.....	476
8.6. Соціальна відповідальність бізнесу.....	483
Використана література до глави 8.....	497
ПІСЛЯМОВА.....	500

ПЕРЕДМОВА

ПІДПРИЄМНИЦТВО І БІЗНЕС: СУТНІСТЬ ТА ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ

Одним із першочергових завдань реалізації державної програми „Український прорив” є створення дієвої моделі економічного зростання та забезпечення конкурентоспроможності національного виробництва на основі всебічного використання і подальшого розвитку продуктивних сил суспільства: як матеріально-технічної бази, так і людського капіталу – творчої енергії людей задля істотного піднесення життєвого рівня, адекватного європейським стандартам. Своєрідним індикатором суспільної активності є розвиток масових форм підприємництва і бізнесу.

Значимість масових форм підприємництва і бізнесу як провідного стратегічного ресурсу, внутрішнього джерела економічного розвитку, освоєння ринкової ідеології суспільно-економічних відносин, парадигми громадськості і демократії – підтверджена досвідом провідних економічно розвинутих країн світу. В Україні ж за радянських часів ставлення до підприємництва було негативним. Лише останнім часом (у процесі ринкової трансформації) ставлення до нього поступово почало змінюватись: від повного несприйняття до твердої впевненості у тому, що розвиток підприємництва – це та ланка, що відкриває шлях до вирішення назрілих в українському суспільстві проблем переходу до нової якісної визначеності його розвитку.

Світовий досвід показує, що підприємництво широких верств населення на першопочатковому етапі свого розвитку формалізується в різноманітних організаційно-правових утвореннях малого бізнесу, які згодом становлять важливий сектор національної економіки. Досягнувши певної критичної маси, малий бізнес, як самодостатній сектор національної економіки, істотно впливає на структурну перебудову економіки країни, сприяє збільшенню обсягів виробництва продукції та послуг, забезпечує раціональне використання наявних ресурсів, формує конкурентне середовище, долає монополізм. Проте, незважаючи на позитивні зрушення у становленні суспільства до підприємництва, темпи розвитку малого бізнесу в Україні залишаються відносно низькими.

До малих підприємств відноситься переважна кількість загальної чисельності зареєстрованих в Україні суб'єктів господарювання, але їх реальний внесок (за експертними даними у 2007 р.) у валовому внутрішньому продукті (ВВП) не перевищує 5,5% усіх доходів вітчизняної економіки. У Європі ж цей показник більш ніж на порядок вищий: у Данії він досягає 80% національного продукту, в Італії – 60%, а в середньому у західній Європі 63-67%. Крім того, в Україні щільність малих і середніх підприємств у три рази менша: так у 2006 р. в розрахунку на 1000 осіб населення припадало лише 6,6 суб'єктів малого бізнесу, тоді як у країнах Європи – 34 таких підприємства. Це свідчить про те, що в Україні існують

досить впливові стримуючі чинники розвитку малих форм підприємств.

В Україні (як і в усіх країнах соціалістичної системи господарювання) бізнес переслідувався законом. Тому його становлення стикається з рядом труднощів організаційно-правового і фінансово-економічного характеру, внаслідок чого цей сектор національної економіки ще не набув конкурентоспроможності. Разом з тим у справі досягнення повної зайнятості, підвищення життєвого рівня населення та економічного зростання малим підприємствам відводиться позитивна роль.

У сучасний період становлення і розвитку в Україні послідовно-ринкової системи (тобто такої, що функціонує на основі адекватних їй економічних законів) існування сектору малих бізнесових організаційно-правових формувань різного типу в структурі національної економіки вже є довершеним фактом. У світлі зазначеного принципового значення набуває необхідність упорядкування понятійно-категоріального апарату відображення нових соціально-економічних явищ у цій сфері відповідно до їх сутності. Актуальність цього питання посилюється тим, що в сучасній економічній літературі фігурує низка таких термінів, як „малий бізнес”, „мале підприємництво”, малі і середні підприємства”, „підприємства малого і середнього бізнесу”, „підприємці малого бізнесу”, „підприємництво і малий бізнес”, „сфера підприємництва”, „сфера бізнесу” та ін. Враховуючи те, що Україна набула реального членства в системі Світової організації торгівлі (СОТ) і впевнено просувається по шляху інтеграції до світогосподарської системи, уніфікація термінології є невідкладною.

Вирішення зазначеного завдання в цілому зводиться до розгляду сутності явищ „бізнес” і „підприємництво” (їх змісту, форми прояву, функцій) та метричного виміру їх масштабності (мале, середнє, велике) як з позицій теоретико-методологічних положень, так і чинного законодавства.

Зазначені питання останнім часом приваблюють усе більшу увагу в науковій літературі, більш того, є об'єктом дискусій.¹

Зокрема зазначається, що „розуміння сутності малого бізнесу тісно пов'язане з розумінням сутності підприємництва”² та те, що „підприємництво і малий бізнес хоча і взаємозв'язані, але не еквівалентні”³ [2, с. 61], тобто між ними є дещо поєднувальне та роз'єднувальне: спільне та відмінне, притаманне діалектичним явищам. Розкриття ж гносеології зазначених явищ можливе шляхом відслідковування їх генезису та функцій. „Очевидність” збігу явищ „підприємництво” та „бізнес”, що

¹ Говорушко Т.А. Теоретико-методологічні основи сутності і взаємозв'язку малого бізнесу та малого підприємництва // Агроінком. – 2006. - № 2., с. 114-117; Збарський В.К. Метрологічні підходи до понятійного апарату «Малі форми господарювання»// Агрінком. – 2005. - № 3-4. – С. 61-66; Лаборцева О.І. Сутність підприємництва та тенденції його розвитку в легкій промисловості України// Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 2 (80), с. 14-24; Мальный бизнес: устойчивость, компенсаторные возможности / А. Козаченко, А. Воронова, В. Медяник, В. Назаров. – К.: Либра, 2003. – 328 с.

² Говорушко Т.А. Теоретико-методологічні основи сутності і взаємозв'язку малого бізнесу та малого підприємництва // Агроінком. – 2006. - № 2., с. 8.

³ Збарський В.К. Метрологічні підходи до понятійного апарату «Малі форми господарювання»// Агрінком. – 2005. - № 3-4. – С. 61.

відслідковується у вітчизняній економічній літературі, зумовлена тим, що на початку створення організаційних основ ринкової економіки в Україні (у 90-ті роки минулого століття) та її інститутів усі громадяни набули права відкривати власний бізнес, проте до цього вдалися не всі, а лише найбільш підприємливі особи. Цілком закономірним є те, що новостворюваний бізнес через відсутність у громадян стартового капіталу (внаслідок „обнулювання” заощаджень громадян) просто не міг не бути малим (а скоріше – дрібним), тобто він не міг бути успадкованим від предків, а новостворювався підприємливими особами. Ось чому є підстави всі формування, що виникли в перший період, вважати результатом підприємництва.

Разом з тим у сфері новоствореного підприємницького бізнесу виникла жорстка конкуренція за обмежені ресурси та ринок збуту, який внаслідок гіперінфляції того часу був недостатньо платоспроможним. Саме це призвело до поступового розшарування сектору малих підприємств на підприємницькі і бізнесові. Цим було підтверджено відому аксіому економістів-риночників про те, що в суспільстві є обмежений прошарок (як правило – до 15%) дієздатних осіб, яких можна вважати підприємцями у класичному розумінні, решта ж – звичайні виробники, бізнесмени. Існуюча структура малих підприємств в Україні зазначала 2-3 ротації: відбувалось масове банкрутство новостворених підприємств, замість яких створювались нові, тобто йшов природний добір підприємців серед бізнесменів. Цей процес не завершений і зараз, адже щорічно відбувається призупинення бізнесової діяльності великої частки малих підприємств (своєрідна «консервація» в надії на кращі часи) та значної їх частки – ліквідація. Цей процес створення і руйнування буде продовжуватись і в майбутньому.

Об'єктивність зазначеної тенденції зумовлена самою природою ринкової (капіталістичної) економіки та сутністю підприємництва як рушійного чинника її розвитку.

Вважається, що першу спробу теоретичного осмислення підприємництва ще у XVII ст. здійснив Р. Кантільон. За його твердженням, підприємець – «це людина, яка здатна до передбачення, бажає взяти на себе ризик, спрямована в майбутнє, чії дії характеризуються сподіванням отримати дохід і готовністю до втрат».⁴ Цю точку зору розділяв і А. Сміт. Зокрема, у роботі «Дослідження про природу і причину багатства народів» він зазначав: «Кожна людина, яка створює і нарощує власне виробництво, тим самим збільшує багатство суспільства. Кожний, хто збільшує свій капітал, збільшує і капітал суспільства. Не треба державі втручатись у приватні справи, а необхідно створювати умови для їх розвитку».⁵ Саме така точка зору на природу підприємництва була визначальною в XVII-XIX століттях.

З другої половини XIX ст. працями Ж.Б. Сея, А. Маршалла, Л. Вальраса, Ф. Візера, Д.Б. Кларка, фон Тюнена, В. Зомбарта та інших,

⁴ Сахаров В.Е. Малий та середній бізнес. – К.: Національна академія управління, 2003. – С. 23.

⁵ Сміт. А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: 1993. – С. 331-332.

підприємництво характеризувалось як раціональне комбінування факторів виробництва – природних ресурсів, капіталу, праці. У першій же половині XIX століття завдяки працям Й. Шумпетера,⁶ Л. Мізеса, Ф. Хайєка, Р. Коуза, М. Вебера та ін., характеристика змістовності підприємництва доповнилась такими властивостями, як упровадження інновацій, перманентна модернізація і реформування виробництва, його інтенсифікація.

У працях сучасних дослідників (як зарубіжних, так і вітчизняних), визначальною рисою підприємництва вважається впровадження інновацій, подолання традиційних процесів бізнесу, що зумовлюють його консерватизм, проривність бізнесу, ризик. Отже, підприємництво уособлюється діяльністю, яка на основі ризику – ініціює, на основі заповзятливості – організовує, на основі відповідальності – стабілізує і на основі особистої заінтересованості – розвиває ту чи іншу форму виробництва матеріальних або духовних благ у сфері бізнесу – виробництва та обміну. Тобто повністю підтверджує позицію Й. Шумпетера, що підприємництво – творче руйнування рутини.

Господарський кодекс України законодавчо визначає: «підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку». Таке визначення цілком повно відображає існуючі наукові концепції щодо природи підприємництва.

Бізнес же (англ. business – справа, заняття, що пов'язане з особистою вигодою) у загальновизнаному розумінні – підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не суперечить закону і спрямована на одержання прибутку. Це загальноекономічний термін, який характеризує сферу діяльності господарського суб'єкта, його економічний інтерес, величину й обсяги діяльності. У такому розумінні бізнес може розвиватись на основі індивідуальної, партнерської, корпоративної власності і є виразником всякої господарської діяльності - як з проявом підприємництва, так і без нього як звичайної виробничої діяльності.

У практиці господарювання (виробництва продукції, надання послуг, виконання робіт) усі суб'єкти з метою конкретизації їх діяльності поділялись на певні види: завод, фабрика тощо, які узагальнено мали назву «підприємство», а в умовах ринку – «фірма». Їх споріднювальною основою є така господарська діяльність, яка орієнтована на одержання кінцевого результату – прибутку. Саме така господарська діяльність і фігурує як бізнес, на відміну від інших формувань суспільної діяльності (невиробничої, не бізнесової) закладів, установ, організацій тощо.

У зазначеному розумінні «бізнес» більш розширений термін для означення господарської діяльності, ніж «підприємництво». Проте в Україні

⁶ Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. – М.: 1982.

правовий статус має лише поняття «підприємництво», а термін «бізнес» не зустрічається в жодному законодавчому акті. Під бізнесом розуміється господарська діяльність, що уособлює виробництво, надання послуг, виконання робіт, тобто процес економічного відтворення, репродуктивна діяльність у сфері організації виробництва, розподілу та реалізації товарів і послуг. Безумовно, бізнес не може існувати окремо від підприємництва.

Різниця між бізнесом і підприємництвом полягає не в ступені інноваційності, а в тому, що вони співвідносяться як ціле і частина: бізнес є процесом виробництва товарів чи послуг, який об'єднує в цілісну систему фактори виробництва, а підприємництво – один із чинників бізнесу. Тобто бізнес може характеризуватись як низьким, так і високим рівнем інноваційності (підприємливості).

Для усвідомлення відмінностей між бізнесом і підприємництвом важливим є також розуміння їх цільових орієнтирів. Бізнес, як господарська діяльність, безумовно, орієнтований на одержання прибутку, як і підприємництво. Різниця в цільових орієнтирах полягає в тому, що бізнес орієнтований на одержання прибутку переважно на рівні середньої норми як усередненої величини всієї бізнесової системи суб'єктів господарювання країни. Норма прибутку є динамічною, визначається рівнем ефективності використання факторів виробництва та стимулюється загальним науково-технічним прогресом, складовим елементом якого є інновації. Підприємництво ж орієнтоване не лише на одержання усередненого прибутку та надприбутку (вони виступають лише символом успіху), а на створення у виробничому процесі чогось нового внаслідок запровадження певних інновацій при фінансовому, психологічному і соціальному ризику, що і є винагородою – підприємницьким доходом.

Таким чином бізнес є об'єктом власності як відповідної сукупності матеріальних і нематеріальних активів, а підприємництво – особлива функція, форма економічної активності. Якщо бізнес за своєю масштабністю може мати різну розмірність (малий, середній, великий), то підприємництво своєї масштабності не має, оскільки це є функція, яка може проявлятися, або ні. У зв'язку із цим застосування терміна розмірності щодо підприємництва некоректне, а до бізнесу – цілком закономірне: малий, середній, великий бізнес як і відповідні сектори в складі національної економіки: малого, середнього, великого бізнесу. Причому підприємства різної масштабності бізнесу можуть характеризуватись як низьким, так і високим рівнем інноваційності (підприємництва).

Як уже зазначалось, малий бізнес, як початкова форма приватновласницького господарювання, генетично зумовлений підприємництвом – економічно активними суб'єктами, їх енергією, наполегливістю, ризиком. Ось чому малий бізнес характеризується підвищеною підприємливістю у порівнянні із середнім та великим, у структурі яких, як правило, створюються відповідні інноваційно спрямовані функціональні служби. В малому ж бізнесі бізнесмен – власник і підприємець – нероздільні. Ця особливість малого бізнесу зумовлює особливе місце і роль у

становленні ринкової системи господарювання, забезпеченні її стабільності. Це впливає із притаманних функцій малого бізнесу.

Функції малого бізнесу в соціально-економічному розвитку суспільства полягають у такому:

- вирішення проблеми зайнятості. Ця функція проявляється у здатності малого бізнесу створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних і структурних зрушень економіки; коли відбувається вивільнення працівників у підприємствах;

- надання ринковій економіці необхідної гнучкості: швидке реагування на динаміку попиту, збільшення номенклатури товарів і послуг;

- формування в економіці конкурентного середовища: унаслідок великої чисельності суб'єктів малого бізнесу, їх високого динамізму, гнучкості та ініціативи послаблюються процеси монополізації;

- здійснення прориву у важливих інноваційних напрямках: товарних, організаційних, технологічних;

- пом'якшення в суспільстві соціальної напруги і посилення демократизації ринкових відносин;

- надання можливості реалізації неординарних рішень, ідей, формування і вишкіл менеджерів.

Таким чином, мале підприємство як суб'єкт малого бізнесу - це не зменшений варіант великої фірми (компанії, корпорації), а формування, діяльність якого якісно відрізняється від великого підприємства такими специфічними рисами: високим ступенем невизначеності, потенційно більш високою здатністю до впровадження інновацій; постійним розвитком і адаптованістю до змін. Під бізнес-процесом у малому бізнесі розуміється така послідовність операцій, яка починається і закінчується взаємодіями із споживачем.

Саме сьогодні, коли становлення в Україні сектору малих підприємств у національній економіці увійшло у фазу зрілості і потребує відповідності його соціально-економічним функціям, необхідні великомасштабні дослідження з різних аспектів розвитку цього явища. Здійснене дослідження виконано з використанням матеріалів в цілому по Україні, а поглиблені дослідження – на матеріалах Дніпропетровської області.

Н.І. Редіна, к.е.н., доцент, академік АЕНУ

ГЛАВА 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЇЇ ЕВОЛЮЦІЯ В ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

1.1. Підприємництво: рушійний фактор цивілізаційного поступу

Макроекономічний аналіз динаміки створення внутрішнього валового продукту (ВВП) в Україні свідчить про те, що, починаючи з 2000 р., у суспільстві розпочалася якісна зміна соціально-економічної ситуації. Вона полягає в завершенні першого періоду ринкової трансформації економіки, результатом якого стало створення вихідних базових умов майбутньої соціально-ринкової системи суспільства, що функціонує на економічних законах капіталістичного господарювання. На їх засадах подолано причини економічної кризи та породженої нею депресії, розпочалося економічне піднесення. Більш чітко визначилась і змістовність наступного, другого періоду поступу суспільства – завершення формування цілісної системи фінансово-господарського і соціально-політичного механізму функціонування суспільства як послідовно ринкового [5].

Одним із ключових завдань цього періоду є розвиток підприємництва як рушійної сили економічної могутності країни, форпосту демократії та громадськості.

В економічній літературі підприємництво сприймається як специфічний вид економічних дій людей, що змістовно характеризується організаційно-господарським новаторством, пошуком і знаходженням нових, більш ефективних способів використання виробничих ресурсів, реалізацією можливостей підвищення результативності фінансово-господарської діяльності. Тобто підприємництво розглядається як своєрідний вид фінансово-господарського мистецтва, економічної творчості, новаторства, вільного прояву ініціативи, зваженого ризику. Все це потребує не лише високого кваліфікаційно-фахового рівня підготовки працівника, його поінформованості, впевненості, але й відповідного соціально-психологічного стану, націленості на досягнення мети, підпорядкування дій визначальній мотиваційній спрямованості.

У дослідженнях багатьох зарубіжних економістів змістовність підприємництва визначається саме в таких аспектах. Так, Нобелівський лауреат (за 1974 р.) Ф. Хайек сутність підприємництва пов'язує з пошуком нових економічних можливостей щодо досягнення фінансово-господарської цілі – одержання максимального прибутку. Й. Шумпетер розглядає підприємництво як створення нових комбінацій у виробництві. Для нього підприємництво – підвищений ризик, прагнення самостійності, радість творчості. Відтак він називає підприємця "творчим руйнівником", який рушить рутинні консервативні порядки і створює нові, більш продуктивні й прогресивні.

Слід зазначити, що таке розуміння підприємництва й економічної ролі підприємця склалися не відразу. Історично підприємництво пов'язувалося з прагненням людей до багатства, закладеного в них самою природою. Шляхи задоволення цих природних бажань досить різноманітні. Перші підприємці збагачувалися насильницькими методами, зокрема шляхом пограбувань, розбою, шахрайства. В період зародження і легітимізації приватної власності в суспільстві (стародавній Китай, Єгипет, Месопотамія, згодом рабовласницькі Греція, Рим) підприємництво реалізовувалося у більш цивілізованих формах у сферах торгівлі і лихварства. Саме ці види діяльності в економіці зневажливо сприймав Арістотель, назвавши їх "хреманистикою" – корисливістю, нечесною наживою, шахрайством, що проявлялись у лихварстві й торгівлі. Під назвою "підприємництво" воно вперше згадується у XIII ст. у Франції, коли діяльність підприємця уже не обмежувалась торгівлею, а й включала інші сфери прояву, які узагальнено отримали назву *entreprende* - підприємати, робити спробу. Лише у XVIII ст. поняття "підприємець" почали пов'язувати з новаторством, винахідництвом, інтелігентністю, якими характеризують сучасного підприємця. Водночас говориться й про негативні риси цього явища, генерованих сильним прагненням до прибутку, "баришу", "гешефту", прояву ризику заради збагачення. За часів первинного ("стихійного") капіталізму це ті дії, способи збагачення, які К. Маркс мав на увазі, коли зазначив, що для капіталу за умови значної вигоди немає такого злочину, на який би він не ризикнув, хоч би й під страхом шибениці.

Практично на всіх етапах еволюції підприємництва поряд з позитивними присутні й генетично притаманні йому негативні ознаки. Сьогодні негативними сторонами підприємництва є тіньова економіка, уникнення від оподаткування, недоброякісна продукція, неправдива реклама тощо, а в кримінальному прояві – фінансові "піраміди", ошуканство, шантаж, рекет, рейдерство тощо. Тобто змінилися шляхи і методи неправедного збагачення від відвертого розбою, пограбування, піратства, контрабанди, лихварства до різних, більш завуальованих форм зиску. Проте, попри негативні ознаки (які, як рудимент, особливо виразно проявляються в перехідному періоді економіки у фазі слабо-контрольованого економічного лібералізму), підприємництво як позитивно-конструктивний компонент виступає рушійною силою економічного зростання, займаючи авангардні, піонерні напрями діяльності. Його позитивна роль залежить від державної політики легітимізації, регламентації, регулювання й спрямування у русло продуктивної реалізації.

Сучасний період становлення офіційного підприємництва у вітчизняній економіці почався у 80-ті роки з розвитком підяду та оренди, індивідуальної трудової діяльності, кооперативів, відродження відносин приватної власності. Процес легалізації підприємницької діяльності було започатковано Законом СРСР "Про загальні засади підприємницької діяльності". В Україні термін "підприємництво" офіційно визнаний лише прийнятим 7 лютого 1991 р. Законом України "Про підприємництво". Цим

законом підприємництво визначається як самостійна ініціативна, систематична на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та зайняття торгівлею з метою одержання прибутку. Таке розширене трактування підприємництва ототожнює його з бізнесом взагалі, затіняє його феноменальну природу.

Згідно з сучасними уявленнями, підприємництво являє собою специфічний фактор економіки, який є функцією трудових ресурсів, творчої праці. Подібно тому, як ресурс "земля" у виробничому процесі проявляється фактором родючості (за ступенем прояву якого землі поділяються на кращі, середні й гірші) і має чинники, що визначають кількісну розмірність цього фактору, так і трудові ресурси у виробничім процесі можуть характеризуватися дією підприємництва. Підприємництво, як фактор трудових ресурсів, має також різний ступінь (розмірність) свого прояву і формується під дією певних чинників його визначеності у процесі генезису і розвитку. Проявляючись у неординарності особистості й її спонукальній цілеспрямованості, згідно з твердженням багатьох дослідників, у суспільстві воно проявляється в обмеженому виразі – у розмірі 8-12% бізнесменів від загальної маси економічно дієздатного населення. Тобто підприємець - бізнесмен, але не кожен бізнесмен є підприємцем у цьому специфічному розумінні.

Розвиток підприємництва як потужної рушійної сили економічного зростання за сучасних умов має виключно актуальне і високе значення. Успіх цієї справи можливий лише за умови значної активізації основного суб'єкта економіки - людини, що, у свою чергу, зумовлюється відповідними соціально-психологічними настановами, наявним мотиваційним і фінансово-економічним механізмом. Сучасні соціально економічні перетворення нашого суспільства здійснюють люди, які керуються певними уявленнями про майбутній лад ринкової системи, формують певний ідеал майбуття та його привабливі риси. Відомо, що без ідеалу (усвідомленого, чи не зовсім усвідомленого) людина жити, творчо і високоефективно працювати не може. Коли відбувається руйнація ідеалів, то воно породжує бездуховність, уседозволеність, байдужість, спонукає до пошуку нових цілей, нового сенсу життя і праці, форм суспільних відносин. Тому проблема ринкових перетворень тісно пов'язується з корінним поновленням соціальних ідеалів, психологічних настанов, що і визначають мотивацію економічного поведіння людей, змістовність підприємництва.

Отже, підприємництво, як економічне явище, завжди зумовлюється певними умовами, виражає прояв об'єктивних і суб'єктивних чинників, що створюють цілісну систему. Методологічною основою цього явища є розуміння того, що суспільне буття, матеріальні відносини – первинні, а суспільна свідомість, ідеологія – вторинні.

Розгортання системи підприємництва в Україні має специфічні риси, відмінні від сучасних розвинутих країн з ринковою економікою. Ці відмінності полягають у тому, що підприємництво в країнах ринкової економіки є результатом довготривалої еволюції суспільно-економічних

відносин, що прийшли на зміну феодальному устрою шляхом (переважно) буржуазно-демократичних революцій. Ринковий соціально-економічний устрій – капіталістичний. Він ґрунтується на приватній власності на засоби виробництва. Організаційно-правові засади створили суспільний устрій ринкового господарювання поступово шляхом відбору найефективніших форм, тенденцією якого є поступове посилення ступеню усупільнення власності від індивідуальних форм підприємництва (ідеології абсолютного індивідуалізму) до колективізму корпоративного виробництва, управління, культури.

В Україні ж розгортання підприємництва має реверсивний характер: у процесі приватизації громадяни одержали раніше усупільнену власність шляхом ваучеризації та паювання і стали власниками індивідуальними. Проте цей процес має відмінності на великих підприємствах розподіл власності відбувся переважно без надання громадянам їх частки власності у фізичній формі. Це здійснено в наданні права на власність їм вартісної частки з наступним оформленням її у відповідну кількість акцій у закритих (переважна більшість) та відкритих акціонерних товариствах. Тут підприємство здійснюється у форматі крупних та середніх товариств корпоративного типу.

Живильним середовищем індивідуального та групового підприємництва в Україні стали дрібні форми господарювання, більшість з яких представлені сферою аграрного господарювання на основі паювання землі із виділенням площ для розвитку індивідуальних (особистих) селянських господарств, фермерства тощо, та у сфері обслуговування і торгівлі (перукарні, магазини, майстерні, АЗС тощо), або в медицині (стоматологічні кабінети, аптеки тощо).

У зазначених дрібних та малих організаційно-правових формах господарювання відбувається відхід від соціально-психологічної ідеології усупільненого господарювання до приватновласницького одночасно (з погляду на короткий в історичному відношенні час) без еволюційного дозрівання. Тобто відхід в історичному часі на декілька століть назад (тобто до часу буржуазно-демократичних революцій). Наявні в Україні малі форми бізнесу лише зовні відповідають відповідним формам країн з ринковою економікою, економікою усталеною з досконалим правовим забезпеченням, віковим досвідом, ушанованим суспільним визнанням та повагою.

Становлення в Україні системи малого приватновласницького бізнесу зустріло на своєму шляху ряд серйозних перепон, подолання яких потребує певного часу, розуміння їх природи та врахування їх як вихідних передумов.

1.1.1. Передумови соціально-економічної стабілізації і зростання.

Одержані на першому періоді створення соціально-ринкової системи суспільства в Україні позитивні зрушення виявилися надто довгоочікуваними і суспільно дорогими. Вони потребували більших жертв, ніж передбачалось. Особливо відчутною є величезна втрата продуктивного

потенціалу національної економіки, масштаб якої може порівнюватись лише з руйнацією, скоєною за часів Другої світової війни, коли по території України двічі (з заходу на схід та зі сходу на захід) прокотився руйнівний вал оборони і наступу протиборчих сил. Розмір ВВП за депресивний період упав майже на 60%, обсяг виробництва промислової продукції зменшився на 48,9%, сільського господарства – на 51,6%. Реальна заробітна плата населення зменшилася у 3,8 рази, а виплати пенсій - у 4 рази.

Економічне погіршення ситуації в Україні спричинило також і соціальну депресію. В Україні розвинулись негативні демографічні процеси: зменшилась народжуваність і зросла смертність населення. Внаслідок цього його чисельність за останні 15 років зменшилась на 6 млн. осіб. Цей негативний процес депопуляції нації ще триває в більшості регіонів, що небезпечно для майбутнього. Значно посилилась бідність населення та його майнове розшарування. За розрахунками Світового банку, рівень абсолютної бідності в Україні у 1,5 рази перевищує показники сусідніх країн – Польщі й Угорщини [2, с. 67-68].

Територіально будучи у центрі Європи (саме в Україні встановлено геодезичний знак центру Європейського континенту), наша держава за соціально-економічним рівнем на початок третього тисячоліття стала її глухим закутком.

Цілком зрозуміло, що зазначені негативні наслідки є результатом дії сукупності суб'єктивних і об'єктивних економічних і соціально-політичних чинників, розуміння природи яких може зумовити їх усунення.

Серед суб'єктивних чинників найбільш істотним для першопочаткового етапу ринкових перетворень суспільно-економічного устрою в Україні була відсутність бачення чіткої моделі необхідних завдань, натомість чого діяла проста незадоволеність наявним станом. Це було зумовлено несприйняттям суспільством ринкової моделі економіки як кардинально відмінної від уже звичної соціалістичної. Передбачалося лише просте здійснення певних заходів з удосконалення наявної моделі (відоме як «перебудова»), бо перехід до капіталістичної системи соціально-економічних відносин і застосування капіталістичної ідеології сприймалися як абсурд. Самі суспільно-економічні перетворення завуальювалися сором'язливою фразеологією необхідності розбудови ринкової економіки, яка сприймалась розпливчастою, туманною абстракцією, аж ніяк не тотожною дійсно наявному суспільно-економічному устрою найбільш розвинутих країн – капіталізму. Бо сама ідеологія уявлень про капіталізм виступала спотвореним опудалом, невідповідним дійсному стану еволюційованого капіталізму як цілісній системі соціально орієнтованої економіки, що функціонує на засадах приватної власності й демократії. З позиції "наукового" соціалізму цього не могло бути, бо це не вписувалось у його ідеологію.

Зазначена панівна на час початку ринкових перетворень в нашій країні ідеологічна ситуація зумовила відсутність ринкової політичної консолідації нації (про що красномовно свідчить поява понад 100 політичних партій в

Україні без будь-якої ідеології, за виключенням декількох з них) і чіткого бачення конкретики "ринкової розбудови" як програми дій. Натомість розгорнулось протиборство окремих концептуальних уявлень, положень, "моделей", відбулось розмежування політичних сил у суспільстві і Верховній Раді, протистояння різних гілок влади. Це зумовило розвиток шкідливих деструктивних та дестабілізуючих процесів і поглиблення раніше зазначеної соціально-економічної депресії.

Серед об'єктивних чинників затяжної депресії найбільш визначальними були передкризовий (стагнаційний) занепад економіки на етапі застою (що, власне, і засвідчило загальну неспроможність соціалістичної моделі та необхідність її заміни на ринкову), її витратний характер, несприйнятливність до науково-технічного прогресу, монопольна та гіпертрофовано мілітарна структура промисловості тощо. Зміна базисних економічних відносин (відносин власності у процесі роздержавлення й приватизації) не привела до сподіваних глибинних змін і не генерувала соціально-економічної активності в суспільстві. Оскільки приватновласницька модель господарювання (як визначальна основа ринкової – капіталістичної системи економіки) не була масово усвідомленою як реально можлива, то проведена приватизація фактично привела лише до формальної зміни організаційно-правового статусу підприємств, зміни їх вивіски. Тобто працівники приватизованих підприємств формально нібито були визнані співвласниками майново-господарських комплексів підприємств, з оформленням відповідних сертифікатів, паїв, акцій тощо, проте фактично повноцінними господарями вони не стали. Такими "власниками" вони були і раніше за соціалізму, коли згідно з панівною ідеологією загальносуспільної власності все добро в країні належало (як вважалось) тим же громадянам.

Отже, у секторі крупнотоварного виробництва на підприємствах фактична економічна влада залишилась в управлінців, які поступово зосередили у своїх руках і власність, породивши перших явних та тіньових магнатів. Концентрація у їх розпорядженні влади і власності закономірно вивела на перший план реалізацію своїх, а не загальнонародних інтересів. Це знайшло втілення у вивозі за межі держави українського капіталу, а незважена бюджетно-податкова політика стимулювала розвиток тіньових моделей розрахунків, що зумовило появу істотного за розміром тіньового сектору економіки.

Реальний стан постреформної економіки свідчить про відсутність дотепер досконалих і ефективних фінансово-економічних механізмів регулювання функціонування крупнотоварного сектору національної економіки України на послідовно ринкових засадах як прояву державної корпоративної політики. Законодавча нерегульованість корпоративних відносин (про що свідчить відсутність до тепер Закону про акціонерні товариства) призводить до свавілля новоявлених вітчизняних "капіталістів" – ігнорування прав працівників, їх суспільних організацій - профспілок, гарантованого заробітку тощо, що в цілому замінено універсальною формулою працедавця: "не подобається – йди геть". А куди? Це зумовлює

гноблення й експлуатацію основної маси працівників, реанімує цінності неспроможної системи авторитаризму, дає підтримку прокомуністичним політичним партіям. А в результаті – затягує суспільно-політичну депресію, взагалі загрозливу для самих же капіталістів.

Сучасна ринкова економіка має в своєму арсеналі відповідні механізми подолання цих недоліків. Визначальним фактором у цій справі виступає формування в суспільстві середнього класу, класу реальних власників, носіїв ринкової ідеології, відчутного сектору економіки – опори демократії, стабілізатора суспільства. З ідеологічно-політичної точки зору – це дрібнобуржуазне середовище, що постійно генерує капіталістичні елементи. Організаційно-економічно дрібнобуржуазне середовище функціонує як система малого і середнього підприємництва.

Створення в нашій державі середнього суспільного класу підприємців – реальних власників зараз є найбільш актуальним завданням ринкової трансформації українського суспільства. Реалізація цього завдання стримується рядом перепон суспільно-історичного і фінансово-економічного характеру. Бачення і розуміння цих перепон може зумовити їх подолання, що зумовлює необхідність їх більш детального розгляду.

1.1.2. Суспільно-історичні перепони розвитку підприємництва.

Вони полягають у самій природі підприємництва й його соціальній основі – дрібнобуржуазному середовищі. Раніше панівна соціалістична ідеологія вбачала у дрібнобуржуазному середовищі смертельного ворога свого ладу. Ідеалом для комуністичного суспільства виступав пролетаріат, представлений неімущими працівниками, які отримували життєві блага лише внаслідок віддачі суспільству своєї робочої сили. А отримували взамін стільки благ, скільки вважав за потрібне виділити їм партійно-бюрократичний клас чиновників – лише для задоволення примітивних фізичних потреб, формованих як суспільний стандарт рівності в бідності. Образно характеризуючи цю систему, лауреат Нобелівської премії за 1974 р. Фрідріх Август фон Хайек (Німеччина) красномовно визначив її як "шлях до рабства". Рабства комуністичного, де громадяни повинні бути (за виразом Й.В. Сталіна) "гвинтиками" економіки, і не більше.

Ось чому після жовтневого перевороту у 1917 р. (саме так цю подію називав її вождь В.І. Ленін і так вона іменувалась до 1937 р., будучи перейменованою новим вождем "усіх часів і народів" Й.В. Сталіним у Велику Жовтневу соціалістичну революцію), коли відбулося знищення класу капіталістів і експропріації їх власності, більшовики основним своїм ворогом вважали саме дрібнобуржуазне середовище. Воно персоніфіковувалось у містах різноманітними підприємцями (кустарями, ремісниками, торгівцями тощо), а в селі – куркулями. І їх належало знищувати як клас, бо хоча соціальним класом у повному розумінні цей прошарок підприємців не був, проте міг генерувати його появу. Тобто був тим живильним середовищем, яке постійно відроджує підприємця як

господаря-власника, носієм капіталістичної ідеології, ідеології ворожого класу. То ж і мусив загинути як клас, ще не будучи класом.

Слід зазначити, що винищення цього "класу" (ідеологічне і фізичне, шляхом політичних процесів і масових репресій), які наполегливо проводилось протягом життя декількох поколінь населення нашої країни, дало свої сумні наслідки. Багаторічна селекція економічно пасивного працівника-пролетаря як простої "робочої сили" пригнітила під страхом загибелі інстинкт економічного творця. Економічний інтерес працівника спотворено трансформувалася у прояв цинічного "рвача". Обдаровані ж підприємницьким хистом люди були загнані в економічне підпілля: саме вони породили згодом таке явище, яке було представлено "цеховиками", "комбінаторами", "спекулянтами", "фарцювальниками" та іншим економічним криміналом, що розглядався як "пережиток капіталізму". Проте чомусь цей "пережиток" був на диво таким живучим, що пережив і могутню соціалістичну економіку.

Отже, досвід показав, що багаторічний репресійний прес, який застосовувався до підприємництва, дав свої сумні плоди. Навіть після легалізації цього сектору економіки масштаб прояву малого виробничого підприємництва залишається незначним. Характерною особливістю його розвитку на першому періоді ринкової трансформації національної економіки в Україні є переважно захисний прояв, бо мале підприємництво виступило передовсім засобом виживання населення в депресивних умовах. У містах це уособлено у формах індивідуальної торгівлі ("човникова спекуляція", "купи-продай" тощо), а в сільській місцевості – в розвитку присадибного ("сімейного", "підсобного") господарювання. Розвиток же товарних форм малого підприємництва після його узаконення стримувався також дією об'єктивних економічних факторів.

1.1.3. Фінансово-економічні перепони розвитку підприємництва.

Практично у кожній цивілізованій країні мале підприємництво розпочинається з використання стартового – власного, сімейного капіталу. На час узаконення малого підприємництва як легітимного сектору економіки населення України не мало власного капіталу як стартового для заснування приватного бізнесу. Уряд СРСР у кінці 80-х – початку 90-х років ХХ ст. експропріював трудові заощадження народу для врятування стагнуючої економіки соціалізму. Це не принесло очікуваного успіху, а лише продовжило агонію СРСР. Разом з тим соціалістичний устрій ще раз показав своє хижацьке обличчя: лише на Україні у населення було відібрано 89 млрд. рублів заощаджень громадян, що на той час нагромадились на рахунках державного Ощадбанку. А це станом на кінець 1990 р. складало понад 53% ВВП України або по тодішньому валютному курсу, – біля 100 млрд. доларів США. Цих коштів було б достатньо, щоб сформувати в Україні потужний сектор малого підприємництва європейського рівня.

Другою перепону, як уже зазначалось, стала відсутність зваженої

фінансово-економічної політики держави, спрямованої на стимулювання і підтримку розвитку вітчизняного підприємництва. Становлення цього сектору національної економіки відбувалось стихійно і хаотично, лише завдяки творчій енергії підприємців і всупереч ще живому негативному іміджу цієї форми економічної діяльності, породженого ідеологією соціалізму та бюрократичним опором чиновників, носіїв цієї ідеології, бо переважно вони утримались «біля керма» від старої системи.

Інструментом державної фінансово-економічної політики у більшості країн світу є насамперед бюджет. Саме через нього відбувається регулювання соціально-економічного розвитку: централізація коштів у бюджеті дозволяє реалізовувати заходи фінансово-економічної політики. Тому в провідних країнах Європи (Німеччина, Австрія, Бельгія, Франція, Швеція тощо) в бюджеті концентрується 45-65% створюваного ВВП. В Україні ж бюджетом на час розгортання підприємництва передбачалось перерозподіляти лише 23% ВВП, що обмежувало можливість фінансування важливих для країни економічно-організаційних програм розвитку підприємництва і було недостатнім навіть для потреб державного апарату.

Безумовно, за умов ринкової економіки основними регуляторами підприємницької діяльності є кон'юнктура ринку та конкуренція. Проте цей регулювальний механізм, що діє стихійно, поєднується зі свідомим цілеспрямованим державним регулюванням через монетарну, банківсько-фінансову, кредитну, страхову, митну, податкову, антимонопольну та інші види політики. Саме вони визначають соціально-економічний розвиток суспільства.

1.1.4. Сучасні завдання розвитку підприємництва.

Вони визначаються потребою прискорення темпів соціально-економічного зростання, що може бути забезпечене реалізацією ринкових стимулів фінансової стабілізації господарської діяльності підприємств та соціальної стабілізації суспільства шляхом створення середнього класу.

У реальній економічній системі питання необхідності розвитку малих і середніх підприємств – це питання модифікації соціальних і економічних процесів у країні. Найбільш важливим компонентом цієї модифікації є утворення додаткових робочих місць, що створює для держави можливість безболісно вийти з процесу реструктуризації великих підприємств та модернізувати їх технології, внаслідок чого зростає рентабельність, але вивільняється величезний людський потенціал.

Малий і середній бізнес здатний швидше реагувати на кон'юнктуру ринку, знаходити свою нішу щодо виробництва товарів і послуг, а відтак – має більше шансів виживання в періоди нестабільності. Крім того, специфіка малого і середнього бізнесу повністю несумісна з монополізмом і більш результативно реалізує фактор адаптації, що генерується конкуренцією. Підприємництво сприймається як специфічний вид

діяльності, який змістовно характеризується організаційно-господарським новаторством, пошуком і знаходженням нових, більш ефективних способів використання виробничих ресурсів, реалізацією можливостей підвищення результативності фінансово-господарської діяльності. Тобто підприємництво виступає як своєрідний різновид фінансово-господарського мистецтва, економічної творчості, новаторства, вільного прояву ініціативи, зваженого ризику. Усе це сприяє підвищенню рівня економічної грамотності населення, скорочує поле застосування авторитарних управлінських механізмів, створює соціально-психологічний настрій націленості на досягнення позитивних результатів і підпорядкування зусиль визначальній мотиваційній спрямованості [9].

З огляду на зазначене вище, стан розвитку малого підприємництва в Україні може характеризуватись як недостатній щодо суспільних потреб, а фінансово-економічний механізм його регулювання – незадовільний. Привертає увагу навіть певна розпливчатість розуміння і класифікації підприємств у частині виділення в їх складі малих і середніх, що враховується офіційною статистикою. Зокрема, це відноситься до фермерських господарств, тому що в подачі статистичних матеріалів про мале підприємництво фігурувало посилення "без фермерських господарств". Формально нібито вони – малі підприємства, а фактичний статистичний облік подавався без них, виділяючи фермерські господарства в окремий об'єкт обліку. Зараз статистикою враховуються усі форми малих підприємств.

Незадовільною є і структура наявного малого підприємництва та його продуктивність. У складі малих підприємств переважають торгівельні й посередницькі суб'єкти за умови обмеженої частки безпосередніх товаровиробників. Наприклад, у 2000 р. частка виробленої промислової продукції суб'єктами малого підприємництва складала лише біля 3% загального обсягу, тоді як у США, Голландії, Данії та інших розвинутих країнах малий бізнес функціонує як цілком самостійний сектор економіки, комбінуючись із суб'єктами великого бізнесу (як правило виступаючи його субпідрядником та партнером). А частка малих і середніх підприємств у створенні ВВП у Великобританії, Німеччині, Італії, Франції, США, Японії досягає 70%, тоді як в Україні лише 9-10%.

Зростання малого і середнього бізнесу в Україні забезпечується переважно завдяки указам Президента та ініційованого ним законодавства щодо формування регуляторної політики держави. Зокрема, згідно із Указом Президента від 29.07.1997 р., створено Державний комітет України з питань розвитку підприємництва, Указом від 22.02.2000 р. – запроваджено єдину регулятивну політику у сфері підприємництва. Основним завданням її визначено забезпечення оптимального втручання органів виконавчої влади і місцевого самоврядування у діяльність суб'єктів підприємництва, а також усунення правових, економічних та адміністративних перешкод на шляху розвитку підприємницької діяльності. Важливе значення має впровадження спрощеного оподаткування.

За даними Державного комітету з питань регуляторної політики і

підприємництва, загальний рівень розвитку малого бізнесу характеризується показниками, наведеними в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні показники розвитку малих підприємств в Україні

Показники розвитку МП	1995 р.	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
Кількість малих підприємств	96019	217930	233607	253791	272741	283398	295109	307398
до попереднього року, %	111,9	110,6	107,2	108,6	107,5	103,9	104,1	104,2
на 10000 населення	19	44	48	53	57	60	63	66
до попереднього року, %	211,1	110,0	109,1	110,4				
Середньорічна чисельність найманих тис. працівників	1124,9	1709,8	1807,6	1918,5	2034,2	1928,0	1834,2	1746,0
до попереднього року, %	101,9	101,9	105,7	106,1	106,0	94,8	95,1	95,2
на 1 підприємство, осіб	12	8	8	8	7	7	6	6
До найманих працівників в країні, %	5,6	10,8	12,0	13,2	20,9	20,2	19,6	19,0

Джерело: Статистичний щорічник України за 2006 р., с. 300.

Як видно із наведених у таблиці даних, розвиток підприємництва в Україні характеризується високими темпами. Найбільш визначальним є показник зайнятості в цій сфері працівників. Адже збільшення кількості робочих місць – це розширення податкової бази, зростання податкових надходжень до бюджету. За свідченням Державної податкової адміністрації, найбільше навантаження несуть саме пересічні громадяни: наприклад, у 2005 р. 8,4 млрд. грн. податку заплатили ті громадяни, чий щомісячний дохід не перебільшував 400 грн., тобто 75,6% від загальної чисельності працюючих. А зростання малого і середнього бізнесу приводить до зростання кількості оподатковуваних суб'єктів, що важливо для зростання ВВП та розвитку економіки країни. У зв'язку з цим особливого значення набуває режим оподаткування суб'єктів малого бізнесу, спрощення процедури визначення розміру податків та їх стягнення.

Перший крок до спрощеного оподаткування суб'єктів малого

підприємництва було здійснено ще у 1996 р. шляхом уведення фіксованого податку виключно для ринкових торговців. У 1998 р. було розповсюджено систему спрощеного оподаткування на підприємницькі структури, що функціонують не лише на ринку, а й в інших сферах. Перейшовши на спрощену систему оподаткування (до речі, першими в СНД), підприємці України не зменшили виплату податків, вони просто стали спокійніше працювати. У 2000 р. плановий збір від фіксованого податку бюджетом передбачався у розмірі 200 млн. грн., а фактично склав 574 млн. грн., тобто більше у 2,8 рази від очікуваного. У 2001 р. кількість працівників на об'єктах спрощеного оподаткування склала понад 2,1 млн. осіб, або 10,2% населення, зайнятого у всіх сферах економічної діяльності. Розмір податкових надходжень у наступному році перевищив 1 млрд. грн. (1088 млн. грн.).

Слід зазначити, що після введення режиму спрощеного оподаткування у 2002 р. жоден вид існуючих податків не мав такої високої динаміки зростання. Якщо за перший квартал 2002 р. збори від податку на прибуток підприємств склали 16,3% від річного обсягу, податку на додану вартість – 19,0%, податку громадян – 21,5%, плати за землю – 27,5%, плати за торговий патент – 31,0%, то збори від єдиного податку для суб'єктів підприємницької діяльності – 31,4%, тобто зросли найбільше.

Значним імпульсом подальшого розвитку підприємництва було проведення 15 липня 2002 р. Всеукраїнської наради з питань розвитку малого і середнього бізнесу, на якій були прийняті рішення щодо організаційної і фінансово-економічної політики державної підтримки цієї сфери як пріоритетної для перехідної економіки. Оскільки підприємство є важливим для розбудови демократичного суспільства та становлення послідовної соціально-ринкової економіки, то в системі фінансово-економічної політики держави мають бути адекватними і заходи, спрямовані на його підтримку і розвиток.

Якщо в Європі в малому бізнесі зайнято 50-80% загальної кількості працівників, то і в бюджетах цих країн виділяються відповідні кошти на програми його розвитку. Наприклад, у сусідній Польщі (державі перехідної економіки) в 2002 р. в гривневому еквіваленті на розвиток малого бізнесу було виділено 2 млрд. коштів, а в Україні – лише 2 млн. грн. (в 10 разів менше), і то вперше.

Для упорядкування організаційних, фінансово-економічних та інших питань в Україні в 2001 р. вперше була прийнята Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва, затверджена відповідним Законом. З цього часу в Україні розвиток його є органічною частиною соціально-економічної політики держави. Складання щорічних програм розвитку малого бізнесу набуло усталеної практики як і досконала регуляторна політика держави по вдосконаленню фінансово-економічного механізму функціонування цього важливого сектору національної економіки.

1.2. Мале підприємство, його сутність і місце в економіці держави

Узагальнення досвіду розвитку підприємництва в економічно розвинених країнах свідчить про те, що його місце і роль в економіці необхідно розглядати з урахуванням масштабів виробничої та комерційної діяльності суб'єктів господарювання. Як відомо, підприємництво поділяється на мале, середнє і велике, тобто виділяються три його форми. Кожній із них, відповідно, належить важлива роль в економічному розвитку та оздоровленні економіки країни, соціальному переорієнтуванні виробництва, насиченні ринку товарами і послугами та вирішенні проблем науково-технічного прогресу

Все це свідчить про вагомість більш поглиблених досліджень проблем стосовно сутності і подальшого розвитку, зокрема малого підприємництва в умовах сучасної України. Визначальним є те, що ця форма організації підприємництва виступає як один із важливих факторів соціально-економічного розвитку країни

Одним із перших, хто науково підійшов до аналізу малого виробництва, був С. Сисмонді, який у своїй головній економічній праці "Нові початки політичної економії" вводить в економічний аналіз такі поняття, як "малі" і "великі фірми", "мале" і "велике землеробство". Вчений критикує великі підприємства і великі фірми, особливо за негативні соціально-економічні наслідки, породжені ними. Він відзначає, що "між станом поденника і станом великого фермера відстань дуже велика, щоб він міг її перебороти. Тим часом, як при системі дрібної оренди, поденник на свої невеликі заощадження може взяти невелику ділянку, потім перейти на придбану у власність землю". Дрібні фермери, як стверджує С. Сисмонді, не в змозі витримати конкуренції великих ферм і розоряються.

Особливу увагу малому виробництву приділяв англійський вчений Дж. Стюард Мілль, який у своїй книзі "Принципи політичної економії" присвятив суб'єктам малого підприємництва окремий розділ "Про велике і мале виробництво".

В останні роки для української економічної думки характерним є те, що проблемам розвитку малого підприємництва та його сутності приділяється все більше уваги.

Підприємницька діяльність в економічному аспекті виступає на поверхні економічних відносин як багатостороннє, багатоаспектне явище. Але тут визначальним є співвідношення підприємницької діяльності з відносинами власності. У теоретичному та методологічному аспектах взаємозв'язок між цими категоріями, його характер є вихідним стосовно сутності підприємницької діяльності як економічної категорії. У зв'язку з останнім можна погодитися з точкою зору Джеймса А.Ф. Стонера та Едвіна Г. Долана, які приватний капітал розглядають як одну із важливих характеристик малого підприємництва (малого бізнесу). Розвиток малого підприємництва має важливе значення у процесі формування приватної

власності. З одного боку, воно є породженням ринку і приватної власності, а з іншого – стверджує і реалізує приватну власність як і всю систему ринкових відносин.

Суть малого підприємництва закладена в його внутрішніх потенційних можливостях саморозвитку, самовдосконалення, що забезпечує створення та реалізацію ефективного механізму ринкового господарювання, використання різноманітних форм реалізації приватної власності навіть за умов нестабільного ринку. Враховуючи внутрішні переваги, які базуються на потенційних можливостях ефективної ринкової економіки, мале підприємництво стає найбільш активним, провідним, а отже, системоутворюючим елементом формування і реалізації приватної власності. Все це свідчить про те, що розуміння суті малого підприємництва та визначення його довгострокової перспективи неможливе без з'ясування внутрішніх органічних взаємозв'язків між цими категоріями. Для розуміння останнього дуже важливим є те, що приватна власність зумовлює як відчуження, так і привласнення. Взаємодія ж останніх в умовах ринкової економіки носить суперечливий характер, подолання якого досить вагомо може впливати на кінцеві результати підприємницької діяльності.

В основі малого підприємництва лежить приватна власність на засоби виробництва та кінцеві результати виробничої діяльності в різних її формах і видах. Але характерною визначальною особливістю його є діалектична єдність власності, управління і контролю в особі суб'єкта підприємницької діяльності. Саме цей момент і зумовлює те, що в рамках малого підприємництва співвідношення між відчуженням та привласненням не може проявлятися на поверхні економічних відносин як економічне протиріччя.

У процесі виробництва протиріччя між відчуженням та привласненням взагалі не виникає на підприємствах, які засновані, як правило, на власній праці (без найму робочої сили) або з використанням праці членів сім'ї (фермерські господарства, сімейні підприємства, майстерні, громадянсько-підприємці тощо). При використанні ж найманої робочої сили існує закономірність, суть якої полягає в тому, що чим більше підприємство (відповідно, власність), тим більше залучається найманої робочої сили, а отже зростають масштаби прояву вищезазначеного протиріччя. На поверхні економічних відносин воно проявляється як відчуження працівника від конкретного результату його діяльності, оскільки він привласнюється власником засобів виробництва.

В умовах виникнення (посилення) конкурентної боротьби вкрай необхідна зацікавленість усього колективу працівників у високоефективному функціонуванні та розвитку підприємства. З цієї точки зору приватна власність, що реалізується у малому підприємстві, має очевидні переваги порівняно з великими підприємницькими структурами, де використовується лише наймана праця.

З'ясування джерел розвитку власності та їх впливу на формування приватної власності приводить до глибшого розуміння суті малого

підприємництва. Вона полягає в єдності власності, управління і контролю та безпосередньому поєднанні цих складових в особі суб'єкта підприємницької діяльності. В контексті останнього слід зазначити, що мале підприємництво може здійснюватися і на основі використання найманої праці. Досить суттєвим при цьому є те, що не дивлячись на незначний рівень її використання, порівняно з великими підприємствами, власність підприємця, яка задіяна у виробництві в вартісній або уречевленій формах, функціонує як капітал. Це зумовлене використанням найманої праці. При цьому характерною ознакою малого підприємництва є те, що прояв капіталу як власності та прояв капіталу як функції здійснюється в особі його суб'єкта. Тобто “капітал – функція” не відокремлюється від “капіталу – власності”. Це, по-перше.

А, по-друге, суттєвим є і те, що при отриманні підприємцем кредитів капітал як функція передається йому на відповідний період і реалізується ним у процесі його підприємницької діяльності з певною вигодою.

Монополія як великих господарюючих суб'єктів, так і держави на засоби виробництва фактично виступає як економічна основа позаекономічного примушення до праці, позбавляючи власників робочої сили, еквівалентних їхній відчуженій праці матеріальних і нематеріальних благ. Тим самим підривається економічний інтерес до ефективної виробничої діяльності. Як результат, все це свідчить про необхідність прискорення відродження та розвитку ринкової економіки ефективно функціонуючих власників як власників-підприємців і, перш за все, малих приватних власників. У країнах з розвиненою ринковою економікою це представники численного середнього класу, які уособлюють в собі мале підприємництво.

Проте варто зазначити, що ключовим елементом зовнішнього техніко-економічного середовища малого підприємництва є велике підприємництво.

Підприємницьке середовище не може нормально розвиватися та функціонувати без малого підприємництва. Лише в органічному поєднанні та взаємозалежності всіх форм підприємницької діяльності підприємництво, як вагомий сектор економіки, здатне на суттєвий вплив та її подальший прискорений розвиток.

Органічна вагомість малого підприємництва в народногосподарському комплексі витікає із його сутності, що, перш за все, проявляється в якісних особливостях цієї форми підприємництва. У цьому аспекті її можна розглядати через виділення основних характерних особливостей його функціонування і розвитку. Такий підхід заслуговує на увагу насамперед тим, що при цьому мале підприємництво розглядається не як зменшений варіант великого господарюючого суб'єкта, а як самостійний суб'єкт, діяльність якого якісно відрізняється від великих підприємств певними специфічними рисами.

Як уже зазначалося, одним із ключових моментів у підході до визначення сутності малого підприємництва є те, що слід виділяти та враховувати як загальні якісні ознаки підприємницької діяльності, так і

специфічні якісні ознаки кожної із її форм. На основі загальних якісних ознак вирішується одне з першочергових головних завдань – яка діяльність може бути віднесена до підприємницької як певної форми економічної діяльності. Специфічні ознаки виступають як відповідні критерії тієї чи іншої форми підприємництва.

Стосовно специфічних ознак малого підприємництва слід виділити як головне те, що право власності при цій формі реалізується безпосередньо у всіх її аспектах – володіння, розпорядження та використання. При цьому глибинним є те, що приватна власність на засоби виробництва і кінцеві продукти виробничої діяльності в різних її видах і формах складає економічну основу малого підприємництва.

Особливістю малого підприємництва є і те, що відносно невеликі обсяги ресурсів і збуту не дозволяють його суб'єктам одноосібно чинити будь-який значний вплив на ціни і загальний обсяг реалізованого товару. Тобто він, як відокремлений учасник підприємницької діяльності, не може впливати на кон'юнктуру ринку стосовно її формування та розвитку як суб'єкт великого підприємництва. Суб'єкти малого підприємництва лише на основі тотожності та спільності тієї чи іншої форми підприємницької діяльності, її націленості можуть реально впливати на ринкову ситуацію й формування конкурентного середовища.

Мале підприємництво відрізняється також орієнтацією переважно на місцевий ринок і персоніфікованим характером стосунків між підприємцями й клієнтами, оскільки воно розраховано на досить вузьке коло споживачів.

Все вищезазначене свідчить про те, що сфера впливу суб'єктів цієї форми підприємництва носить переважно локальний характер. Масштаби її прояву для одноосібного суб'єкта обмежуються, як правило, рамками місцевого ринку. І навпаки, суб'єкти великого підприємництва можуть одноосібно впливати не тільки на регіональний, а й на національний ринок. Останні можуть реально себе проявляти і як серйозні конкуренти й на світовому ринку.

При малому підприємстві ключову роль у житті підприємства безпосередньо займає його власник. Він цілком відповідає за результати господарювання не тільки через майновий ризик, але й унаслідок своєї прямої залученості до виробничого процесу та до всього, що пов'язане з його організацією.

Для малого підприємництва характерна відкритість доступу та легкість входження до цього виду підприємництва, оскільки для цього не потребуються значні стартові кошти.

Специфічною його рисою є сімейне ведення справи. Підприємство успадковується родичами власника, чим диктується пряме залучення останніх до його діяльності.

Одна із особливостей цієї форми підприємництва пов'язана з характером фінансування. Якщо великі корпорації одержують необхідні ресурси, головним чином, через фондові біржі, то мале підприємство

покладається на порівняно невеличкі кредити банків, власні кошти, “неформальний” ринок капіталів (гроші друзів, рідних).

На відміну від інших форм, для малого підприємництва характерне те, що його суб’єкти беруться за все, за що споживач готовий сьогодні заплатити гроші, тобто за виробництво будь-яких товарів і надання послуг. У цьому випадку товари і послуги розуміють у широкому значенні. Це можуть бути будинки, споруди, житло, майно, споживчі і промислові товари, інформація, інтелектуальний продукт (ідеї, відкриття, патенти), гроші, цінні папери, а також будь-які інші товари, роботи та послуги.

Слід зазначити, що найбільш суттєвими специфічними ознаками, за якими, на наш погляд, мале підприємництво відрізняється від великого є:

1. *Вразливість*. Для малого підприємництва характерне те, що малі підприємства функціонують у більш несприятливому ринковому (економічному) оточенні. При цьому малі підприємства як одноосібні дуже вразливі і боляче чутливі до негативних змін зовнішнього ринкового середовища. Вони цілком залежать від волі випадку, диктату великих фірм, бажання клієнтів та потреб споживачів. При чому, чим менше підприємство, тим воно більш залежне від впливу зовнішнього середовища. Слід зазначити, що висока ступінь вразливості малого підприємництва в значній мірі спричинюється відсутністю ефекту масштабу. Загальновідомим є те, що підприємницька діяльність обов’язково супроводжується економією, якщо це обумовлено масштабом виробництва, коли його середні витрати на одиницю продукції знижуються, а рівень її виходу зростає.

2. *Ризикованість*. У порівнянні з великим підприємництвом мале є більш ризикованим. У невеликого підприємства обмежені можливості одержання необхідної інформації. Більшість підприємств зазнають невдачі через поганий менеджмент. Крім цього, вони значною мірою залежать від постійної фінансової підтримки. А порівняно з великими фірмами у них неоднаковий доступ до ресурсів. Це стосується насамперед ринку капіталів, оскільки банки та інші джерела позичок сприймають суб’єктів малого підприємництва як більш ризиковані, ніж суб’єктів великого. Мале підприємництво не таке стійке, як велике.

3. *Мінливість*. Мале підприємництво є мінливою сферою у тому розумінні, що його суб’єкти здатні адекватно реагувати на відповідні як негативні, так і позитивні зміни в зовнішньому ринковому середовищі. При даній формі підприємництва його суб’єкти мають більші можливості прогнозувати свою діяльність на перспективу, оскільки відповідні необхідні капітали для цього, як правило, невеликі за своїми розмірами і порівняно стислі строки їх формування. За умов дестабілізації економіки, обмеження фінансових ресурсів саме мале підприємництво, яке не вимагає великих стартових капіталів, забезпечує швидке обертання ресурсів та спроможне при певній підтримці найбільш оперативно й економічно вирішувати ті чи інші проблеми ринкової економіки, стимулювати розвиток економічної конкуренції.

4. *Інноваційність*. Мале підприємство відіграє значну роль в інноваціях. Малі підприємства мають переваги у швидкості впровадження інновацій у виробництво та надання послуг. При швидкій зміні стилю керівництва і технологій малі фірми в окремих галузях промисловості можуть краще маневрувати. Так, наприклад, в швейній промисловості малі підприємства можуть займатися не лише роздрібною торгівлею, а й працювати у проектуванні та виробництві. Разом з тим, у високотехнологічних галузях вони іноді можуть також бути серед великих, наприклад, на ринку персональних комп'ютерів.

Як фактор прискореного розвитку та переваги малого підприємства виступає і те, що його суб'єкти, навіть не займаючись безпосередньо певними технічними та технологічними розробками, мають можливість без будь-якого ризику користуватися ними. Ще А. Маршалл, вказуючи на це, підкреслював: "Інтересам дрібного підприємства служать також і ті обставини, що комерційна та виробничо-технічна стійкість у цілому зменшується, і що більшість технологічних нововведень рідко залишається в таємниці надовго після того, як вони пройшли вже стадію експерименту".

При розгляді сутності малого підприємства як економічної категорії слід виходити із того, що вона несе в собі не лише позитив стосовно подальшого розвитку ринкових відносин. Для цієї категорії, як економічних категорій взагалі, характерна і суперечливість. У рамках відносин між господарюючими суб'єктами вона проявляється як основне економічне протиріччя цієї форми підприємницької діяльності.

Ряд українських і російських авторів сутність зазначеного протиріччя зводять до суперечності між високою соціально-економічною значущістю малого підприємства та відносно слабкою життєздатністю суб'єктів цієї форми підприємства, їх особливою вразливістю стосовно економічної кон'юнктури і тиску з боку великих корпорацій, а також адміністративних перешкод. При цьому підкреслюється, що це протиріччя характерне саме для етапу становлення системи ринкових відносин.

Слід зазначити, що суб'єкти малого підприємства діють, як правило, там, де в більш повній мірі реалізуються їх власні економічні інтереси. Основою орієнтуру їх діяльності є такі категорії, як рентабельність та прибуток. А це досить часто може йти на шкоду реалізації проектів соціально-національної значимості. Тобто, це свідчить про те, що інтереси суб'єктів малого підприємства не завжди збігаються з інтересами суспільства. Це останнє проявляється на поверхні економічних відносин як основне протиріччя даної форми підприємницької діяльності.

Загальноприйнятими при підході до визначення сутності економічних явищ є використання не тільки якісних, але й кількісних критеріїв. Якщо в якісному аспекті при загальному підході відмінностей між різними формами підприємства немає, то їх треба шукати і вони можуть проявлятися в кількісному. Якісні і кількісні аспекти мають різне функціональне призначення в підходах до визначення сутності підприємства та його форм. Так, перший забезпечує розкриття сутності

підприємництва як виду економічної діяльності взагалі. Другій же у поєднанні зі специфічними ознаками забезпечує його градацію, тобто розподіл з урахуванням рівня та масштабності підприємницької діяльності. При цьому особливо важливим є те, що без урахування кількісних показників неможливе забезпечення виділення підприємницької діяльності різних рівнів – як великого, середнього та малого підприємництва.

Останнє зумовлено тим, що є технологічний аспект сутності й розмежування підприємництва на окремі його форми. І суть тут полягає в тому, що масштабність відповідних технологій та технологічних процесів у значній мірі визначає розміри необхідних засобів виробництва й авансованого капіталу, а в кінцевому результаті – і розміри самого виробництва як великого, середнього та малого.

Існують два рівні підходів до вирішення питання визначення критеріїв, за допомогою яких можна було б проводити поділ підприємств на малі, середні та великі залежно від розміру. Перший рівень - міжнаціональний та рівень міжнародних організацій, другий - рівень національної держави.

Так, країнами ОЕСР (Організація Економічного Співробітництва та Розвитку) основним критерієм для поділу обрано чисельність працюючих. Згідно з цим критерієм ОЕСР виділяє такі групи підприємств:

- зовсім малі підприємства – від 1 до 19 працівників;
- малі підприємства – від 20 до 99 працівників;
- середні підприємства – від 100 до 499 працівників;
- великі підприємства – 500 і більше працівників.

Практика провідних західноєвропейських країн, наприклад Франції, свідчить про те, що ця система знайшла застосування без будь-яких змін і доповнень.

На противагу цьому в Англії, зокрема, мала фірма – це фірма з числом працівників до 200 чоловік. У цій країні протягом 80-х і на початку 90-х рр. фірми, що мають менше 20 зайнятих, склали 96% від загального числа малих компаній. На частку малого бізнесу припадало 21% товарообігу і 36% робочої сили країни. Тут же кожний восьмий дорослий зайнятий індивідуальним бізнесом. За період 1980-1992 рр. число зареєстрованих малих фірм досягло 1,6 млн., а рівень їхньої виживаності (співвідношення новостворених фірм із збанкрутілими) склав 81%. За ці роки в малому бізнесі виникло понад 1 млн. робочих місць.

В Японії за чинним законодавством до малих належать юридично самостійні підприємства з кількістю працівників до 300 у галузях промисловості, будівництва, транспорту, зв'язку, кредиту, комунального господарства; до 100 – в оптовій торгівлі; до 50 – у роздрібній торгівлі і сфері послуг. В Японії кількість малих підприємств (з числом працівників до 20) у переробній промисловості складає майже 90%, при цьому не менше третини з них є сімейними, які взагалі не використовують найману працю. Ще більше сімейних підприємств у сфері роздрібної торгівлі й обслуговування (близько 60% і 50% відповідно).

Критерій чисельності працюючих є визначальним, але він не є

всеохоплюючим та агрегативним, бо не може враховувати вплив багатьох параметрів, що характеризують підприємство або галузь, у якій воно функціонує. На кількісній критерій класифікації підприємств за розміром можуть впливати:

- 1) рівень фондоозброєності та фондівіддачі;
- 2) рівень застосованої технології;
- 3) обсяг продукції, що випускається;
- 4) обсяг енергії та тепла, що витрачаються;
- 5) сезонність виконання робіт тощо.

В Італії використовуються такі критерії, як чисельність зайнятих та обсяг основного капіталу; у Німеччині основним критерієм, що характеризує підприємство в якості малого та середнього, є концепція єдності права власності та безпосередності управління підприємством.

Відповідно до прийнятої у ФРН методики обліку, до малого та середнього підприємництва належать:

- мікропідприємства – усі особи вільних професій (лікарі, нотаріуси, вчителі, діячі культури та мистецтва, інженери тощо);
- малі підприємства з кількістю зайнятих від 1 до 49 осіб та річним обсягом обороту до 1млн. євро;
- середні підприємства з числом зайнятих від 50 до 499 осіб та річним обсягом обороту від 1 до 100 млн. євро.

В Україні законодавством у якості критерію для віднесення підприємства до категорії малого передбачено:

- обсяг господарського обороту;
- максимальна чисельність працюючих залежно від галузі.

Питання визначення малого підприємництва було врегульовано раніше принаймні двома законодавчими актами, а саме:

- 1) Постановою Ради Міністрів УРСР від 22 вересня 1990 р. «Про заходи щодо створення та розвитку малих підприємств»;
- 2) Законом УРСР «Про підприємства в Українській РСР» від 27 березня 1991 р.

Згідно з цими нормативними документами, основним критерієм є чисельність працюючих:

- у промисловості та будівництві – до 200 чоловік;
- в інших галузях виробничої сфери – до 50 чоловік;
- у науці та науковому обслуговуванні – до 100 чоловік;
- у галузях невиробничої сфери – до 25 чоловік;
- у роздрібній торгівлі – до 15 чоловік.

Тобто, основу вищезазначених нормативних документів України складає галузевий підхід до визначення суб'єктів малого підприємництва.

Деякий інший підхід при визначенні суб'єктів малого підприємництва в Указі Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 12 травня 1998 року, згідно з яким до них належать: індивідуальні підприємці, тобто фізичні особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності та які займаються нею без створення юридичної

особи; підприємницькі організації із статусом юридичної особи будь-якої організаційно-правової форми, що відповідають таким умовам:

- середньооблікова чисельність працюючих за звітний період не перевищує 50 осіб (враховуються всі робітники, в тому числі й ті, що працюють за цивільно-правовими договорами та за сумісництвом);

- обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн. грн. Крім того, в Указі зазначається і така категорія, як мікропідприємства, до яких належать фірми з середньообліковою чисельністю працюючих за звітний період до 10 осіб та за обсягом виручки від реалізації продукції не більш як 250 тис. грн. за рік.

Все вищезазначене свідчить про те, що малі підприємства – це суб'єкти господарської діяльності в межах особливого сектору економіки країни, які визначаються за розміром та масштабами виробництва через критерії, що законодавчо регламентуються і створення яких відбувається у різних галузях національної економіки на основі різних форм власності та будь-якої організаційно-правової форми.

Які ж передумови створення подібних підприємств та завдання, вирішення яких передбачається при цьому? На наш погляд, першочерговими завданнями визначення та аналізу основних передумов, необхідних для створення і функціонування малих підприємств, є:

1. *Визначення частки майна кожного із власників як організаторів малого підприємства.* Досить суттєвим при цьому є те, що малі підприємства створюються з метою ведення ефективного виробництва на основі підприємницької діяльності. Без повного розкриття індивідуальних якостей як організаторів виробництва, так і робітників – у повній мірі це неможливо. Цього можна досягти тільки на основі поєднання в рамках приватної власності функцій володіння, розподілу та використання продуктів виробництва. Якщо через велику різницю в частках майна окремих учасників по організації підприємства хтось із них не буде виступати як суб'єкти такого поєднання, то це, по суті, унеможливило створення підприємства на засадах малого підприємництва.

2. *Соціально-економічна характеристика умов для створення і функціонування малого підприємства в підгалузі, регіоні і їх оцінка.* Ці умови насамперед визначаються шляхом встановлення наявності попиту на продукцію, що планується до випуску на малому підприємстві. Попит, як правило, визначається експертним шляхом на основі повідомлень преси і статистичних даних. Зіставлення попиту на ті чи інші види продукції дозволяє вибрати товари, що користуються найбільшим і найстабільнішим попитом.

Але це тільки одна сторона оцінки умов. Тут також важливо розглянути й оцінити відповідні умови під кутом зору встановлення ступеня насиченості регіону малими підприємствами. Якщо таких підприємств багато, то, очевидно, створення ще одного приведе до посилення конкуренції та боротьби за споживача.

На вибір підгалузі, у якій передбачається створити мале підприємство, істотний вплив справляє наявність пільг, привілеїв, низькі ставки податків

або повне звільнення від них державою, одержання позик на вигідних умовах тощо.

3. *Визначення оптимальних умов для створеного підприємства на відповідному ринку.* У даному випадку необхідно встановити:

- узгодження вибору продукту для виробництва з ресурсним забезпеченням, при можливості в кількох варіантах;

- чи буде обраний товар або послуга вироблятися цілком на утворюваному підприємстві, чи його варто робити в кооперації з іншими підприємствами;

- чи буде вироблений продукт збуватися на ринку самим підприємством, чи за допомогою посередника;

- яка частка інших підприємств в обсязі продажу товарів, вироблених малим підприємством.

4. При *виборі факторів виробництва* важливо встановити:

- наявність конструкторської, технічної та іншої документації;

- наявність виробничих потужностей;

- обсяг оборотних коштів, кількість і фаховий склад працівників;

- умови транспортування і зберігання сировини.

Урахування цих питань тісно пов'язане зі способом утворення малого підприємства. При створенні фірми на базі великого підприємства питання про наявність факторів виробництва не виникає, проте постає проблема визначення умов передачі устаткування малому підприємству.

5. У *статуті* малого підприємства, що складається і затверджується фундаторами, визначається вид підприємства, його найменування і місцезнаходження, мета його діяльності, органи управління і контролю, порядок утворення, майно підприємства, випуск продукції, розподіл прибутку, умови реорганізації і припинення його діяльності.

6. Одержання малим підприємством *права юридичної особи* з дня державної реєстрації в місцевих органах влади.

7. *Оцінка ефективності вкладених коштів* на основі визначення витрат, необхідних для виготовлення і збуту продукції, та їх порівняння з тими цінами, за якими можна буде продавати свої товари.

Практика підприємницької діяльності свідчить, що чинниками її успіху також можуть бути:

- висока кваліфікація. Підприємець сам повинен бути високопрофесійним спеціалістом або найняти того, хто має професійні знання і досвід у вибраній сфері діяльності для виконання відповідних управлінських функцій;

- вдала й обґрунтована ідея виробництва конкретного товару або послуги. Концепція повинна бути чітко сформульована в бізнес-плані і обґрунтована з усіх сторін – фінансової, матеріально-технічної, маркетингу, трудових ресурсів тощо;

- широкі власні контакти. Треба пам'ятати, що нова справа не починається в ізоляції від інших підприємців, менеджерів. Досвід свідчить, що успіху можна досягти тільки за допомогою партнерів, які поділяють ідею підприємця;

- достатні матеріальні й фінансові ресурси та їх концентрація - одне з головних завдань підприємця. Успішний пошук і залучення ресурсів у справу визначає його подальшу ефективність;

- наявність замовлень споживачів. Необхідне глибоке вивчення попиту споживачів, визначення своєї «ринкової ніші», ефективна політика збуту.

Суттєвим аспектом дослідження малого підприємництва є визначення його ролі і місця в національній економіці як одного із головних секторів ринкової економіки і найважливішого фактора економічного розвитку суспільства, зорієнтованого на ринкові методи господарювання.

Слід зазначити, що в економічній науці існує три основних підходи, які визначають місце та роль малого підприємництва в економіці країни.

1. Існує думка, що мале підприємництво є пережитком. Під впливом великих підприємств малі витісняються. Це призводить до того, що мале виробництво втрачає перспективи, крім однієї - залишатися на задвірках національної економіки і чекати своєї загибелі. Як теоретична основа для такого підходу розглядається дія економічного закону переваги великого виробництва. Звідси й офіційна доктрина щодо підтримки різних форм підприємництва: держава повинна орієнтувати свою економічну політику переважно на розвиток великих підприємств. На практиці це означає всебічну підтримку розвитку великих виробничих структур і монополізму. Цілком природно, що практикою була доведена помилковість такого підходу і він не став провідним.

2. Ера великих фірм закінчилася, майбутнє за дрібним виробництвом. Тут стверджується доцільність розвитку переважно малого підприємництва і марність покладання надій на великі компанії в подальшому економічному прогресі. Мова йде про те, що дрібні фірми є абсолютними лідерами в технологічному новаторстві та створенні нових робочих місць. У значній мірі це дійсно так. Проте прихильниками такого підходу зовсім ігнорується той факт, що в глобальному аспекті опорою національної економіки є великі фірми і компанії, оскільки лише вони здатні економічно та технологічно реалізувати відповідні крупні проекти з розвитку окремих галузей виробництва, які є визначальними в загальному контексті економічного та науково-технічного прогресу.

3. Малі та великі підприємства існують на рівних засадах, доповнюютья обопільно перевагами кожного. З урахуванням цього формується офіційна доктрина: держава підтримує і велике, і мале підприємництво, розвиває між ними співробітництво.

Такий підхід, на наш погляд, є найбільш плідним і корисним. В умовах

ринкової конкуренції мале підприємництво здатне забезпечити більшу гнучкість у підприємницькій діяльності, ніж велике. З іншого боку, тільки великі виробничі структури можуть послабити залежність малих від кризових ситуацій. За підтримки великих компаній малі підприємства легше переносять ринкові невдачі.

Виходячи з проведеного вище аналізу, можна зробити такі узагальнюючі висновки щодо функцій малого підприємництва та його ролі в економічному розвитку країни:

1. Мале підприємництво є структуроутворюючим елементом ринкової економіки і складовою її економічної основи. Як уже зазначалося, логічно й історично воно було необхідною передумовою створення конкурентного середовища, первинною вихідною формою ринкового господарювання у вигляді дрібнотоварного виробництва, яке відіграло структуроутворюючу роль в історії становлення економіки ринкового типу.

Відомо, що в умовах вільної ринкової економіки конкуренція є відображенням відносин змагання між господарськими суб'єктами, коли їх самостійна діяльність може в значній мірі обмежувати можливості конкурентів впливати на загальні умови обігу товарів на даному ринку; конкуренція стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач у необхідному обсязі. У такому разі діяльність учасників ринкових відносин набуває динамічного характеру, незважаючи на те, що вона пов'язана з економічною відповідальністю та ризиком підприємця. Тобто, мале підприємництво проявляється як своєрідний позитивний фактор економічного розвитку і сприяє утвердженню конкурентних відносин як антимонопольне за самою своєю природою.

2. Оскільки суб'єкти малого підприємництва оперативно реагують на зміни кон'юнктури ринку, то в умовах індивідуалізації і диференціації споживчого попиту, збільшення асортименту промислових товарів і послуг значно зростає роль цієї форми в подальшому розвитку ринкових відносин.

3. Мале підприємництво виконує не тільки функцію насичення національного ринку, а й сприяє подоланню дефіцитності споживчого ринку та активізації макроекономічної стабілізації під час економічного спаду й недостатнього сукупного попиту.

4. Сприяючи прискореній реалізації нових технічних і комерційних ідей, випуску наукоємної продукції, мале підприємництво тим самим сприяє прискоренню науково-технічного прогресу та його розвитку в формі науково-технічної революції. Наприклад, більшість дрібних фірм, що з'явилися наприкінці 80-х років в Англії, мають найвищу технічну оснащеність. У США на сектор малого бізнесу припадає близько 50% науково-технічних розробок. У 90-і роки відбувався найбільш бурхливий розвиток малих підприємств, які займаються промисловим упровадженням нових виробів. Так, 22,7% малих підприємств тяжіють до вкладення

капіталу в промислове виробництво в формі нових, більш ефективних технологій.

5. Великий внесок робить мале підприємництво у вирішення проблем зайнятості та пом'якшення соціальної напруги. Ця функція виявляється в спроможності малих форм підприємницької діяльності активно впливати на створення нових робочих місць і поглинати вільну робочу силу під час циклічних спадів і структурних зрушень в економіці.

У розвинених країнах на цей сектор економіки припадає в середньому 50% усіх зайнятих і до 70-80% нових робочих місць. Якщо в період кризи 70-80-х років у цих країнах ішов процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, то дрібні форми їх не тільки зберегли, але і створили нові.

6. Важлива функція малого підприємництва полягає в демократизації ринкових відносин, оскільки воно виступає як економічна основа формування середнього класу та сприяє розширенню соціальної бази реформ, що здійснюються на даному етапі. Без орієнтації на таку соціальну базу ринкового середовища, яким є середній клас, втілення в життя реформ приречене на провал.

Узагальнення результатів проведеного дослідження підтверджують тезу про те, що мале підприємництво як в якісному, так і в кількісному відношеннях є багатоаспектний феномен. Очевидно, що це зумовлює необхідність агрегативного визначення сутності малого підприємництва як економічної категорії. А це, на наш погляд, можливе лише на основі типізації його ознак.

У зв'язку з останнім заслуговує на увагу досвід Великобританії, де в економічній практиці на основі поєднання однорідних характерних рис визначені наступні три основні узагальнюючі ознаки малого підприємництва:

1. Невеликий ринок збуту, який не дозволяє фірмі в будь-який мірі справляти серйозний вплив на ціни і обсяги реалізованого на ньому товару.

2. Правова незалежність – власник сам контролює свій бізнес як юридична або фізична особа. Ця якість малого підприємництва дозволяє виключити із числа його суб'єктів філіали великих фірм.

3. Персоніфіковане управління – суб'єкт малого підприємництва бере активну участь в усіх аспектах управління і прийняття рішень.

Не заперечуючи правомірність таких ознак, ми вважаємо, що до останньої ознаки необхідно включити також персоніфіковану майнову відповідальність за результати господарської діяльності, пов'язаної з високим ступенем ризику. Це витікає із того, що суб'єкт малого підприємництва особисто здійснює управлінські функції і приймає ті чи інші рішення в рамках своєї економічної діяльності.

Якщо виходити із проведеного нами дослідження, то стає очевидним,

що цей перелік узагальнюючих ознак недостатній для агрегативного визначення сутності малого підприємництва. Воно повинно відображати також і співвідношення власності, управління та контролю в рамках економічної діяльності підприємця. Стосовно узагальнюючих специфічних ознак ми розглядаємо останнє як органічну єдність в усіх аспектах відносно невеликої за своїми розмірами власності, управління, контролю та безпосереднє поєднання цих складових в особі суб'єкта підприємницької діяльності.

Резюмуючи підходи до розкриття економічної природи малого підприємництва, можна дати узагальнене агрегативне визначення цього феномена як складного багатогранного соціально-економічного явища. Мале підприємництво – це такий особливий вид підприємництва, який у відповідності до вимог економічного закону суспільного поділу праці орієнтований, з однієї сторони, на задоволення суспільних потреб та отримання підприємницького прибутку, а з іншої – на основі відносно невеликої приватної власності на засоби виробництва в різних її формах та видах, що реалізується в діалектичній єдності з управлінням та контролем в особі суб'єкта підприємницької діяльності при високому ступені ризику й інновацій, персоніфікованому управлінні та майновій відповідальності за результати господарювання.

У рамках найзагальнішого підходу до підприємництва об'єктом малого підприємництва є та чи інша певна діяльність його господарюючих суб'єктів. Результати малого підприємництва матеріалізуються не тільки у виробленій продукції та послугах, а й у відповідному доході, який виступає на поверхні економічних відносин і проявляється як матеріальна основа реалізації економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності.

1.3. Становлення і тенденції розвитку малого бізнесу в Україні

Нинішній етап розбудови ринкової економіки в Україні характеризується формуванням малого підприємництва, що обумовлює необхідність оцінки різних аспектів його розвитку та підтримки, визначення шляхів їх удосконалення. У державі накопичений деякий досвід створення і функціонування цього сектору економіки. Суб'єкти малого підприємництва представлені в усіх формах власності та видах діяльності. В Україні проведено значну роботу зі створення правової основи, що сприяє прискоренню процесу становлення малого підприємництва. Практика свідчить про те, що воно розвивається як на основі самоініціативи й самоорганізації суб'єктів підприємництва в межах чинного законодавства, так і приватизації та реструктуризації державних підприємств.

Україна перейшла на новий етап розвитку малого підприємництва. Протягом першого етапу (1986-1992 рр.) на фоні дефіциту товарів та вільної конкуренції почали швидко зростати малі підприємства. Дещо інший вигляд має ситуація за період від 1993 р. і до сьогодні. Нові підприємства з категорії малих з'являються з відносно меншою інтенсивністю. Це пояснюється тим, що на сьогодні більшість видів прибуткової діяльності, які були доступні суб'єктам малого підприємництва, втратили цю доступність, а конкуренція значно посилилася. З іншого боку, безперечним є й те, що держава не повною мірою підтримує цей сектор. Необхідно зважати й на статистичні недоліки, бо, на відміну від інших країн, у показниках діяльності суб'єктів малого підприємництва містяться лише незначні дані про юридичних осіб і не беруться до уваги приватні підприємці.

Одним з основних показників, що характеризують процес становлення підприємництва, є динаміка змін кількості діючих суб'єктів малого підприємництва.

Аналіз становлення цього сектору економіки дозволяє зробити висновок про те, що найбільш активно розвивалася мала форма підприємництва в 1992-1993 рр. після прийняття законів України "Про підприємництво", "Про підприємства України", що підштовхували заповзятливих людей відкрити свою справу. Сприяли цьому і пільги новоствореним малим підприємствам в оподаткуванні, що, з іншого боку, призвело до зменшення кількості кооперативів. Пільги в оподаткуванні надавалися як підприємствам, створеним громадянами, що раніше не займалися підприємницькою діяльністю, так і підприємствам, у які громадяни вносили майно, отримане після ліквідації кооперативів. Якщо мала місце перереєстрація кооперативу в мале підприємство, то такі пільги не надавалися.

Статистичні дані свідчать про те, що у 1999 р., порівняно з 1992 р., кількість малих підприємств збільшилася майже в 4 рази, кількість фермерських господарств – у 2,5 рази, а число кооперативів, навпаки, зменшилося у 6 разів. Суттєву роль в цьому відіграла реалізація Програми розвитку малого підприємництва на 1997-1998 рр., розробленої Міністерством економіки України, та відповідних регіональних програм. Порівняно з 2000 р. кількість діючих малих підприємств зросла на кінець 2006 р. майже на 89,5 тис. одиниць. Загалом за станом 2006 р. у сфері малого підприємництва функціонує 307398 малих підприємств. Це свідчить про істотні, але далеко неповністю розкриті внутрішні можливості розвитку малого підприємництва у країні.

Одним із загальних показників, що характеризують процес становлення малого підприємництва, є динаміка змін чисельності зайнятого населення в цьому секторі.

Дані за цим показником у період з 2000 по 2006 рр. свідчать про стабільну тенденцію формування й розвитку малих підприємницьких структур, оскільки темпи зростання чисельності працюючих у малому

підприємстві високі. Так, кількість зайнятих на малих підприємствах збільшилась з 1709,8 тис. осіб у 2000 р. до 1746,0 тис. осіб у 2006 р., або на 2,1%. Проте в період гострої економічної кризи (зокрема 1993-1994 рр.) малі підприємства не були зацікавлені в розширенні своєї діяльності, особливо у сфері матеріального виробництва. Аналогічна ситуація виникла й у 1996-1998 рр. Якщо в 1996 р. кількість зайнятих на малих підприємствах складала 1159,7 тис. осіб, то у 1998 р. – 1032,4 тис. осіб, тобто зменшилась на 11%. Ситуація стабілізувалась лише після 2000 р. У кризовому періоді спостерігалось також різке скорочення частки працівників малих підприємств у товаровиробничих галузях, зокрема у промисловій сфері, будівництві та сільському господарстві. Так за період з 1993 по 1996 рр. їх частка у промисловості скоротилася з 25,1% до 21%, а в будівництві – з 25,5% до 22%, у сільському господарстві – з 1,2% до 1%. Проте в торгівлі, громадському харчуванні, матеріально-технічному забезпеченні, заготівлях і посередницькій діяльності за цей період спостерігається зростання зайнятих з 24,3% до 35% .

Одночасно зберігається тенденція сталого скорочення кількості зайнятих на одному малому підприємстві. Так у 1991 р. на малому підприємстві в середньому працювало 32,5 осіб, у 1992 р. – 18, у 1993 р. – 13,8, у 1994 р. – 12,4, у 1995 р. – 11,4, у 1996 р. – 11, у 1997 р. – 8 , у 1998 р. – 7, у 1999 р. – 8,5 осіб. У 2006 р. порівняно з 2000 р. цей показник скоротився на 25% і становив 6 працівників.

Отже, в Україні мале підприємництво поки ще не відіграє такої важливої ролі, як в економічно розвинених країнах. Формування і становлення малих форм господарювання також пов'язане з підвищенням підприємницької активності суб'єктів різних форм власності. На сьогодні в Україні законом дозволені приватна, спільна, державна та колективна форми власності.

Якщо розглянути динаміку колективних малих підприємств з погляду форм власності й тенденцій їхнього розвитку, то можна побачити певні зміни у структурі малого підприємництва. У 2006 р. частка підприємств із приватною формою власності складала 95,9%, а з державною та комунальною – 4,1%. На наш погляд, у сучасних умовах розвитку підприємництва в Україні малі підприємства з колективною формою власності стають життєздатними лише за рахунок об'єднання капіталів кількох фундаторів і спільного ведення справи.

У зв'язку з процесами роздержавлення тривають структурні зміни у формах власності малих підприємств, а саме: зберігається тенденція до подальшого зменшення частини підприємств, заснованих на державній формі власності, й збільшення частки приватної форми як за кількістю підприємств, так і за чисельністю працівників. Якщо в 1992 р. на початку масової приватизації кожне п'яте підприємство було державним, то в 2006 р. – кожне двадцять п'яте.

Офіційні статистичні дані, незважаючи на їхню недосконалість та відсутність повноти інформації, все ж дозволяють простежити певні тенденції щодо змін у розвитку малого підприємництва в розрізі галузей народногосподарського комплексу. Нині сфера малого підприємництва України є невід'ємною складовою частиною економіки держави і являє собою зріз усіх її галузей у визначених законодавством межах за чисельністю зайнятих та обсягами виробництва. Найбільша частка малих підприємств у загальній кількості підприємств переважно зосереджена в торгівлі, громадському харчуванні та заготівлі. При цьому частка цих галузей має чітку тенденцію до зростання: за даними статистичної звітності у 2006 р. цей показник становить 34,4%. Частка підприємств сільського господарства та транспорту і зв'язку суттєво не змінилась і залишилась незначною.

У цілому проведений аналіз свідчить про те, що накопичений капітал спрямовується переважно не у виробничу сферу, а на ринок торгово-посередницьких послуг, де швидше і без значних витрат можна одержати великі прибутки. Крім цього, це зумовлене також орієнтацією торгівлі і посередництва на роботу з важко контрольованою готівкою, що дає можливість уникати сплати податків.

Все це є свідченням того, що спрямованість малого підприємництва на торгівельну та посередницьку діяльність є однією з форм прояву його основного протиріччя. І безумовним є те, що часткове вирішення зазначеного протиріччя на рівні форми його прояву можливе лише в органічній єдності з процесом становлення та подальшому розвитку малих форм господарювання. Такий процес повинен характеризуватися не лише кількісними позитивними змінами в малому підприємстві. Він має супроводжуватись і відповідними якісними змінами умов подальшого розвитку малих форм господарювання у сфері матеріального виробництва. Стосовно останнього зазначимо тут лише те, що мова йде про забезпечення відповідного рівня виробництва для малого підприємства.

З 1995 р. починає окреслюватись новий період розвитку малих підприємств, коли можливості надприбутковості практично почали вичерпуватися. Цей період внутрішніх змін у динаміці та структурі малого підприємства позначився істотним скороченням кількості малих підприємств. Основними причинами такого скорочення були насамперед звуження й обмеження тих сфер, що характеризувалися легким досягненням надвисокої прибутковості на шкоду суспільним інтересам, а також втрата надій на безмежні фінансові можливості. Через цілий ряд об'єктивних і суб'єктивних чинників не одержала належного розвитку ринкова інфраструктура, яка покликана обслуговувати ринкову економіку і сприяти розвитку малого підприємства.

У зв'язку з цим слід відзначити також те, що перешкоди для її розвитку залишилися тими самими, що були в попередні роки. До них можна віднести: суперечливість і неповноту чинних нормативно-правових актів;

надмірну зарегульованість ряду економічних процесів та організаційних процедур; невпорядкованість відносин власності і корпоративних прав; відсутність належної системи фінансування й кредитування; невизначеність податкового законодавства й обтяжлива система оподаткування; нерозвиненість ринкової інфраструктури; відсутність внутрішніх мотивацій для інвестицій і впровадження нових технологій; ускладнену систему обліку та звітності; брак професійних знань і досвіду осіб, зайнятих підприємництвом.

Досліджуючи економічну природу життєдіяльності малих форм господарювання, як уже зазначалося, необхідно звернути увагу на те, що важкий тягар оподаткування, обмеженість та нестача матеріально-фінансових і кредитних ресурсів змушує багатьох суб'єктів цієї сфери йти в “тіньову” економіку, або в так званий неформальний сектор економіки.

На наш погляд, суб'єктів малих господарських форм умовно можна поділити на дві групи:

1. Зайняті у формальному державному й недержавному секторі. Сюди входять суб'єкти малих підприємницьких структур, що офіційно зареєстровані, сплачують податки, звітують в органи статистики.

2. Зайняті в неформальному секторі. До нього належать ті представники малого підприємництва, які, хоч і зареєстровані, але не сплачують податків, не звітують в органи статистики, ведуть заборонені чинним законодавством або без спеціального дозволу певні види діяльності.

Існування неформального сектору економіки зумовлене передовсім недосконалістю фіскальної політики. Так, наприклад, сума всіх податків, що припадають на підприємство в Україні, досягає 80% загальної величини його прибутку, тоді як середній рівень оподаткування у світі складає 30-35%.

Слід також зазначити, що неформальний сектор діяв і раніше у вигляді “репетиторів”, “будівельників-шабашників”, перекупників (спекулянтів). Проте в умовах лібералізації економічних процесів характер цього сектору різко змінився. Так, чисельність зайнятих у цьому секторі різко зросла, збільшилася частка прихованої торгівлі, виникло нове для нас явище – вулична торгівля, “човники”. Значна частина людей об'єднує роботу в формальному і неформальному секторах. При цьому негативним є те, що ця частина населення не завжди враховується офіційною статистикою і, як правило, не сплачує податків, не дотримує санітарних норм реалізації харчових продуктів та інших товарів, частково сприяє незаконному ввезенню і реалізації контрабандних товарів.

Розглянуті фактичні матеріали дозволяють зробити висновок про те, що основною причиною зростання неформального сектору економіки є, з одного боку, можливість швидкого збагачення у сфері товарного і фінансового обігу, а з іншого боку, – існують великі труднощі для розвитку легального малого підприємництва, особливо у сфері виробництва. Не можна вважати, що у процесі реалізації економічних реформ проблема

неформального сектору врегулюється сама по собі. Без дієвого впливу з боку державних структур ця проблема не буде вирішена. Головним шляхом інтеграції неформального сектору в суспільне виробництво є його поступова легалізація. Варто звернути особливу увагу й на те, що питання легалізації цього сектору не можуть бути вирішене в короткий термін. Зміни будуть залежати від успіхів у трансформації соціально-економічних відносин, а саме: розбудови ринкових відносин і належної ринкової інфраструктури та відповідного економічного клімату.

На тенденції розвитку малого підприємництва в Україні впливає також динаміка основних макроекономічних показників. Серед них можна визначити такі, як зростання цін і тарифів на енергоносії, сировину, матеріали, транспортні перевезення і послуги зв'язку. Так останніми роками ХХ ст. у країні спостерігався спад виробництва валового внутрішнього продукту. Цей ключовий показник розвитку економіки країни став меншим порівняно з попереднім періодом: у 1994 р. – на 23%, у 1995 р. – на 11,8%, у 1996 р. – на 10%. Реальний ВВП скоротився в 1998 р. порівняно з 1997 р. на 1,7%. Спад виробництва ВВП призвів до зменшення внутрішніх фінансових ресурсів країни та обігу грошей між суб'єктами підприємницької діяльності, зниження купівельної спроможності населення України, обмеженості або відсутності кредитів.

Однак слід визнати, що в 2005 р. порівняно з 2002 р. ВВП зріс на 108%.

Аналіз економічної структури розвинених країн показує, що велика частка ВВП – 67%, створюється у сфері послуг, і в першу чергу – для населення. У 2005 р. частка сільського господарства у ВВП України складала 9,8%, обробної промисловості – 40%, видобувної промисловості – 4,8%, а сфери послуг усього 18%.

Змінити таке становище може тільки прискорений розвиток сфери малого підприємництва, для чого держава повинна створювати необхідні передумови. Узагалі вклад малих форм господарювання щодо створення ВВП становить 10-15% порівняно з 60-80% у розвинених країнах.

Слід звернути особливу увагу на організацію фінансових відносин суб'єктів малих форм господарювання, що базуються на формуванні й рухові фінансових ресурсів, їхньому ефективному використанні. У зв'язку з останнім розглянемо деякі показники фінансово-економічної діяльності малих підприємств. Для визначення фінансово-економічної ефективності діяльності малих форм господарювання проаналізуємо два показники: продуктивність праці та рентабельність.

Розрахунки показують, що 1995 р. середньомісячна продуктивність праці на малих підприємствах склала 946 грн. на одного працюючого. А в народному господарстві – відповідно 782 грн. Отже, продуктивність праці у суб'єктів малого підприємництва була вищою на 20%, ніж у народному господарстві. А вже в 2006 р. продуктивність праці на малих підприємствах досягла 4310 грн. проти 2161 грн. у цілому по країні, або була більшою майже в 2 рази.

Важливим для розуміння особливостей становлення і розвитку малого підприємництва є аналіз ряду його основних показників. Статистичні дані говорять про те, що абсолютне і відносне зростання як кількості, так і основних фінансових показників суб'єктів малого підприємництва є беззаперечним свідченням того, що мале підприємництво реально розвивається і починає проявляти себе як один із чинників економічного зростання і стабільності.

Аналіз даних показує, що в 1995 р. у секторі малого підприємництва на одне підприємство припадало 53,7 тис. грн. виручки від реалізації продукції, виконання робіт та подання послуг, у 1996 р. – 90 тис. грн., у 1997 р. – 250 тис. грн., у 1998 р. – 273,6 тис. грн., у 2000 р. – 201 тис. грн., а у 2006 р. – 293 тис. грн. Ці дані свідчать про поступове зростання цього показника. Виручка від реалізації продукції у 2006 р. порівняно з 2000 р. була більша в розрахунку на одне підприємство на 45,8%. Цей приклад підтверджує висновок стосовно того, що мале підприємництво відіграє важливу роль в подальшому розвитку економіки країни.

Як уже зазначалося, характерною рисою розвитку малого підприємництва є його орієнтація насамперед на торговельно-посередницьку діяльність, а вже потім на промисловість і будівництво.

У 2006 р. обсяг реалізованої продукції всіх малих підприємств склав 90309,0 млн. грн., що у 2 рази більше порівняно з 2000 р. Зростання цього показника значною мірою обумовлене змінами в методиці розрахунків та збільшенням кількості малих підприємств, які відзвітували перед органами держстатистики.

Наведений вище аналіз свідчить про те, що процеси, які відбуваються в даному секторі економіки, супроводжуються як позитивними, так і негативними тенденціями. До позитивних варто віднести такі явища як: збільшення кількості малих підприємств, зростання обсягів реалізованої продукції.

Як уже зазначалося, негативною тенденцією є постійне збільшення частини малих підприємств, зорієнтованих лише на торговельну і посередницьку діяльність. І якщо врахувати низьку частку основних економічних показників малих підприємств за 2006 р. серед загальних даних по Україні, то стає очевидним той факт, що цей сектор економіки ще не посів у країні належного становища.

Становлення і розвиток малого підприємництва має специфіку не лише на галузевому, а й на регіональному рівні. Це викликано тим, що Україна являє собою сукупність неоднорідних територій, кожна з яких має свої особливості та спеціалізацію. Розглядаючи розвиток малого підприємництва в регіональному плані, необхідно зазначити, що індустріально розвиненими є Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська області, а у Вінницькій, Житомирській, Кіровоградській, Полтавській, Черкаській областях переважає сільське господарство. В Одеській, Київській, Харківській областях сільське господарство й індустрія

носять врівноважний характер. У силу цих обставин рівень розвитку малого підприємництва в областях України неоднаковий, що проявляється і в малій приватизації, а відтак – і в створенні малих підприємств.

Статистичні дані свідчать про те, що активно цей процес пройшов у Дніпропетровській, Донецькій, Одеській, Харківській, Львівській областях. Їхня питома вага у загальній кількості створених малих підприємств в Україні станом на 2006 р. склала відповідно – 6,6%, 8,8%, 5,1%, 6,4%, 5,5%.

Про стан розвитку малого підприємництва свідчить кількість діючих малих підприємств із розрахунку на 10000 осіб наявного населення. Як уже зазначалося, у 2006 р. в середньому по Україні цей показник складав 66, що більше порівняно з 2000 р. на 22 підприємства. У Миколаївській, Харківській областях, АРК, містах Києві та Севастополі цей показник значно вищий проти середнього по країні. Значно нижчим від середнього по державі залишається рівень діючих малих підприємств у розрахунку на 10000 осіб населення у Житомирській, Тернопільській, Хмельницькій, Чернігівській, Волинській, Рівненській областях, де цей показник складає від 39 до 45 підприємств.

Практика свідчить про те, що розвиток малого підприємництва на регіональному рівні залежить від економічного потенціалу, наявності кадрів, стану ринкової економіки та її інфраструктури, підтримки з боку органів державної влади. Природно, що ці та інші чинники повинні враховуватися при розробці регіональних програм підтримки малого підприємництва.

Якщо проводити аналіз розвитку малого підприємництва крізь призму розвитку економіки регіонів, то стають очевидними певні територіальні особливості цього процесу, що зумовлено специфікою та рівнем розвитку продуктивних сил.

Проведений аналіз розвитку суб'єктів малого підприємництва показує, що в умовах переходу до ринку, інфляції й економічної кризи в країні становище малих підприємств украї нестабільне і залежить від ряду чинників: вартості сировини, устаткування, рівня платоспроможності населення, важкого тягаря податкової політики тощо. Тому частка малого підприємництва у виробництві й зайнятості, не кажучи вже про інвестиції, залишається в країні вкрай низькою. Воно ще не стало серйозним чинником господарського життя, а його частка не перевищує в окремих регіонах навіть 10%. У державах з високорозвиненою економікою ця частка утримується на рівні до 70%.

Дослідження тенденцій розвитку малого підприємництва в Україні дозволило виділити особливості, які відрізняють його від даної сфери розвинених країн. Основною особливістю вітчизняного малого підприємництва є те, що його становлення і розвиток відбувається в дуже стислий час не еволюційно, а під дією ринкових трансформаційних змін. До інших особливостей відносяться:

- фіскальний по суті підхід до визначення завдань державної підтримки суб'єктів малого підприємництва;

- відсутність достатньої зовнішньої мотивації діяльності суб'єктів малого підприємництва стосовно активної участі в структурній перебудові економіки і як результат – у формуванні нового соціального прошарку – приватних власників;

- низький рівень власної внутрішньої взаємодії суб'єктів малого підприємництва;

- поєднання в межах одного підприємства декількох видів підприємницької діяльності, що унеможлиблює в більшості випадків орієнтування на однопродуктову модель розвитку;

- прагнення до максимальної самостійності в той час, як більшість зарубіжних малих підприємств працює в умовах субпідряду, франчайзингу тощо;

- загальний низький технічний рівень і низька технологічна оснащеність при наявності значного інноваційного потенціалу;

- нерозвиненість системи самоорганізації та інфраструктури підтримки малого підприємництва;

- низький управлінський рівень, нестача знань і досвіду роботи в умовах ринкових відносин;

- недостатній рівень інформаційних, консультативних послуг, що в значній мірі унеможлиблює отримання повної інформації про стан і кон'юнктуру ринку;

- об'єктивно зумовлена орієнтація малих підприємств на посередництво та діяльність у сфері послуг та обміну;

- відсутність стабільних структур і програм, які б здійснювали функцію підтримки суб'єктів малого підприємництва.

Для подолання зазначених негативних тенденцій потрібні заходи кардинального характеру, які б втілювались у відповідних державних програмах.

Негативний вплив на цей процес мають відповідні правові, фінансово-економічні, організаційні та соціально-психологічні фактори. У зв'язку з цим виявляється принаймні декілька основних недоліків, що гальмують сьогодні розвиток усіх форм підприємництва, у тому числі і малого. Перший із цих недоліків пов'язаний із тим, що стрижень сучасної політики уряду полягає в забезпеченні збалансованості й бездефіцитності бюджету на основі фіскального вилучення через високі податкові ставки прибутків підприємців і населення. Це змусило багатьох суб'єктів малого підприємництва, як уже зазначалося, піти в неформальний сектор економіки.

Свідченням останнього є зменшення питомої ваги діючих підприємств до кількості зареєстрованих. Малі форми господарювання щораз ширше використовують практику без оформлення договорів, а також намагаються переводити свої операції у готівковий оборот з метою мінімізації

оподаткування. Такий курс, з одного боку, ліквідує стимули до зростання виробництва й інвестування, а з іншого боку - різко обмежує платоспроможний попит, сприяючи в цілому зміцненню в суспільстві не ринкового, а антиринкового середовища. Таке становище стало закономірним наслідком лібералізації цін в умовах збереження державно-монополістичної структури і неефективності приватизації. Тому загальною передумовою розвитку малого підприємництва є форсування демонополізації й удосконалення методів приватизації, а також лібералізація цін при регулюванні їх співвідношення і прибутків. Саме по мірі вирішення цієї проблеми будуть легально розвиватися малі форми господарювання.

Другий недолік впливає з розпочатої у нас спроби забезпечити перехід до ринку адміністративно-командними методами зверху, ігноруючи основу ринкової системи - заінтересованість підприємця. Тим часом сама логіка створення ринкової економіки потребує спрямування "знизу нагору" - від заінтересованості підприємця до централізованого формування ринкової структури.

Третій недолік, що стримує розвиток малого підприємництва, - це значна обмеженість джерел формування початкового капіталу для масового малого підприємця (власних заощаджень населення, кредитів, приватизаційних чеків, засобів державного фінансування). Перше із названих джерел було знецінено інфляцією, що скоротило цей ресурс у багато сотень разів. Друге джерело практично закрите для малого підприємця великим відсотком за кредит і небажанням комерційних банків інвестувати ресурси в мале підприємство через великий ризик і відсутність необхідних гарантій. Дорожнеча кредитних ресурсів та обмеженість ринку фінансових фондів великою мірою лімітують можливості малого підприємства. Фірми змушені в основному покладатися на власні кошти та капітал приватних осіб.

Четверта проблема - відсутність належної системи державної і суспільної підтримки малого підприємства. На тенденції розвитку малого підприємства, як уже зазначалося, безпосередньо впливає динаміка основних макроекономічних показників.

У зв'язку з цим важливою проблемою є стан нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу, як і підприємства в цілому. Крім того, можна визначити ще й інші проблеми: недостатньо відрегульовані відносини суб'єктів підприємницької діяльності з органами влади і управління; відсутність законодавчого механізму державної фінансової підтримки малого підприємства. Велика кількість законів, нормативних актів, інструкцій заплутує підприємців, які змушені витратити багато часу на вивчення змін до законодавства і втілення їх у свою діяльність. Підприємства піддаються частим і безпідставним перевіркам з боку різноманітних державних органів. Як результат, процес становлення та подальший розвиток малого підприємства в значній мірі

унеможлиблюється, оскільки негативні зовнішні чинники набирають гіпертрофованих форм у своїй дії стосовно суб'єктів малого підприємництва.

Поряд з вищезазначеним слід виділити і п'яту проблему, яка полягає у відсутності інформаційної бази. Для більш повного дослідження і аналізу ряду проблем, пов'язаних із розвитком малого підприємництва, немає належної інформації з боку органів державної статистики. Державна статистика спирається в основному на звіти, що подаються далеко не всіма підприємствами. Уже цим визначається неспроможність державної статистики бути повноцінним джерелом інформації.

Узагальнення результатів проведеного дослідження свідчить про ще недостатній рівень та повільні темпи розвитку малого підприємництва в Україні, що зумовлене вищезазначеними проблемами. Вирішення цих проблем виступає як одна із першочергових життєвих потреб суспільства. І в якості визначального аргументу при цьому виступає об'єктивна потреба використання значного потенціалу цього сектору економіки, що зумовлює необхідність не тільки подальшого, а й прискореного його розвитку.

1.4. Малий бізнес у системі світогосподарських інтеграційних процесів

Логіку розвитку всього Європейського регіону надовго визначили завдання щодо відновлення зруйнованої під час Другої світової війни економіки, недопущення нової європейської війни, а також протидія комунізму. Після закінчення Другої світової війни ООН започаткувала переговори з країнами світу про створення Міжнародної торговельної організації (МТО), яка уособила собою інтеграційну систему співдружності країн. Статут МТО було затверджено прийнятою у 1948 р. Гаванською хартією, а сама Гаванська хартія чинності не набрала. США і парламенти деяких країн відмовилися ратифікувати Угоду про статут МТО.

Представники 23 країн світу розпочали пошук можливостей щодо зменшення протекціонізму в міжнародній торгівлі – було прийнято 45 тисяч тарифних знижок та затверджено правила міжнародної торгівлі. Ці матеріали стали називатися Генеральною угодою з тарифів і торгівлі – аббревіатурою ГАТТ. 1 січня 1948 р. ГАТТ набрала чинності. Норми ГАТТ діяли як звичайний договір, і створення міжнародної організації умовами ГАТТ спочатку не передбачалося. У світі проводилися міжнародні конференції; винятково в рамках цих конференцій до наявних норм могли вноситися зміни й доповнення. Такі міжнародні конференції було названо раундами. До 1994 р. у світі було проведено 8 раундів:

- 1) 1948 р. – Женева, Швейцарія;
- 2) 1949 р. – Аннесі, Франція;
- 3) 1951 р. – Торкі, Великобританія;

- 4) 1956 р. – Женева, Швейцарія;
- 5) 1960-1961 рр. – Женева, Швейцарія, Діл лон-раунд;
- 6) 1964-1967 рр. – Женева, Швейцарія, Кенеді-раунд;
- 7) 1973-1979 рр. – Женева, Швейцарія, Токіо-раунд;
- 8) 1986-1993 рр. – Женева, Швейцарія, Уругвайський раунд.

Хоча серйозним недоліком системи ГАТТ була відсутність інституційної основи, тобто міжнародної організації, результатом кожного з раундів було прийняття нових угод, що регулюють різні аспекти міжнародної торгівлі. Обов'язкового характеру для країн – учасниць ГАТТ угоди ГАТТ не носили. Але велика кількість так званих кодексів, що стосувались регулювання субсидій і компенсаційних заходів, технічних бар'єрів у торгівлі, ліцензування імпорту, митної оцінки й антидемпінгових заходів, стали складовими частинами Угоди про створення Світової організації торгівлі – СОТ. Після набрання чинності СОТ виконання кодексів є обов'язковим для всіх її членів.

Отже, Восьмий Уругвайський раунд, що розпочався у вересні 1986 р. у Пунта-дель-Есте (Уругвай), став останнім раундом багатосторонніх торговельних переговорів у рамках комплексу міжнародних угод ГАТТ. На порядку денному Уругвайського раунду було розглянуто питання про розширення рамок міжнародної торговельної політики та питання створення повноцінної міжнародної організації. На Уругвайському раунді обговорювалися питання про регулювання торгівлі послугами та інтелектуальною власністю, а також здійснення міжнародних інвестицій. Питання про допуск на ринки сільськогосподарської продукції було найбільш складним на сесіях Уругвайського раунду.

У Марракеші (Марокко) у квітні 1994 р. 123 учасники (із 125) переговорного процесу підписали Заключний акт Уругвайського раунду торговельних переговорів і Марракеську декларацію, якою засновувалася Світова організація торгівлі – СОТ. На цьому переговори в рамках ГАТТ було завершено. Генеральна угода з тарифів і торгівлі від 1947 р., урахувавши доповнення, стала називатися Генеральною угодою з тарифів і торгівлі 1947 р. після вступу в силу Марракеської угоди про створення СОТ.

Таким чином, Світова організація торгівлі (СОТ) є спадкоємицею Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), що діяла з 1947 р. СОТ розпочала свою діяльність 1 січня 1995 р. з регулювання торгово-економічних відносин своїх учасників на основі пакета угод Уругвайського раунду багатосторонніх торговельних переговорів (1986-1994 рр.). Ці документи і є правовим базисом сучасної міжнародної торгівлі.

Угода про СОТ передбачає створення дієвого форуму країн-членів для вирішення проблем, що впливають на багатосторонні торговельні відносини, і контроль за реалізацією угод і домовленостей Уругвайського раунду. СОТ функціонує переважно як і ГАТТ, але при цьому здійснює контроль за більш широким спектром торговельних угод (у тому числі й за торгівлею послугами

та питаннями торговельних аспектів прав інтелектуальної власності), маючи при цьому набагато більші повноваження у зв'язку з удосконаленням процедур прийняття рішень і їх виконання членами організації. Невід'ємною складовою СОТ є унікальний механізм вирішення торговельних суперечок. Починаючи з 2001 р., у рамках СОТ відбувається новий раунд багатосторонніх переговорів, започаткований Конференцією міністрів СОТ у м. Доха (Катар). У рамках пакета домовленостей Доха-раунду вперше за історію існування ГАТТ/СОТ представники країн-членів погодилися скасувати всі форми сільськогосподарських експортних субсидій протягом визначеного періоду, а також суттєво скоротити державну підтримку сільського господарства, що спотворює торгівлю сільськогосподарською продукцією.

Основними принципами і правилами ГАТТ/СОТ є:

- взаємне створення режиму найбільшого сприяння у торгівлі;
- взаємне надання національного режиму товарам і послугам іноземного походження;
- регулювання торгівлі переважно тарифними методами;
- відмова від використання кількісних й інших обмежень;
- транспарентність торговельної політики;
- вирішення торговельних суперечок шляхом консультацій і переговорів тощо.

Найважливішими функціями СОТ є:

- контроль за виконанням угод і домовленостей пакета документів Уругвайського раунду;
- проведення багатосторонніх торговельних переговорів і консультацій між зацікавленими країнами-членами;
- вирішення торговельних суперечок;
- моніторинг національної торговельної політики країн-членів;
- технічне сприяння державам, які розвиваються, із питань, що стосуються компетенції СОТ.

Загальні переваги від членства у СОТ можна сформулювати таким чином:

- створення більш сприятливих умов для доступу на світові ринки товарів і послуг на основі передбачуваності та стабільності розвитку торговельних відносин із країнами членами СОТ, у тому числі транспарентність їхньої зовнішньоекономічної політики;
- усунення дискримінації в торгівлі шляхом доступу до механізму СОТ з вирішення спорів, що забезпечує захист національних інтересів на випадок, якщо вони порушуються партнерами;
- можливість реалізації своїх поточних і стратегічних торгово-економічних інтересів шляхом ефективної участі в багатосторонніх торговельних угодах при визначенні нових правил міжнародної торгівлі.

З правової точки зору система СОТ – це своєрідний багатосторонній контракт (пакет угод), нормами і правилами якого регулюється приблизно 97% усієї світової торгівлі.

Цілком зрозуміло, що приєднання України до системи СОТ привело до певного впливу на суб'єктів не тільки великого бізнесу та промисловості, а й малого бізнесу. Ступінь цього впливу і завдання, що постають перед суб'єктами малого підприємництва та їх асоціаціями, залежать від багатьох факторів, але загальний тренд можна визначити з високою вірогідністю – взагалі мале підприємництво України від приєднання країни до СОТ тільки виграє.

Для пояснення цього висновку слід розглянути вплив таких чинників:

- стан розвитку малого бізнесу в Україні;
- види та форми державних програм розвитку малого підприємництва у країнах – членах СОТ;
- основні переваги для малого бізнесу від приєднання країни до СОТ;
- прогнозовані (очікувані) напрями державної політики щодо малого бізнесу в умовах СОТ.

Слід розглянути основні види та форми державних програм розвитку малого підприємництва. Мале підприємництво є універсальним інструментом участі мільйонів громадян як в економічному житті власних країн, так і в системі міжнародного поділу праці, виступає для економічно свідомих громадян своєрідним засобом існування і стимулом до самовдосконалення. Розвиток малого підприємництва у країнах із перехідною економікою є одним з основних чинників як розвитку демократії та побудови середнього класу, так і ступеня ринкових перетворень та відкритості економіки, що забезпечується насамперед рівнем законодавчого забезпечення та якістю системи державного управління.

Зважаючи на те, що система СОТ передусім вимагає нових рішень і процедур саме від державного управління, слід сподіватися й розраховувати, що принципи СОТ стосовно прозорості та передбачуваності державного регулювання мають позитивно впливати на стан і перспективи розвитку національного малого підприємництва. Оскільки проблеми розвитку національного малого підприємництва виходять за межі окремої державної політики і є предметом об'єднання зусиль при реалізації державних політик (економічної, соціальної, цінової, податкової тощо), то вимоги СОТ стають вагомим зовнішнім чинником ліберальних перетворень у самій системі державної політики щодо малого підприємництва.

СОТ не перекреслює і не перерозподіляє значення малого і великого бізнесу на користь великого, а, навпаки, посилює можливості державної політики щодо розвитку малого підприємництва.

У провідних країнах-членах СОТ мале підприємництво визнається одним з основних чинників політичної та соціальної стабільності суспільства. Так, Європейська Хартія малого бізнесу визнає мале підприємництво становим хребтом економіки ЄС, ключовим джерелом робочих місць та інкубатором бізнес-ідей, а намагання ЄС побудувати нову економіку (за положеннями Хартії), будуть успішними лише тоді, коли мале підприємництво перебуватиме в центрі уваги як держави, так і всього суспільства.

У США ставлення до малого підприємництва аналогічне. Так, в Акті малого бізнесу, який затверджено Конгресом США, визнано, що збереження та розширення малого підприємництва є основою економічного добробуту громадян країни, основою національної безпеки США.

Уряд США всіляко сприяє розвитку цього сектору. Структури, покликані реалізувати зазначену мету, двох рівнів – Федеральна (5ВА) і різного роду муніципальні структури. Адміністрацію малого бізнесу США (5ВА) було створено в 1953 р. як незалежне Федеральне агентство з метою надання допомоги, підтримки й захисту інтересів малого підприємництва, збереження вільної конкуренції. Діяльність 5ВА базується на двох основних підходах: орієнтація на конкретного споживача/клієнта й якісно сфокусоване управління. Девіз 5ВА: "Основне в бізнесі – якісне обслуговування клієнта". Однією з основних цілей діяльності 5ВА є створення агентства з високим рівнем ефективності, з малою чисельністю зайнятих і низькою собівартістю послуг. Коло клієнтів найрізноманітніше: безпосередньо малий підприємець, позикодавці, які шукають партнерів, та ін. Агентство має шкалу стандартів найкращого обслуговування та моніторинг. Її вдосконалення відбувається шляхом постійного зворотного зв'язку з клієнтами.

5ВА оперує рядом програм, кожна з яких має свою конкретну мету, сегмент дії, клієнтів та умови участі. Однорідні програми об'єднано у блоки. При цьому, щорічно йде процес відновлення та розвитку вже дієвих і створення нових напрямів. На сьогоднішній день їх близько п'ятдесяти. Найбільш традиційними й великими є: підтримка ділової активності жінок і представників національних меншин, розвиток експортно орієнтованих виробництв, надання допомоги в науково-дослідній роботі, надання послуг адвокатів тощо.

Дві найбільш великі програми – "7а" і "504". Ці програми поділяються на кілька підпрограм. Мета програми "7а" – надання гарантії малому підприємцю, який з якихось причин не має можливості одержати її звичайним шляхом, звертаючись до банку. Залежно від мети, терміну й суми позики гарантія дається на 75% позики для суми не більше 750000 дол., на 80% – для суми не більше 100000 дол.; до 10 років – на оборотний капітал і до 25 років на основний капітал; відсоткова ставка не повинна перевищувати 2,75 процентних пунктів ставки позики. Мета програми "504" – допомога щодо розширення та модернізації вже наявних малих підприємств. Одержавши відповідну інформацію стосовно діяльності компанії, програма "504" дає довгостроковий кредит із фіксованою ставкою фінансування для придбання нерухомого майна, устаткування, технологій.

5ВА дає гарантію під 40% позики, при цьому максимальна сума гарантії не повинна перевищувати 1 млн. дол. Діяльність 5ВА фінансується Федеральним урядом. 72% бюджету спрямовується на кредитування традиційних і перевірених часом програм розвитку малого бізнесу ("7а"); 20% – на подальший розвиток і модернізацію наявних малих підприємств

("504") (цей блок програм відрізняється не тільки низькою собівартістю наданих послуг, а й допомагає в пошуку і придбанні устаткування, здійсненні будівельних робіт тощо за більш низькими розцінками; 7% – фінансування малих підприємств, створених спільним інвестуванням двох і більше компаній; близько 1% – мікрокредити, які, як правило, не є прибутковими, а отже, і високо ризикованими (табл. 1.2).

Проте зі 100% від загальної кількості клієнтів, які обслуговуються Адміністрацією, 85% банкрутують через один рік. Але успіх діяльності тих, які "вижили", відшкодовує втрати національної економіки.

Таблиця 1.2

**Характеристика програм підтримки малого бізнесу в США
(за станом на 01.01.2005 р.)***

Програма	2003 фінансовий рік				2004 фінансовий рік			
	Заяви	%	Сума позики, тис. дол.	%	Заяви	%	Сума позики, тис. дол.	%
Усього	47198	100	10 795 336	100	26 216	100	6 372 270	100
7А	42268	90	9 016 414	84	23 395	89	5 326 384	84
504	4930	10	1 778 922	16	2 821	11	1 045 886	16

* Таблицю побудовано Д.В. Ляпіним та В.Є. Воротіним. (Ляпін Д.В., Воротін В.Є. Регіональні програми розвитку підприємництва: шлях до ефективності. - К.: Український незалежний центр політичних досліджень, Інститут конкурентного суспільства, 2005).

Це лише один із багатьох прикладів підтримки малого підприємництва в країнах-членах СОТ.

1.4.1. Основні очікувані переваги для малого бізнесу від приєднання України до СОТ.

Для сучасного якісного стану системи державного управління в Україні найбільш вагомим для розвитку малого підприємництва є той факт, що система СОТ забезпечує кілька важливих результатів: захист від лобіювання та боротьбу з корупцією.

Захист від лобіювання. В уряді після підписання протоколів СОТ з'являється більше можливостей захищати себе від дій лобістських груп, оскільки торговельна політика здійснюється в інтересах економіки взагалі. Проведення державою політики протекціонізму для окремих галузей передбачає політичний вплив представників цих галузей виробництва на уряд, що порушує конкуренцію, як правило, не тільки в цих галузях, а й в усій економіці. На початку ХХІ століття посилення політики торговельних обмежень призвело до торговельних війн, переможців в якій бути не може,

адже від подібних обмежень страждають навіть сектори, що вимагають державного захисту, сповільнюється економічне зростання і знижується загальний добробут. Приєднання до системи СОТ допомагає уникнути подібних ситуацій: проведення державою політики в рамках принципів СОТ орієнтується на розвиток усіх галузей економіки, а не окремих її частин, що допомагає оптимізувати конкурентне середовище.

Боротьба з корупцією. Система вільної торгівлі також створює передумови для прийняття розумних політичних рішень, боротьби з корупцією, привнесення позитивних змін у законодавчу систему, що врешті-решт сприяє „припливу” інвестицій у країну. Застосування деяких форм нетарифних обмежень, наприклад, імпортних квот, неминуче пов'язане з небезпекою корупції серед чиновників, які розподіляють ці квоти, а отже, одержанням надприбутку компаніями-імпортерами так званої квотної ренти. Прозорість і гласність, тобто забезпечення доступності всієї інформації з правил торгівлі для громадськості; більш чіткі критерії за правилами, що охоплюють питання безпеки і стандартів на продукцію; застосування принципу недискримінації також впливають на політичну ситуацію, унеможливаючи довільне прийняття рішень, обман. Боротьба з корупцією та захист від лобіювання, іншими словами, створення конкурентного середовища, – це результати, що мають стати позитивним фактором для розвитку національного малого підприємництва та посилення його експортного потенціалу. За умов свідомого й послідовного впровадження Урядом конкурентної політики та вимог СОТ можна констатувати, що для України необхідне формування нової державної політики щодо малого підприємництва, яка має відповідати новим реаліям.

Нова державна політика стосовно малого бізнесу, з одного боку, повинна отримати принципово нову якість, а з іншого – має сприяти досягненню нової якості в секторі малого підприємництва.

Очікування від нової політики щодо підприємництва. Нова якість державної політики щодо малого підприємництва має бути пов'язана зі зміною суті системи державного управління. Нова суть державного управління визначається тим фактом, що ця державна влада базується на відповідальності посадових осіб за свої рішення та дії. Рішення державної влади сприймаються та виконуються суспільством, суб'єктами бізнесу та громадянами лише тоді, коли сама державна влада реально виконує свої рішення, а це можливо лише тоді, коли в державі панує верховенство права.

Визначальними принципами нової системи державного управління мають реально стати:

- служіння народу України;
- демократизм і законність;
- доцільність;
- адекватність;
- ефективність;

- збалансованість;
- передбачуваність;
- прозорість та врахування громадської думки.

Тобто ті принципи, які є основою державної регуляторної політики (див. Закон України „Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності" від 11 вересня 2003 р., №1160-IV). Таким чином, слід зазначити, що регуляторна політика в Україні не є українським „ноу-хау", а повністю відповідає вимогам належного державного управління, що сформульовані країнами, які є членами СОТ. Тому побудова нової системи державного управління має відбуватися в результаті впровадження в повсякденну практику органів державного управління України принципів та норм регуляторної політики, що є одним з основних інструментів адміністративної реформи.

Основні положення державної політики розвитку національного малого підприємництва на новий період мають бути сконцентровані навколо проблем збільшення експортного потенціалу та частки доданої вартості в малому підприємстві:

- а) збільшення експортної спроможності національного малого підприємництва;
- б) спрощення доступу національного малого підприємництва до сучасних технологій;
- в) підвищення здатності національного малого підприємництва конкурувати з імпортом;
- г) збільшення доступу національного малого підприємництва до довгострокових кредитів для побудови нових виробництв та послуг, продукція або результати яких використовуються в міжнародній торгівлі;
- д) збільшення доступу національного малого підприємництва до інформації про державні, муніципальні або приватні програми (у тому числі нерезидентів) щодо збільшення спроможності малого підприємництва конкурувати на міжнародних ринках;
- е) адекватне та відповідне представлення інтересів національного малого підприємництва у двосторонніх та багатосторонніх міжнародних торговельних переговорах і домовленостях.

Разом із тим, слід чітко усвідомлювати, що СОТ є лише інструментом, реальні результати застосування якого залежать не тільки від формулювань та досягнутих домовленостей у міждержавних переговорах, а й від належного дотримання принципів СОТ у поточній діяльності Уряду. Саме це й має стати предметом прискіпливого та професіонального моніторингу з боку бізнес-асоціацій на найближчі роки.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 1

1. Вступ до Світової організації торгівлі: нові можливості для України / Фердінанд П., Бурковський І., Селюцька Н., Мовчан В. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – К., 2006.

2. Кужель А. Індикатор демократії // Зеркало недели. – № 29. – 3.08.2002.

3. Лахно С. Членство в СОТ як інструмент використання інвестиційного потенціалу України // Вступ до Світової організації торгівлі: нові можливості для України. – К., 2006.

4. Ляпін Д.В., Воротін В.Є. Регіональні програми розвитку підприємництва: шлях до ефективності. – К.: Український незалежний центр політичних досліджень, Інститут конкурентного суспільства, 2006.

5. Олійник В.Я. Перший період становлення ринкового соціально-економічного устрою в Україні: вихід з депресії і стимулювання піднесення // Вісник ДДФЕІ: Економічні науки. – 2001. – № 2. – С. 10-17.

6. Олійник В.Я. Підприємництво: рушійний фактор економічного зростання, його генезис, еволюція і стимулювання // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Фінансові механізми активізації підприємництва в Україні: НАН України, Інститут регіональних досліджень. – Львів. – 2002. – С. 242-247.

7. Осташко Т. Перспективи сільського господарства після вступу України до СОТ // Вступ до Світової організації торгівлі: нові можливості для України. – К., 2006.

8. Послання Президента України до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2000 р. – К.: Інформцентр Держкомстату України, 2001. – 404 с.

9. Про утворення Центру обробки запитів країн-членів Світової організації торгівлі і Світової організації торгівлі та їх інформування: Постанова Кабінету Міністрів України від 31 травня 2005 р. № 408.

10. Про затвердження плану заходів щодо нейтралізації можливих негативних наслідків у зв'язку із вступом України до СОТ та забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 12 січня 2006 р. № 10-р.

11. Український центр міжнародної інтеграції. Вступ до Світової організації торгівлі: нові можливості для України. – К., 2006.

12. USAID. Чому Україні слід вступати до СОТ? – К.: Україна, 2006.

ГЛАВА 2. СТАНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ЧИННИКИ ЙОГО РОЗВИТКУ

2.1. Становлення малого бізнесу у Дніпропетровській області: сучасний стан, визначальні тенденції розвитку

Малі підприємства – досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме мале підприємство здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого бізнесу набуває особливого значення за сучасних умов, коли відбувається швидка індивідуалізація й диференціація споживчого попиту, прискорення науково-технічного прогресу, розширення номенклатури товарів та послуг.

Малий бізнес мобілізує значні фінансові й виробничі ресурси населення (у тому числі трудові й сировинні), які за його відсутності не були б використані. Особливу роль відіграє мале підприємництво у сфері послуг і торгівлі.

Важливим чинником зміцнення позицій малого бізнесу на сьогодні є консолідованість зусиль його представників зі сприяння підприємницькій діяльності та соціально-економічному розвитку територій в цілому.

2.1.1. Динаміка чисельності малих підприємств

Ефективний розвиток економіки та вирішення соціальних проблем значною мірою залежать від діяльності суб'єктів підприємництва. Однією з форм здійснення підприємницької діяльності є малий бізнес. Життєздатність малих підприємств визначають свобода й простота їхнього створення, пільгова система оподаткування, ринковий механізм ціноутворення. Тому процеси економічних змін знаходять відображення у кількості та структурі підприємств саме малого бізнесу.

Відповідно до даних форм статистичних спостережень зі структурної статистики, на території Дніпропетровської області протягом 2006 р. працювало у сфері малого бізнесу 20453 підприємства, або 81,2% від загальної кількості підприємств області. Взагалі по Україні частка малих підприємств у загальній кількості сягає 85,3%.

За кількістю малих підприємств Дніпропетровська область посідає третє місце в Україні (після м. Києва та Донецької області) і зосереджує в собі 6,7% підприємств малого бізнесу.

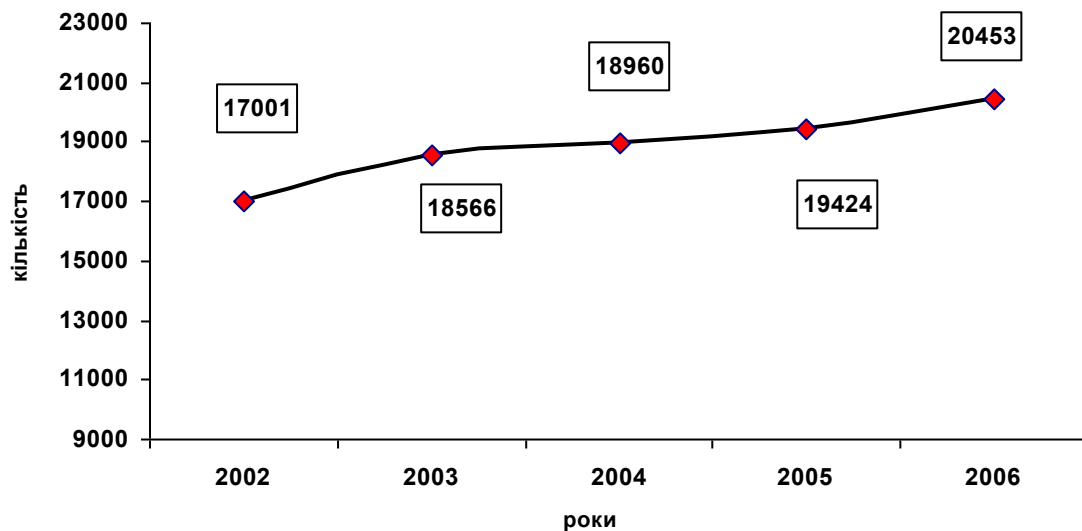


Рис. 2.1. Кількість малих підприємств Дніпропетровської області у 2002-2006 рр.

За останні десять років (1997-2006 рр.) кількість підприємств малого бізнесу Дніпропетровської області зросла більше, ніж удвічі, а протягом 2006 р. – лише на 5,3%. Стале зростання кількості МП спостерігається з 2000 року.

Територіальний розподіл малих підприємств характеризується широким діапазоном. Найбільша їх кількість розташована в обласному центрі (10945), а найменша, як і у попередні роки – в Юр'ївському районі (лише 16). У містах Дніпропетровську, Кривому Розі та Дніпродзержинську зосереджено 75,6% від загальної кількості малих підприємств області.

Зростання кількості суб'єктів малого бізнесу протягом 2006 р. відбувалось в одинадцяти містах та тринадцяти районах області. Найбільше у містах: Дніпродзержинськ – на 12,5%, Павлоград – 10,5, Дніпропетровськ – на 6,8%. Проте по області є території, де відбувалось зниження зазначеного показника. Такими є міста Жовті Води та Синельникове, а також дев'ять районів, серед яких найсуттєвіше – у Дніпропетровському (з 698 до 672 одиниць), Нікопольському (з 188 до 170) та Апостолівському (з 141 до 129 одиниць) районах.

Одним з показників розвитку малого підприємництва є кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення. У середньому по Україні на 10 тис. осіб припадає 66 підприємств. По Дніпропетровській області цей показник поступово зростає (з 2002р. – у 1,25 раза більше) й у 2006 р. склав 60 підприємств, що на 7,1% більше, ніж у попередньому році.

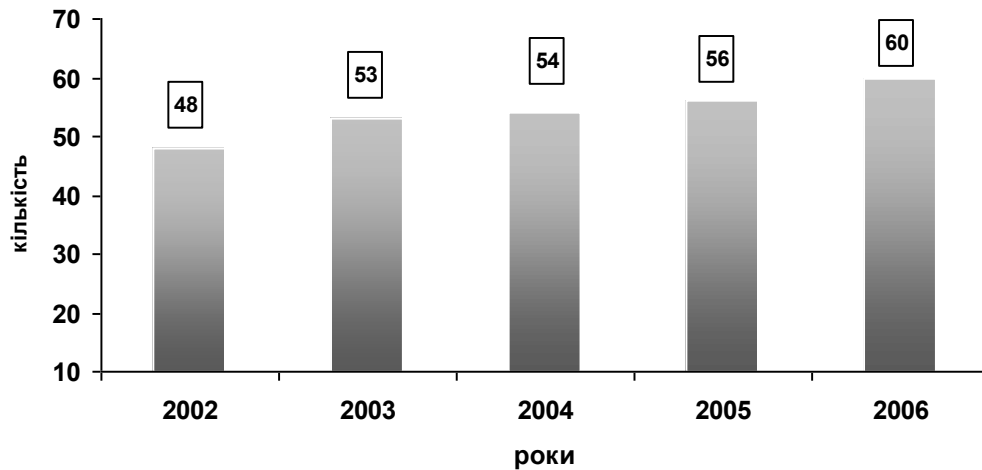


Рис.2.2. *Кількість малих підприємств Дніпропетровської області у 2002-2006 рр. (на 10 тис. осіб наявного населення)*

Розподіл середньої кількості малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення відзначається їх збільшенням майже в усіх регіонах України, крім Донецької, Закарпатської, Рівненської, Херсонської областей та міста Севастополя, в яких цей показник залишився на рівні минулого року. Найбільше зростання спостерігалось у місті Києві (14 підприємств), Автономній Республіці Крим (6), Київській (6), Львівській та Одеській (по 5) і Дніпропетровській (4 підприємства) областях.

Законодавство України надає широкі права щодо створення малих підприємств. Так, засновниками їх можуть бути орендні, колективні, спільні підприємства, кооперативи, акціонерні товариства та інші підприємства й організації, а також громадяни, члени сімей, інші особи, які спільно ведуть трудове господарство. У 2006 р. у Дніпропетровській області було створено 1858 малих підприємств, що на 14,2% більше, ніж у попередньому році. Створення підприємств, як і раніше, відбувалось, головним чином, за рахунок утворення нових підприємств – 98,8% (у 2005р. – 99,1%). Інші події, за рахунок яких утворювались малі підприємства (злиття підприємств в одне, поділ підприємств на декілька та інші), були дуже незначними. Частка малих підприємств у загальній кількості створених протягом 2006 р. становила 90,8%.

Протягом останніх років провідним видом економічної діяльності новостворених підприємств є торгівля – на неї припадає 40,2% від загальної кількості створених у 2006р. об'єктів малого бізнесу. На другому місці – підприємства, що займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та надають послуги підприємцям (18,6%). Майже

рівними частками у малому бізнесі області представлені створені підприємства будівництва та промисловості (15,7% та 12,1% відповідно).

Залишається низькою та зменшується кількість створених підприємств за видами діяльності “рибальство, рибництво”, “охорона здоров’я та соціальна допомога” й “освіта”.

Кількість підприємств, що припинили діяльність у 2006 р., у 2,8 раза перевищує кількість створених підприємств і дорівнює 5197 одиниць (суб’єктів), 85,7% із них – тимчасові, які планують у подальшому її поновити. Водночас 9,2% підприємств перебувають у процесі ліквідації, 2,6% ліквідовано повністю, інші причини становлять лише 1,7%. Найбільше серед підприємств, що припинили свою діяльність, – це підприємства торгівлі (42,7%).

У Дніпропетровській області разом з позитивними тенденціями розвитку малого бізнесу спостерігаються й негативні: постійно зростає кількість суб’єктів, які припинили свою діяльність, майже не відбувається створення підприємств малого бізнесу у сільських районах області.

2.1.2. Реалізація продукції (робіт, послуг) підприємствами малого бізнесу.

Із загальної кількості малих підприємств України, що діяли у 2006 р., фактично реалізовували продукцію та надавали послуги 206,2 тис. малих підприємств, або 67,1%, що менше проти 2005 року на 2,5 відсоткових пунктів. Малими підприємствами реалізовано продукції (робіт, послуг) на суму 90,3 млрд. грн., більше половини обсягу реалізованої продукції, виконаних робіт та наданих послуг належить малим підприємствам восьми регіонів: міста Києва (23,9%); Дніпропетровської та Донецької (по 8,3%); Харківської (6,2%); Одеської (5,4%); Львівської (4,8%); Запорізької (4,2%) та Київської (4,1%) областей.

Протягом 2006 р. малими підприємствами Дніпропетровської області реалізовано продукції, надано послуг (у фактичних цінах) на 7515,2 млн. грн. (проти 6502,4 млн. грн. у 2005 р.). Дніпропетровська область разом з Донецькою поділяє друге місце щодо обсягів реалізованої малим бізнесом продукції, робіт, послуг в Україні. На жаль, на малі підприємства припадає лише 3,2% обсягів реалізації по області, тоді як по Україні цей показник у середньому складає 4,8%.

У 2006 р. мали обсяги реалізації продукції, робіт та послуг 14578 підприємств малого бізнесу області (71,3% усіх малих підприємств), що на 0,9% більше, ніж у 2005 р.

Кількість малих підприємств Дніпропетровської області, що здійснювали реалізацію продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності

Види господарської діяльності	2002 р.		2003 р.		2004 р.		2005 р.		2006 р.	
	кількість підприємств	частка у загальній кількості, %	кількість підприємств	частка у загальній кількості, %	кількість підприємств	частка у загальній кількості, %	кількість підприємств	частка у загальній кількості, %	кількість підприємств	частка у загальній кількості, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<i>Всього</i>	13496	100	14482	100	14612	100	14447	100	14578	100
у тому числі										
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	437	3	459	3	466	3	448	3	452	3
Промисловість	1852	14	1963	14	1941	13	1835	13	1781	12
Будівництво	1124	8	1249	9	1351	9	1408	10	1505	10
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	6143	46	6193	43	6012	41	5683	39	5579	38
Діяльність готелів та ресторанів	350	3	365	3	338	2	332	2	318	2
Діяльність транспорту та зв'язку	486	4	565	4	588	4	594	4	614	4
Фінансова діяльність	128	1	147	1	144	1	152	1	163	1
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	2229	17	2713	19	2954	20	3188	22	3410	23

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Освіта	105	1	119	1	121	1	117	1	101	1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	140	1	168	1	181	1	173	1	182	1
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	482	4	518	4	494	3	487	3	444	3

Незважаючи на те, що Дніпропетровська область – промисловий регіон, провідним видом економічної діяльності за обсягом реалізованої продукції, як і на початку розвитку малого бізнесу, є торгівля (46,9% загальної суми реалізації у 2006 р.). Друге місце посідають підприємства, що займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та наданням послуг підприємцям (14,5%), третє – промислові підприємства (12,1%).

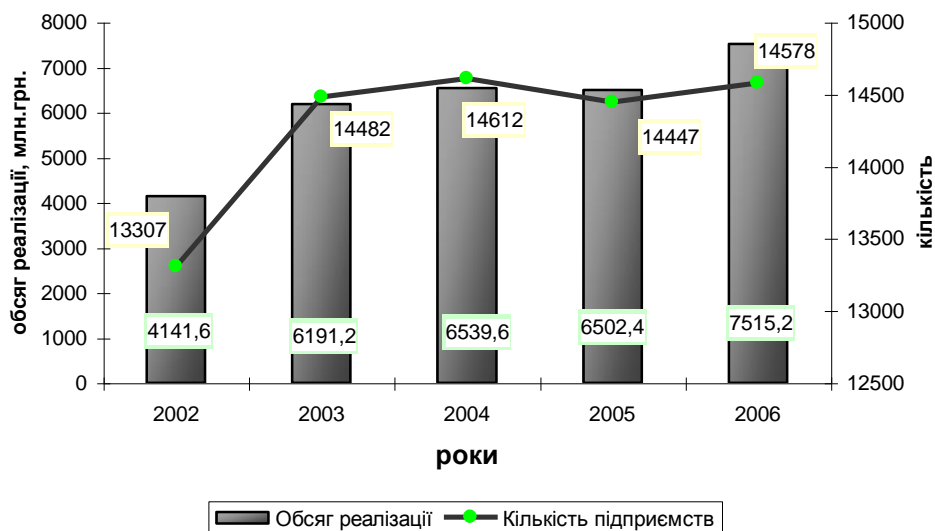


Рис. 2.3. Реалізація продукції (робіт, послуг) малими підприємствами Дніпропетровської області у 2002–2006 рр.

Середній обсяг реалізації продукції (робіт, послуг) у розрахунку на одне мале підприємство, що діяло в області, протягом останніх п'яти років збільшився у 1,6 раза (з 311,2 тис. грн. у 2002 р. до 515,5 тис. грн. у 2006 р.).

У загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) малих підприємств найбільшу частку складають обсяги реалізації підприємств

міст Дніпропетровська (58,3%), Кривого Рогу (15,3), Дніпродзержинська (4,7), Павлограда (2,7) та Нікополя (2,1%).

Водночас в індустріальних регіонах області малі підприємства не відіграють значної ролі щодо реалізації продукції, робіт та послуг. Частка малих підприємств у загальному обсязі реалізації продукції в області була найнижчою у містах з високо розвинутою важкою індустрією, зокрема у містах Дніпропетровську та Кривому Розі по 2,9%, Дніпродзержинську – 2,3%, Нікополі – 2,2%.

Проте у регіонах області, економіку яких не обтяжують великі підприємства промисловості, частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств набагато перевищує середньообласний показник. Так, у Апостолівському районі частка малих підприємств у загальному обсязі реалізації у 2006 р. склала 44,2%, у Петропавлівському – 31%, у П'ятихатському – 26,5%, у Васильківському – 22,4%.

Збільшення обсягів реалізації продукції малими підприємствами досягнуто завдяки малим підприємствам міст Новомосковська (більш ніж на чверть), Нікополя (на 24,9%), Орджонікідзе (на 21,9), Дніпропетровська (на 16,1), Павлограда (на 15,7%) та Солонянського (у 1,7 рази), Дніпропетровського (у 1,5 рази), Томаківського (на 42,2%) районів.

Зменшення обсягів реалізації продукції (робіт, послуг) відбулося у 2006р. на малих підприємствах міст Марганця (на 12,3%), Першотравенська (на 1,5) та П'ятихатського (на 20,1), Верхньодніпровського (на 12), Юр'ївського (на 9,9), Софіївського (на 3,5%) районів.

2.1.3. Ринок праці у малому бізнесі

Як зазначено у Законі України “Про державну підтримку малого підприємництва”, воно розглядається як “провідна сила в подоланні негативних процесів в економіці та забезпеченні сталого позитивного розвитку суспільства, як одна зі сфер забезпечення зайнятості населення, запобіганню безробіттю та створення нових робочих місць”.

Проте останнім часом на ринку праці спостерігається негативна тенденція – зменшення кількості працівників, зайнятих у сфері малого бізнесу.

За підсумками 2006 р. кількість зайнятих працівників на малих підприємствах України становила 1816,6 тис. осіб, у тому числі найманих – 1746,0 тис. осіб, що становить відповідно 19,6 та 19% від загальної кількості зайнятих та найманих працівників по країні загалом. Як і в цілому по економіки, подібна ситуація спостерігається майже в усіх регіонах, за виключенням Автономної Республіки Крим, де кількість зайнятих працівників збільшилась проти попереднього року на 0,7%.

У 2006 р., як і минулого року, кількість працюючих на одному малому підприємстві Дніпропетровської області становила 6 осіб. Середня кількість

найманих працівників на малих підприємствах поступово зменшується: з 8 осіб у 2001 р. до 5 осіб у 2006 р.

Протягом 2006 р. на малих підприємствах області, було зайнято 121,4 тис. осіб, що на 2,6 тис. осіб, або на 2,1 % менше, ніж у 2005 р. До складу цієї категорії працівників відносяться наймані та неоплачувані працівники (власники, засновники та члени їхніх сімей). Кількість найманих працівників у 2006р. скоротилася на 3,2% або на 3,7 тис. осіб, натомість кількість неоплачуваних працівників збільшилась на 14% або на 1,1 тис. осіб.

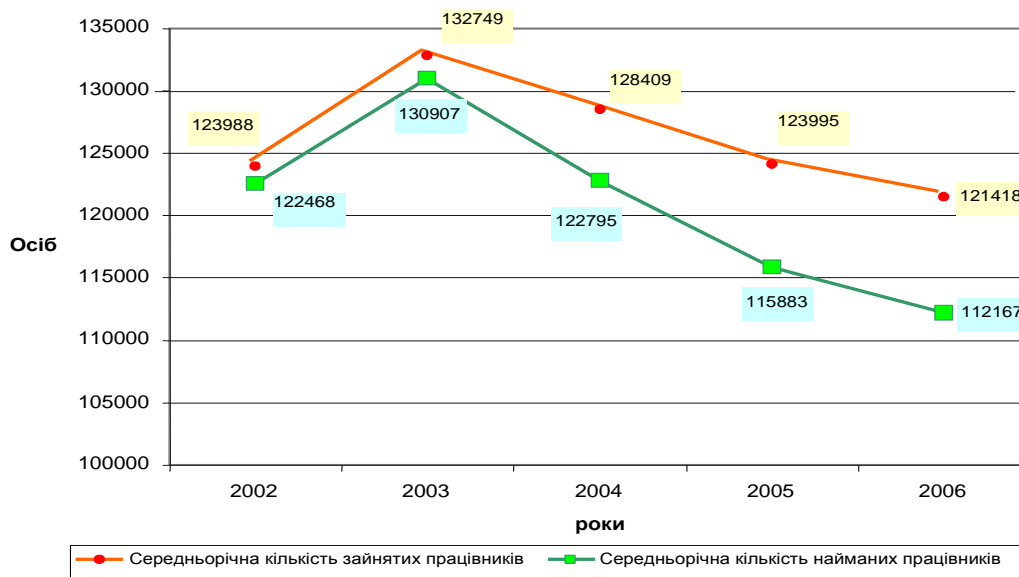


Рис. 2.4. Кількість зайнятих та найманих працівників малих підприємств Дніпропетровської області у 2002–2006 рр.

Рівень зайнятості на малих підприємствах (кількість найманих працівників у відсотках до кількості населення у працездатному віці) у 2006 р. становив 5,4%, що на 0,8 в.п. менше відповідного показника по Україні.

Слід зазначити, що у 2006 р. скоротилась кількість працівників, працюючих на умовах неповного робочого часу (на 30,6%), і склала 5,9 тис. осіб. Протягом звітного року кожен штатний працівник облікового складу відпрацював у середньому 1744 людино-години, що становить 87,4% нормативних витрат робочого часу.

У 2006 р. кількість зайнятих працівників зменшилась майже за всіма видами діяльності, окрім: охорони здоров'я та надання соціальної допомоги (збільшилась на 11,9%), операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу й надання послуг підприємцям (на 9,3%) та фінансової діяльності (на 7,9%). Найсуттєве зменшення зазначеного показника спостерігалось в освіті (на 28,5%), добувній промисловості (на 23,5%), рибальстві та рибництві (на 15,6%).

За загальною чисельністю працюючих у малому бізнесі виділяються міста Дніпропетровськ – 61,5 тис. осіб, Кривий Ріг – 20 та Дніпродзержинськ – 7,1 тис. осіб, а також Дніпропетровський район – 3,9 тис. осіб.

Незважаючи на збільшення кількості суб'єктів малого бізнесу, у 2006 р. спостерігалось зменшення кількості найманих працівників малих підприємств. Суттєве зменшення відбулося у П'ятихатському (на 32,1%) та Юр'ївському (на 27,9%) районах.

Незначне збільшення спостерігалось у містах Тернівка (на 7,6%), Павлоград і Новомосковськ (по 3,3%) та у Томаківському (на 8,9%) і Царичанському (на 4,3%) районах.

Проте середній показник кількості працюючих на одному підприємстві протягом 2006 року не змінився і склав 6 осіб, як і минулого року. Найбільш численними були підприємства, основним видом діяльності яких є "освіта" – 11 осіб, "сільське господарство, мисливство та лісове господарство", "надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту" – по 9, "промисловість", "діяльність транспорту та зв'язку" – по 8 осіб. Найменше працювало у сфері торгівлі, ремонту автомобілів та предметів особистого вжитку – у середньому по 3 особи на підприємство.

Одним із показників економічної діяльності підприємств є заробітна плата. Це винагородження, яке виплачують працівникові за виконану ним роботу (ст. 1 Закону України „Про оплату праці”). Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та економічної діяльності підприємства.

За підсумками 2006 р. на підприємствах малого бізнесу було зайнято 121418 осіб, фонд оплати праці яких складав 783,3 млн. грн.

Середньомісячна заробітна плата найманих працівників становила 581,96 грн. і порівняно з 2005 р. зросла більш, ніж на третину.

Протягом 2002-2006 рр. по області середньомісячна заробітна плата на підприємствах малого бізнесу поступово збільшувалась.

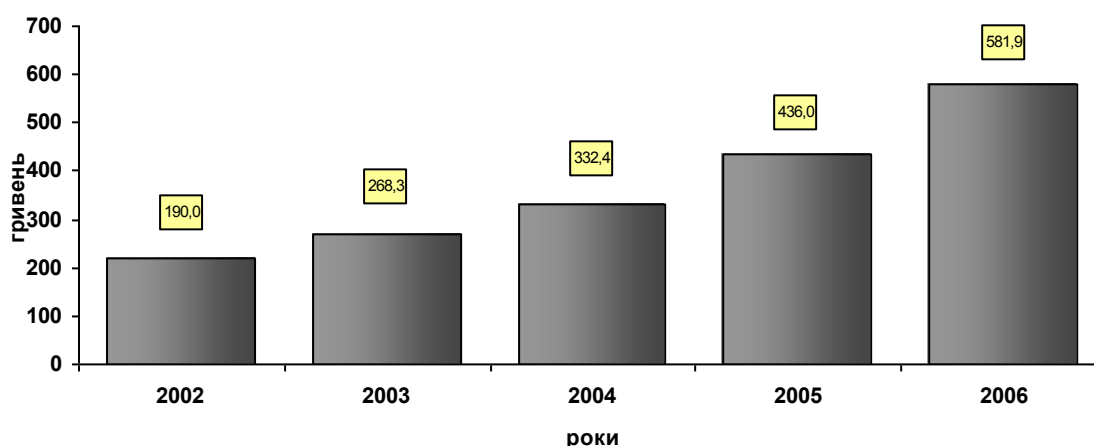


Рис. 2.5. Середньомісячна заробітна плата працівників малих підприємств Дніпропетровської області у 2002-2006 рр.

Зростання середньомісячної заробітної плати відбувалося на підприємствах усіх видів економічної діяльності.

У 2006 р. найвищий рівень оплати праці був у працівників, зайнятих на підприємствах фінансової діяльності – 714,87 грн.; операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та наданням послуг підприємцям – 690,34; освіти – 678,09; будівництва – 665,52 грн.

Водночас серед працівників, яким було нараховано заробітну плату, значно меншу за середньообласний рівень, перебували працівники, зайняті на підприємствах рибальства, рибництва – 271,70 грн.; в установах охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 444,19; на торговельних підприємствах – 477,28; у готельному та ресторанному бізнесі – 479,65 грн. У промисловості, зокрема, середньомісячна заробітна плата залишається низькою на підприємствах з виробництва шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів – 360,21 грн.; текстильного виробництва, виробництва одягу, хутра та виробів з хутра – 406,08; виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 428,36 з оброблення деревини та виробництва виробів з деревини – 439,21 грн.

Протягом звітного року низький показник оплати праці був на підприємствах м. Першотравенська – 406,19 грн., а найвищий рівень середньомісячної заробітної плати по містах області спостерігався на малих підприємствах міст Вільногірська – 661,18 грн. та Дніпропетровська – 618,08 грн., що відповідно на 13,6% та 6,2% більше за середньообласну. По районах за рівнем оплати праці виділялись підприємства Широківського (646,85 грн.), Васильківського (585,05) та Петропавлівського (583,56 грн.) районів, що відповідно на 11,2%, 0,5 та 0,3% більше за середньообласну. На малих підприємствах інших районів області середньомісячна заробітна плата не перевищувала середньообласну, а найнижчою була у Юр'ївському – 447,88 грн. та Солонянському – 452,59 грн. районах.

2.1.4. Фінансово-економічні показники діяльності малих підприємств

Фінансові результати. Фінанси суб'єктів малого бізнесу мають важливе значення для формування фінансів держави. Суб'єкти малого підприємництва сплачують державі та місцевим органам влади податки, у свою чергу, держава надає їм прямі та непрямі субсидії, здійснює непрямі заходи, що сприяють розвитку підприємництва.

Малі підприємства та організації Дніпропетровської області за 2006р. одержали позитивне сальдо фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування в обсязі 96,1 млн. грн.

Протягом 2006 р. збитково працювало 38,4% підприємств, ними допущено 746,2 млн. грн. збитків. Порівняно з 2005 р. частка збиткових підприємств зменшилась на 1,8 в.п.

Таблиця 2.2

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування підприємств малого бізнесу Дніпропетровської області за видами економічної діяльності за 2006 р.

Види господарської діяльності	Фінансовий результат (сальдо), тис. грн.	Підприємства, що одержали прибуток		Підприємства, що зазнали збитків	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, тис.грн.	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, тис.грн.
1	2	3	4	5	6
<i>Всього</i>	96129,3	61,6	842314,2	38,4	746184,9
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	39827,1	70,5	72775,2	29,5	32948,1
Рибальство, рибництво	-200,0	50,0	18,8	50,0	218,8
Промисловість	-84166,7	61,0	42348,1	39,0	126514,8
Будівництво	-37653,2	61,4	33464,5	38,6	71117,7
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	72640,8	63,3	292254,3	36,7	219613,5
Діяльність готелів та ресторанів	-1470,4	62,8	5917,7	37,2	7388,1
Діяльність транспорту та зв'язку	3051,9	57,3	24810,4	42,7	21758,5
Фінансова діяльність	54613,8	63,9	69175,7	36,1	14561,9
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	44336,2	57,7	282976,1	42,3	238639,9
Освіта	1515,7	76,1	1952,3	23,9	436,6

1	2	3	4	5	6
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-188,4	62,5	1760,8	37,5	1949,2
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	3768,5	61,6	14802,1	38,4	11033,6

Позитивне сальдо фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування за 2006р. утворилося за рахунок більшості видів економічної діяльності, за винятком промисловості; будівництва; діяльності готелів та ресторанів; охорони здоров'я та надання соціальної допомоги; рибальства та рибництва.

Найвищі фінансові результати отримали підприємства торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (72,6 млн. грн.), фінансової діяльності (54,6), операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям (44,3) та сільського господарства, мисливства, лісового господарства (39,8 млн. грн.).

За 2006 р. позитивне сальдо фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування отримали підприємства п'яти міст області: Дніпропетровська, Вільногірська, Марганця, Синельникового, Тернівки та половини районів. Серед районів найвищі показники мають підприємства Синельниківського, Широківського, Солонянського, Межівського та Петриківського.

Витрати на реалізацію продукції (робіт, послуг). Протягом 2006 р. відбувалося зростання витратності реалізації продукції, робіт, послуг на підприємствах малого бізнесу.

Витрати на реалізацію продукції по суб'єктах малого бізнесу за 2006 р. склали 7548,1 млн. грн. (у 2005 р. – 6687 млн. грн.) та на 32,8 млн. грн. перевищили обсяги реалізації.

З огляду на ці показники, найбільш прибутковим видом діяльності у 2006 р. було сільське господарство, де обсяг реалізації майже на третину перевищив витрати з реалізації.

Операційні витрати з реалізації продукції (робіт, послуг) перевищили обсяги реалізованої продукції на малих підприємствах 7 міст та 14 адміністративних районів області.

Найбільш значущими були зазначені вище перевищення на підприємствах міст Кривого Рогу (на 22,1 млн. грн.) та Дніпродзержинська (на 14,7 млн. грн.).

Витрати на одиницю реалізованої продукції (робіт, послуг) у середньому по області порівняно з 2005 р. зменшились на 2,3% та склали 100,4 коп./грн.

Серед адміністративно-територіальних одиниць найнижчих витрат у розрахунку на одиницю реалізованої продукції зазнав малий бізнес міст Вільногірська (96,1 коп./грн.), Новомосковська (98,3), Жовтих Вод (98,6) та Солонянського (58,7), Васильківського (94,6), Петропавлівського (96,2), Широківського (96,6 коп./грн.) районів.

Найбільш збитковими були малі підприємства міст Марганця (111,9 коп./грн.), Синельникового (104,5), Дніпродзержинська (104,1) та Павлоградського (136,5), Юр'ївського (122,2), Синельниківського (116,9 коп./грн.) районів.

Аналіз витрат на одиницю реалізованої продукції за видами економічної діяльності показав, що сьогодні в області найефективнішими для малого бізнесу можуть вважатися такі сфери економічної діяльності, як операції з власним нерухомим майном (витрати на одиницю реалізованої продукції склали 18,2 коп./грн.), надання кредитів (70,7), рослинництво (71,1), фінансове посередництво (71,3) та страхування (76,4).

Структура витрат на реалізацію продукції у 2006 р. порівняно з попереднім роком майже не змінилась. Основну їх частину (45,6%) складає вартість товару, придбаного для перепродажу; матеріальні витрати – 22,8, інші операційні витрати – 14,8%, витрати на оплату праці становили лише 10,1% усіх витрат.

Розвиток малого бізнесу значно сприяє загальноекономічному зростанню. Однак його активність стримується фінансовими бар'єрами. Основним джерелом інвестицій поки що залишаються власні фінансові ресурси суб'єктів малого бізнесу. Банківські кредити використовуються обмежено через великі відсоткові ставки та відсутність гарантій для банків (у вигляді застав або високоліквідних активів).

Валові капітальні інвестиції. Для розширеного відтворення основних засобів особливу роль відіграють валові капітальні інвестиції.

Валові капітальні інвестиції – це сукупність витрат, здійснених у звітному році за рахунок усіх джерел фінансування і спрямованих на придбання, створення, відновлення та поліпшення основного капіталу.

Протягом 2006р. валові інвестиції в основний капітал здійснювали 4247 підприємств малого бізнесу, ними інвестовано в основний капітал 1,2 млрд. грн., що складає 10,5% від загальної суми валових інвестицій по області.

За період з 2002–2006 рр. спостерігається збільшення інвестиційної діяльності малого бізнесу в 3,4 раза, а протягом 2006 р. – майже удвічі.

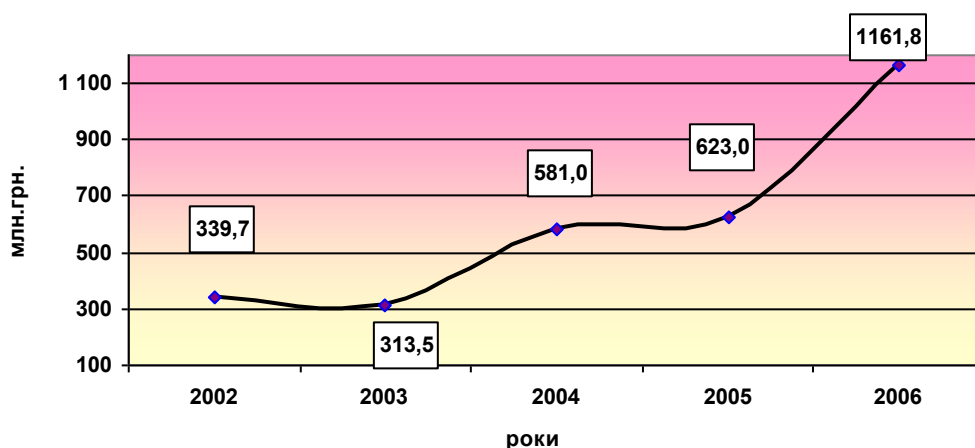


Рис.2.6. Валові капітальні інвестиції підприємств малого бізнесу Дніпропетровської області в основний капітал у 2002–2006 рр.

За видовою структурою – понад третину (39,1%) інвестицій у матеріальні активи використано на будівництво (включаючи поліпшення будівель та споруд), майже третина (32%) – на придбання нових основних засобів та 28,9% – на придбання раніше використовуваних на інших підприємствах основних засобів.

За видами економічної діяльності найвагомішу частку (50,9%) усіх валових інвестицій в основний капітал малих підприємств спрямовано на розвиток підприємств, що займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та наданням послуг підприємцям, на другому місці – підприємства торгівлі; ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (16,5%) і лише на третьому місці – промислові підприємства, їх частка складає 10,2%.

Значні обсяги валових інвестицій (109 млн. грн., або 9,4% загального обсягу) освоєно будівельними підприємствами, з них 92,5% інвестицій здійснено у підприємства будівництва будівель та споруд і 5,4% – у ті, що займаються установленням інженерного устаткування.

Незважаючи на збільшення валових інвестицій у сільське господарство, мисливство та лісове господарство (7,5% до рівня 2005р.), їхня питома вага залишалась низькою і становила лише 3,3%.

У територіальному розрізі, як за кількістю підприємств, що здійснювали інвестиції, так і за обсягом інвестицій, найбільша інвестиційна активність упродовж двох останніх років спостерігалась на підприємствах міст Дніпропетровська – 737 тис. грн. (63,4%) та Кривого Рогу – 171,9 тис. грн. (14,8%).

Серед адміністративних районів найбільша частка інвестицій у Дніпропетровському та Синельниківському районах (99 тис. грн. або 8,5% та 24,4 тис. грн. або 2,1% відповідно).

Водночас з валовими інвестиціями в основний капітал малих підприємств існує й вибуття основних засобів шляхом продажу, ліквідації, безкоштовного передання за початковою вартістю. Ця сума дорівнює 496,4 млн. грн. та складає лише 18,4% від загальної суми вибуття основного капіталу по області.

Регулювання економічних подій у регіоні – це найважливіша умова для становлення й розвитку малого підприємництва, якщо воно передбачає формування міцних основ фінансової, кредитної та бюджетної системи, податкової й соціальної політики, стимулювання зростання виробництва, розвиток внутрішнього та зовнішнього ринку, підвищення добробуту та платоспроможності населення, а в критичних ситуаціях – зменшення економічних і соціальних втрат. Необхідно законодавчо підсилити роль регіонального управління цією сферою економіки.

За нинішньої ситуації в Україні розвиток малого бізнесу повинен стати вирішальним чинником для вдосконалення економічних механізмів. Тільки енергійний розвиток малих підприємств забезпечить соціальну реструктуризацію суспільства і перехід до цивілізованого ринку.

Проте малий бізнес у Дніпропетровській області, так само, як і в Україні цілому, має певні риси, які суттєво відрізняють його від підприємництва більшості зарубіжних країн, а саме: низький рівень технічної озброєності при значному інноваційному потенціалі; низький управлінський рівень, бракує знань, досвіду та культури ринкових відносин; прагнення до максимальної самостійності; поєднання в межах одного малого підприємства декількох видів діяльності; відсутність системи самоорганізації та недостатня інфраструктура підтримки малого підприємництва; відсутність повної і вірогідної інформації про стан та кон'юнктуру ринку, низький рівень консультаційних послуг та спеціальних освітніх програм; практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки; недовіра західних партнерів та негативне психологічне ставлення населення до підприємців.

Реальною умовою підвищення ефективності малого підприємництва є посилення уваги, контролю й фінансової підтримки, переорієнтації темпів розвитку малих підприємств із великих міст у райони, що має бути пов'язано з реформуванням структури й умов роботи аграрного й агропромислового секторів економіки регіону.

Необхідно стимулювати розвиток спільної діяльності малих підприємств і підприємств середнього та великого бізнесу на основі тривалих господарських зв'язків і сучасних форм ринкових відносин: фінансовий лізинг, франчайзинг, бізнес-формат, спільне виконання державних і регіональних замовлень та ін.

2.2. Галузеві та фінансово-економічні аспекти розвитку бізнесу малих підприємств у регіоні

Стратегічним завданням сучасної фінансово-економічної та суспільно-соціальної політики України є створення міцних підвалин для утвердження її як демократичної ринкової держави, інтегрованої у загальносвітовий процес цивілізаційного поступу з конкурентоспроможною і високопродуктивною економікою, здатною забезпечити високий життєвий рівень українського народу відповідно до європейських стандартів.

За обсягом, змістом і глибиною соціально-економічних перетворень визначені завдання рівнозначні здійсненню соціальної революції, адже вони націлені на створення нового соціально-економічного устрою в державі на засадах нової для України історичної реальності – ринкової ідеології.

Уже зараз в цілому переборено бар'єри на шляху розвитку нового соціально-економічного устрою. Зародився і набуває масового характеру рух розвитку творчої ініціативи в усіх сферах економіки як реалізації економічної свободи особистості, як прояву її самодостатності. Це втілюється в розгортанні масштабності й якісних змінах розвитку сектору малого бізнесу і підприємництва. Сучасні тенденції цього процесу полягають у такому:

1. Відбувається формування конкурентного середовища, яке гнучко реагує на попит суспільства в таких сферах як: робота, дохід, задоволення життєвих і творчих потреб людини. Тобто, щоб була робота, щоб був пристойний заробіток і гідний людини добробут. І щоб усе це залежало від самої людини. Це реалізується у формуванні в складі національної економіки сектору малого і середнього приватного бізнесу і підприємництва.

2. На основі малого і середнього бізнесу та підприємництва формується в складі українського суспільства середній клас, який має стати основою економічної й політичної стабільності держави. Саме середній клас повинен стати буфером між незначним за чисельністю прошарком багатих людей та основною масою людей з незначним достатком, як правило протестного електорату. За своєю суспільною функцією середній клас має ліквідувати наявну полярність між купою надбагатих та основною масою бідного населення країни, що включає значний прошарок людей, які зперебувають поза межею бідності.

3. На основі консолідації середнього класу й усвідомленням ним своєї соціально-історичної місії відбувається становлення, вдосконалення і розвиток демократичних інститутів та еволюція влади. Новий економічний базис приватної власності сприяє набуванню нової змістовності надбудови в усіх її організаційних сферах – влади, ідеології, права, моралі, гуманізації суспільних відносин, що знаходить своє вираження у становленні громадянського суспільства.

Цілком зрозуміло, що виокремлені три тенденції становлять собою самостійні сфери однієї актуальної проблеми – розвитку малого бізнесу і підприємництва.

Сучасний стан малого бізнесу необхідно оцінювати за критерієм відповідності фактичній реалізації його потенційних можливостей, визначених їх функціями, зокрема:

1. Формування конкурентного середовища. Конкуренція є змаганням між господарськими елементами, яке ефективно обмежує монополізм, стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач. Зараз сектор малих підприємств ще не досяг конкурентоспроможного стану. Фактично у 2007 р. сектор малого і середнього бізнесу в Україні, за експертними

оцінками, досяг 11% від ВВП, а доходи малих підприємств становили лише 5,5% усіх доходів вітчизняної економіки. В Європі сектор малих підприємств створює частку доходів у ВВП набагато більшу (від 60 до 80%).

2. *Гнучкість малого бізнесу.* Територіальний поділ малих підприємств залежить від економічного потенціалу регіону. За кількістю МП в Україні лідирують регіони з найбільшою концентрацією банківського і фінансового капіталів. Виробничий сектор МП найбільше представлений промисловими підприємствами, на яких зайнято понад 20% працівників малого бізнесу, проте цей сектор є збитковим. Велика збитковість МП і в інших галузях товарного виробництва, що призводить до припинення їхньої діяльності.

3. *Прорив у важливих інноваційних напрямках.* У світовій практиці для малих підприємств це визначальний напрям. Наприклад, більшість малих підприємств, що виникли після 80-х років минулого століття у Великобританії є найбільш технічно оснащеними, у США на сектор малих підприємств припадає понад 50% прогресивних науково-технічних розробок. В Україні ж цей напрям розвитку малого бізнесу – цілина.

4. *Посилення трудової зайнятості.* У розвинутих країнах до 70-80 рр. минулого століття йшов процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, синхронно ці вивільнені працівники поглинались сектором малого бізнесу. У секторі малого бізнесу в розвинутих країнах працевлаштовано біля 50% усіх трудовозайнятих. В Україні частка найманих працівників у секторі МП становить 41,3% від загальної кількості економічного активного населення і ними створено у 2006 р. лише 4,8% продуктивність праці в крупному бізнесі у 2,4 рази вища, ніж у малому.

5. *Пом'якшення соціальної напруги та демократизація відносин.* Фактичний стан розвитку малого бізнесу в Україні свідчить про те, що цей суспільний сектор не може бути фундаментальною основою формування середнього класу і не виконує належної функції послаблення соціальної диференціації суспільства. Відтак сектор малого бізнесу не є основою соціально-політичної стабільності суспільства оскільки не генерує середнього класу в українському суспільстві. Проведені соціологічні дослідження не дають відповіді на принципові питання: що таке середній клас в українському вимірі, оскільки він існує віртуально. Оскільки це так, то і зусилля реформ, що здійснюються на даному етапі зі створення громадського суспільства, не мають своєї природної основи і не можуть мати бажаного успіху.

Одним із провідних регіонів України за рівнем розвитку економіки є Дніпропетровська область. У цьому регіоні функціонує досить широко розвинута мережа малих підприємств. Малі підприємства регіону функціонують у 7 категоріях господарств народногосподарського комплексу, виділених державним класифікатором національних рахунків, у тому числі за 15 напрямками господарської діяльності.

Загальні показники розвитку малих підприємств у Дніпропетровській області наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Рівень розвитку малих підприємств у Дніпропетровській області

Показники	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2006 р. до 2005 р. %
1	2	3	4	5
Кількість малих підприємств, усього	18960	19424	20453	107,9
на 10 тис. населення	54	56	60	111,1
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	6539,6	6502,4	7515,2	114,9
Теж до валового обсягу по області, %	3,5	3,2	3,3	-0,2
Прибуток від звичайної діяльності, млн. грн.	363,5	669,2	842,3	231,7
Теж від загального прибутку по області, %	4,0	5,2	6,6	+2,6
Збиток від звичайної діяльності, млн. грн.	420,8	492,0	746,2	177,3
Теж від збитку по області, %	12,8	23,4	27,3	+14,5
Чистий фінансовий результат, сальдо, млн. грн.	-105,3	98,7	12,5	-
Теж від сальдо по області, %	0,2	0,9	0,2	0,0
Рівень рентабельності, %	-0,6	0,3	0,0	+0,6
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	128,4	124,0	121,4	94,5
Теж до працездатного населення, %	5,9	5,5	5,4	-0,5
Середньомісячна заробітна плата, грн.	332,4	436,0	582,0	175,1

Джерело: за даними Головного управління статистики в області

Із наведених у табл. 2.3 даних видно, що кількість малих підприємств по області збільшилась на 7,9%, а зайнятість у них працівників – зменшилась на 5,5%, продуктивність праці (як обсяг реалізованої продукції в розрахунку на 1 працівника) зросла на 21,5%. Проте частка малих підприємств у народногосподарському комплексі області у частині досягнень досить скромна: їх частка в обсязі продукції становить лише 3,2-3,5%, у прибутку – 4,0-6,6%, а у збитку – 12,8-27,3% досить відчутна.

Уся сукупність малих підприємств поділяється на групи: виробничі підприємства (ті, що виробляють і реалізують певний товар); невиробничі підприємства (ті, що надають певні послуги).

Невиробнича сфера підприємств станом на кінець 2006 р. включає 15024 підприємств, або 73,4 % загальної кількості суб'єктів малого бізнесу, надаючи різноманітні послуги. За основними видами економічної діяльності сюди вносяться такі категорії:

- торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – 8235 суб'єктів, від загальної кількості – 40,3 %;
 - операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям – 4386 (21,4 %);
 - діяльність транспорту і зв'язку – 797 (4,0 %);
 - надання комунальних та індивідуальних послуг – 583 (2,8 %);
 - діяльність готелів та ресторанів – 419 (2,0 %);
 - фінансова діяльність – 247 (1,2 %);
 - охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – 231 (1,1 %);
 - освіта – 118 (0,6 %).
- Виробнича сфера підприємств включає 5430 суб'єктів господарювання, або 26,6 % загальної кількості. Сюди відносяться такі категорії:
- промисловість (за всіма видами діяльності) – 2567 (12,6 %);
 - будівництво – 2154 (10,5 %);
 - рибальство, рибництво – 36 (0,2 %).

Сектор фінансово-господарської діяльності малих підприємств поки що знаходиться у процесі формування, яке характеризується високою динамічністю. Воно проявляється в тому, що кожного року утворюються нові підприємства, окремі з раніше створених підприємств призупиняють свою діяльність, а ніші – ліквідуються. При цьому треба мати на увазі, що раніше створені підприємства у процесі своєї діяльності трансформуються: створення нових підприємств як суб'єктів господарювання може здійснюватись шляхом утворення нового підприємства, злиття підприємств в одне, поділу підприємств, поновлення раніше існуючих підприємств та внаслідок інших подій. Призупинення діяльності малих підприємств відбувається внаслідок таких подій: злиття підприємств в одне, злиття-поглинання дочірніх компаній; перетворення (реорганізація); тимчасове призупинення діяльності, повної ліквідації тощо.

Динаміка створення і призупинення їх діяльності наведена в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка створення і призупинення діяльності малих підприємств

Види господарської діяльності	Створення підприємств				Призупинення діяльності			
	2004	2005	2006	Зміна, %	2004	2005	2006	Зміна, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Сільське і лісове господарство, мисливство	52	41	44	84,6	184	165	201	109,2

Продовж. табл. 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Рибальство, рибництво	1	2	2	200,0	6	6	11	183,3
Промисловість	212	190	225	106,1	626	657	678	108,3
Будівництво	184	238	291	158,1	415	429	518	124,8
Торгівля, ремонт	789	700	746	94,5	2281	2400	2526	110,7
у т.ч. – торгівля трансп. засобів,	38	30	60	157,9	91	111	126	138,4
- оптова торгівля	691	637	641	92,8	1876	1941	2065	110,1
- роздрібна торгівля	60	33	45	75,0	314	348	335	106,7
Готелі і ресторани	13	24	27	207,7	64	75	92	143,7
Транспорт і зв'язок	60	56	82	136,7	142	145	147	103,5
Фінансова діяльність	17	18	38	211,1	39	37	49	125,6
Операції з нерухомістю	316	301	346	109,5	545	641	763	140,0
Державне управління	1	1	1	100,0	1	3	1	100,0
Освіта	11	6	6	54,5	19	19	18	94,7
Охорона здоров'я	12	17	15	125,0	45	39	42	93,3
Комунальні послуги	39	33	35	89,7	106	140	151	142,4

Джерело: за даними Головного управління статистики в Дніпропетровській області

Наведені у табл. 2.4 дані свідчать про високий динамізм структурного складу функціонуючих підприємств. Якщо загальна кількість звітуючих підприємств відповідно становила по роках 2004 р. – 18960; 2005 р. – 19424 і 2006 р. – 20453, то в середньому за 3 роки – 19612 підприємств. Середня ж кількість за 3 роки створених підприємств становила 2475 суб'єктів (12,6 %), а тих, що призупинили діяльність – 7211 (36,8 %) від функціонуючих, тобто створюється кожне восьме підприємство, а призупиняє діяльність кожне третє. Зазначена обставина впливає на стабільність підприємницької діяльності малих підприємств негативно: новостворені підприємства знаходяться на стартових позиціях, а ті, що призупинили свою діяльність, створюють певний вакуум у системі наявних ділових відносин. Новостворені підприємства лише входять в бізнес, плекаючи надії на успіх, а ті, що призупинили свою діяльність, розчаровані у можливостях успіху. Таких підприємств у 2,9 раза більше від тих, що входять в бізнес. І це створює взагалі нездорову психологічну ситуацію в суспільстві та невпевненість щодо стабільності сектору малого бізнесу.

Останній аспект важливий з погляду того, що у Дніпропетровській області в секторі малих підприємств працює значна частина дієздатного населення області. Таким чином, сектор малого підприємництва надає роботу і заробіток значній кількості громадян.

Рівень працездатності та заробітної плати в малих підприємствах за видами господарської діяльності наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Працевзайнятість та рівень оплати праці в малих підприємствах, тис. грн.

Види господарської діяльності	Необоротні активи				Оборотні активи			
	2004	2005	2006	зміна, %	2004	2005	2006	зміна, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Сільське і лісове господарство, мисливство	6797	6704	6473	95,2	307,6	425,1	546,1	117,5
Рибальство, рибництво	310	346	292	94,2	183,4	262,9	271,7	148,1
Промисловість	25173	22733	21857	86,8	348,7	445,1	564,1	161,8
Будівництво	15927	15750	15484	97,2	362,4	466,9	665,5	183,6
Торгівля, ремонт	33156	31144	29072	87,7	278,5	372,0	477,3	171,4
у т.ч. - торгівля транспортними засобами	2430	2161	2118	87,2	282,2	380,8	447,1	158,4
- оптова торгівля і посередництво	20138	19608	19371	96,2	287,3	371,6	485,2	168,9
- роздрібна торгівля	10588	10192	969	91,3	262,0	370,8	467,2	178,3
Готелі і ресторани	4034	3917	3755	93,1	272,9	372,4	479,6	175,7
Транспорт і зв'язок	6868	6744	6503	94,7	354,7	466,6	587,1	165,5
Фінансова діяльність	1000	1171	1263	126,3	397,2	483,7	714,9	180,0
Операції з нерухомістю	24888	25429	27806	111,7	391,9	499,5	690,3	176,1
Державне управління	46	77	67	145,6	276,5	608,3	639,7	231,3
Освіта	1933	1824	1305	67,5	399,8	536,3	678,1	169,6
Охорона здоров'я	1840	1769	1979	107,5	237,7	344,0	444,2	186,9
Комунальні послуги	6437	6387	5562	86,4	275,7	385,8	513,8	186,4

Джерело: за даними Головного управління статистики в Дніпропетровській області

Наведені у табл. 2.5 дані свідчать про те, що кількість працівників малих підприємств у цілому має тенденцію до зменшення, яке склало за 2004-2006 рр. 5,6%. Найбільші скорочення чисельності працівників відбулися у сфері освіти (32,5%), комунальних послуг (13,6%), промисловості (13,2%) і в торгівлі, транспортними засобами, у т.ч. ремонті (12,3%). Більш високими темпами, ніж у середньому за сукупністю малих підприємств, відбувалось зростання працівників у сфері охорони здоров'я (7,5%), сфері операцій з нерухомістю (11,7%) та сфері фінансової діяльності (26,3%).

Тенденції трудової зайнятості у сферах окремих видів господарської діяльності певною мірою зумовлені мотивацією праці – розміром оплати. В цілому за всією сукупністю малих підприємств розмір оплати збільшився в середньому на 75,1% і досяг у 2006 р. 582 грн. Водночас з тим розмір середньої оплати праці в цьому році загалом по Дніпропетровській області становив 1139 грн., тобто майже у 2 рази більше, ніж у секторі малих підприємств. Саме така різниця заробітної плати спричиняє значною мірою відтік працівників із малих підприємств, де залишаються, як правило, працівники не найбільш високої кваліфікації.

У самій групі малих підприємств існує істотна диференціація рівня оплати праці. Причому проявляється тенденція до збереження диференціації, яка склалась на час 2004 р.: якщо тоді найменший рівень оплати праці був у сферах рибальства, торгівлі, роздрібній торгівлі, у готелях і ресторанах, то і в 2006 р. у цих сферах найнижчий рівень оплати праці зберігся. Найвищий рівень оплати праці спостерігається в будівництві та сфері фінансових операцій, де приріст проти 2004 р. склав 80-84%, а також у сферах операцій з нерухомістю, державного управління та освіти, де приріст проти 2004 р. досяг 70-130 %.

Крім фактора робочої сили, великого значення в розвитку бізнесу малих підприємств набуває їхня матеріальна база: техніко-технологічне оснащення, наявність основного і оборотного капіталу, рівень фінансового забезпечення виробництва.

Дані про динаміку формування основного й оборотного капіталу в малих підприємствах Дніпропетровської області наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка основного й оборотного капіталу малих підприємств, тис. грн.

Види господарської діяльності	Необоротні активи				Оборотні активи			
	2004	2005	2006	зміна, %	2004	2005	2006	зміна, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Сільське і лісове господарство, мисливство	263291	254877	302565	114,9	241141	259004	306049	126,9

Продовж. табл. 2.6

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Рибальство, рибництво	2883	2432	1452	50,4	8210	1537	873	10,6
Промисловість	758701	617599	794442	104,7	783375	721830	8845565	112,9
Будівництво	295268	292995	434318	147,1	391653	403673	3072247	784,4
Торгівля, ремонт	2301812	3850900	3279460	142,5	7118325	6210442	3397635	188,2
у т.ч. - торгівля транспортними засобами	65128	69541	65520	100,6	55579	170192	185973	334,6
- оптова торгівля і посередництво	2123994	3685332	3136024	147,6	6905721	5887519	12408780	179,7
- роздрібна торгівля	112689	96027	77915	69,1	157026	152731	802882	511,3
Готелі і ресторани	56342	107196	85889	152,4	35345	36616	40706	115,1
Транспорт і зв'язок	209172	215564	293844	140,5	147996	154601	212872	143,8
Фінансова діяльність	82571	551669	973850	1179,4	995756	563001	827000	83,0
Операції з нерухомістю	3056342	4654286	4159263	136,1	1077797	1415867	4837508	448,8
Державне управління	14	161	58	139,7	107	390	308	287,8
Освіта	15457	13787	11747	76,0	7872	6739	6979	88,6
Охорона здоров'я	18337	29988	21531	117,4	7184	7255	8615	119,9
Комунальні послуги	119735	154418	182367	152,3	56096	66249	79197	141,2

Джерело: за даними Головного управління статистики в Дніпропетровській області

Наведені в табл. 2.6 дані свідчать про істотне розшарування малих підприємств у сфері генерації капіталу, про що свідчить діапазон відхилень показників підприємств окремих сфер господарської діяльності від середнього значення темпу зростання.

Заслуговує на увагу й наявність групи галузей-аутсайдерів, групи п'яти сфер господарської діяльності, в яких приріст необоротних і оборотних активів набагато відстає від середнього показника. До них відносяться передовсім малі підприємства сфери рибальства і рибництва. У цій групі спостерігається істотне зменшення обох видів активів у 2006 р. проти 2004 р., що свідчить про їх занепад, звужений характер індивідуального економічного відтворення. Подібна ситуація характерна і для малих підприємств сфери освіти, в яких також відбувається скорочення обох видів активів. У груп малих підприємств сфери діяльності охорони здоров'я, промисловості і

сільського господарства приріст активів є, але він на 30-40 відсоткових пунктів менший від середнього показника зростання.

Лідерами у нарощуванні необоротних активів є група підприємств сфери фінансової діяльності (приріст більш ніж у 10 разів), а оборотних активів – малі підприємства сфери будівництва (приріст понад у 7 разів); роздрібною торгівлі (приріст більш ніж у 5 разів); операції з нерухомістю (приріст понад у 4 рази).

Звертає на себе увагу те, що приріст оборотних активів в цілому випереджає за темпами приріст активів необоротних на 83 відсоткових пункти. Взагалі це позитивна тенденція, що відображає прогресивні структурні зрушення у складі сукупного капіталу малих підприємств. Це посилює фінансову спроможність суб'єктів господарювання і рівень віддачі на сукупний капітал, оскільки оборотні активи швидше обертаються у виробничому процесі. Швидкість же обертання – один із показників ефективності функціонування капіталу у виробничому процесі.

Рівень оборотності капіталу визначається як відношення загальної суми виручки від реалізації продукції (наданих послуг, виконаних робіт) до середньорічної суми капіталу. Залежно від завдання оцінки ефективності функціонуючого капіталу у розрахунках використовується величина сукупного, основного чи оборотного капіталу. Одночасно зазначений показник сприймається як величина віддачі на капітал.

Оцінку ефективності функціонування капіталу малих підприємств Дніпропетровської області наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Ефективність функціонування капіталу малих підприємств області

Види господарської діяльності	Сукупний капітал, тис. грн.			Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.			Оборотність капіталу на 1000-грн.		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сільське і лісове господарство, мисливство	460592	513537	568078	200064	232525	371948	0,434	0,453	0,654
Рибальство, рибництво	11133	7602	3291	1654	2729	2063	0,148	0,359	0,627
Промисловість	1552442	1451236	5510422	832657	877132	910322	0,536	0,604	0,165
Будівництво	690980	695018	2109063	653918	751120	894789	0,946	1,080	0,424
Торгівля, ремонт	9457300	9816323	3436211	365165	3300007	3523400	0,386	0,349	0,262
– торгівля трансп. засобами;	121027	180566	245991	140163	125050	131590	1,158	0,692	0,535

Продовж. табл. 2.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- оптова торгівля	9065064	9375130	12624060	3162168	2782724	3001071	0,349	0,297	0,238
- роздрібна торгівля	271207	260625	566160	347834	392232	390737	1,282	1,505	0,690
Готелі і ресторани	92775	118762	136478	66867	80026	91725	0,720	0,674	0,672
Транспорт і зв'язок	358679	365036	439995	224861	246654	278855	0,627	0,675	0,633
Фінансова діяльність	1078660	1085600	14470151	83580	48192	162301	0,150	0,044	0,011
Операції з нерухомістю	4140081	5108187	7540947	687140	793304	1087590	0,166	0,155	0,144
Державне управління	122	337	460	388	1061	1421	3,180	3,148	3,089
Освіта	23475	22040	19743	24754	26911	25987	1,054	1,221	1,316
Охорона здоров'я	25550	27926	30259	20801	24463	30400	0,814	0,876	1,006
Комунальні послуги	178933	202360	246285	92745	118286	134447	0,518	0,584	0,546

Джерело: за даними Головного управління статистикою в Дніпропетровській області

При розрахунку ефективності функціонування капіталу використано величину сукупного капіталу як середню зі значень на початок і кінець відповідного року, тобто – середньорічну.

Як видно із наведених в табл. 2.7 даних, у малих підприємствах усіх сфер господарської діяльності величина середньорічного капіталу істотно зросла, за виключенням сфери рибальства і рибництва. Це свідчить про стійку тенденцію зміцнення матеріально-технічної бази як основи нарощування обсягу виробництва продукції (надання послуг, виконання робіт). Особливо істотно посилилась матеріально-технічна база в будівництві, де середньорічний розмір капіталу збільшився у 3,0 рази, у промисловості – у 3,5 рази, торгівлі – у 1,4 рази, у сфері фінансової діяльності – у 13 разів, у сфері операцій з нерухомістю – у 1,8 рази. Таке зміцнення матеріально-технічної бази в малих підприємствах є результатом не лише поліпшення їх бізнесу, а скоріше – відображенням загального піднесення економіки, вдосконалення фінансово – кредитної системи та режиму кредитування.

Збільшення фінансових ресурсів взагалі сприяло зростанню обсягів виробництва, яке відбулося в усіх сферах діяльності підприємств за винятком торгівлі.

Синтетичним показником, що поєднує зростання капіталу обсягу реалізованої продукції є оборотність і віддача капіталу. Наведені в таб. 2.7 дані свідчать про істотну диференціацію економічної ефективності

функціонування капіталу в окремих сферах діяльності малих підприємств. Найбільш ефективно функціонує капітал у сфері державного управління, діяльності готелів і ресторанів і загалом – у сферах невиробничого сектору. Тут вихід продукції в розрахунку на одиницю капіталу вищий, ніж у виробничому секторі.

Структуру реалізації продукції малих підприємств Дніпропетровської області у 2006 р. наведено на рис. 2.2.1.

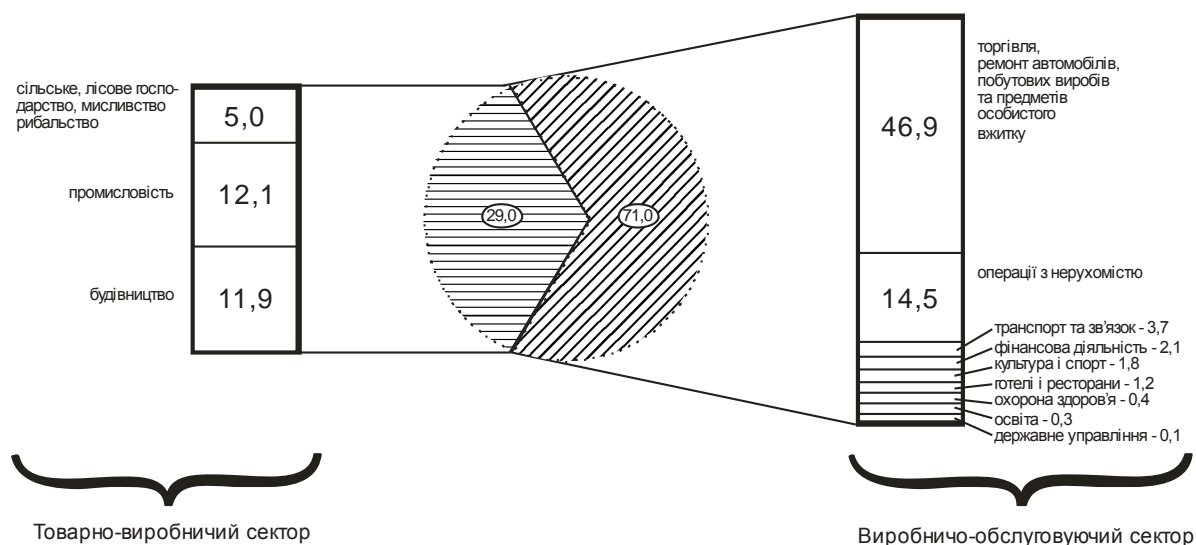


Рис. 2.7. Структура реалізації продукції та послуг малих підприємств по області

Із наведених на рис. 2.7 даних видно, що структура реалізованої продукції (послуг, робіт) сектору малих підприємств по області загалом відповідає пропорції, що складалась у структурі чисельності підприємств за окремими видами діяльності. Лідерами за обсягом реалізованої продукції (як і за кількістю підприємств у цих сферах) є:

- торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – 47,5% (кількість підприємств – 40,3%);
- операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям – 14,1% (кількість підприємств – 21,4%);
- промисловість – 12,7% (кількість підприємств – 12,5%);
- будівництво – 12,4% (кількість підприємств – 10,5%);
- сільське господарство, мисливство, лісове господарство – 3,7% (кількість підприємств – 3,8%).

Така структура реалізації продукції (надання послуг, виконання робіт) одночасно виражає спрямованість виробничої спеціалізації цього економічного сектору. Дніпропетровська область завжди виступала одним із провідних регіонів із високорозвиненою економікою. Тут ще з дореволюційних часів склалось ядро підприємств, які стали основою індустріалізації народногосподарського комплексу, що відбувся в довоєнний час та бурливо розвивалась у післявоєнний період. У цьому регіоні функціонували і функціонують флагмани гірничорудної,

металургійної, машинобудівної промисловості, підприємства військово-промислового комплексу, підприємства легкої промисловості, аграрно-промислового комплексу тощо. Вони створювались не лише як великі підприємства, а й як монополісти, кожне у своїй сфері. Такими вони залишились і після реструктуризації і приватизації. Лише підприємства торгівлі не були монопольними і крупноспеціалізованими, як не була достатньо розвинутою мережа послуг.

Ось чому в умовах приватної власності провідним сектором у системі малого бізнесу виявилась сфера невиробничих, а обслуговуючих підприємств. Виробнича група малих підприємств стримується у своєму розвитку тим, що вона не може бути рівноправним конкурентом великим підприємствам (як у сферах сировини, так і збуту); у них матеріально-технічна база створюється лише зараз; виробнича спеціалізація має характер доповнювальної, тобто розвивається у вузьких сферах, що не представляють інтересу для великих підприємств.

Згідно з Національною програмою сприяння розвитку малих підприємств в Україні, основні чинники гальмування розвитку малого бізнесу такі:

- відсутність у системі державної політики чітко виражених правових актів, спрямованих на підтримку малого бізнесу;
- зростання адміністративних бар'єрів розвитку підприємництва (у сферах реєстрації, ліцензування, сертифікації, контролю, орендних відносин);
- відсутність дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки;
- надмірний податковий тиск, нестабільність податкового режиму, обтяжливість звітності;
- нестабільність організаційно-правового регламентування бізнесу;
- корупція в органах державної влади і місцевого самоврядування;
- ігнорування органами державної влади та місцевого самоврядування чинного законодавства у формі його неналежного виконання.

Зазначені недоліки за своєю природою є суб'єктивними і відображають другосортність проблем малого бізнесу в державній економічній і соціальній стратегії, скоріше як недооцінка значення успішності функціонування сектору малого бізнесу для великого прориву на шляху прогресу. Ураховуючи світовий досвід, найбільш актуальними напрямками реальної державної підтримки малого бізнесу такі:

- фінансова допомога в системі кредитування та оподаткування, фінансового лізингу, оренди, інжинірингу, страхування, франчайзингу тощо);
- система державних закупівель на контрактній основі, стимулювання кооперації та інтеграції підприємств у сфері реалізації продукції;
- надання консультативної, технічної, освітньої допомоги. Засобами бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів, консалтингових фірм;
- створення інфраструктури для функціонування малого бізнесу;

- формування єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємницької діяльності та впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва;

- стимулювання виробничої кооперації малих форм бізнесу в технологічних процесах великих підприємств.

Незначний за історичним масштабом час становлення в національній економіці сектору малого бізнесу не міг дати разючих результатів хоча б з огляду на те, що до підприємництва здатні 8-12% населення кожної країни. В Україні ж ситуація ускладнювалася тим, що індивідуальне підприємництво в рамках соціалістичної доктрини розглядалось як кримінал, а люди із вродженою жилкою підприємництва нещадно знищувались протягом життя декількох поколінь. Надія на становлення в національній економіці ефективного сектору повноцінного малого бізнесу підкріплюється тим, що цей сектор дає неоціненний продукт – людину-бізнесмена. Адже становлення малого бізнесу зараз – горнило, де без кінця створюються, розоряються, але знову і знову створюються нові бізнес-структури, які природним добром породять достатню кількість загартованих бізнесменів, носіїв ринкової ідеології.

2.3. Малі форми агробізнесу в системі ринкової економіки: їх природа та еволюція розвитку

Єдиною природною соціально-історичною формою ведення сільського господарства, заснованого на приватній особистій власності й особистій праці, яка збереглася в нашому суспільстві, є індивідуальне (сімейне) господарство. Певна річ, воно не могло вижити у своєму чистому, класичному вигляді, не пристосувавшись до економічних та політичних умов післяжовтневого періоду, умов «розселення» селян, їх пролетаризації. Індивідуальне (сімейне) господарство вижило не дивлячись на утиски влади, яка ставилася до нього як до чужого суб'єкта – носія ненависної бацили приватнокапіталістичних інстинктів у чистому «соціалістичному» суспільстві.

Звівши індивідуальне аграрне виробництво до мізерних масштабів (особливо на фоні грандіозних успіхів індустріального сільського господарства), урешті-решт від нього відмежувались як від своєрідного рудимента, видаючи його суть за прикрий пережиток архаїчної патріархальщини. Цей вид аграрного виробництва був віднесений до категорії «особистого підсобного», тобто такого, який зовсім не має суспільного значення, а сприймається як хобі або чудакуватість сільських мешканців. Однак саме індивідуальне аграрне виробництво не тільки забезпечувало виживання сільського населення в період соціальних катаклізмів та голодомору, але й дозволило зберегти соціальну базу функціонування селянства, зберегло його вираження як соціальної

«селянськості», а осередок його – сільську місцевість з його характерними рисами української культури як ядра нації.

Новий імпульс свого розвитку індивідуальне аграрне виробництво отримало в умовах ринкового перетворення економіки: воно стало одним з рівноправних соціально-економічних укладів нашого суспільства та виступило живильним середовищем генерування підприємництва, своєрідною початкою школою ринкової економіки.

2.3.1. Розвиток індивідуального приватного аграрного виробництва в системі ринку.

Соціально-економічна природа та генезис особистого господарства. Феномен індивідуального аграрного виробництва викликає пильну увагу економістів, істориків, юристів, соціологів, психологів, явище цього феномена стало загальноновизнаним. Навіть у країнах з благополучною ринковою економікою, і навіть найбагатших із них, атрибут індивідуального аграрного господарства зберігся, міцно стабілізувався, набув вираження способу життя, своєрідного самоутвердження людини як індивідуальності. Так, мільярдер Д. Картер, ставши Президентом США, з гордістю підкреслював «я – фермер». Інші президенти США також пишаються своїм корінним селянським походженням, розвивають свої ранчо. Статистика США свідчить про масовість фермерства в цій країні, демонструючи водночас дивовижний парадокс: чисельна кількість «ферм» виробляє мізерну частку сільськогосподарської продукції, але вони існують, ці ферми! Більш того, у країні створено фінансово-кредитний та правовий режим збереження й підтримання таких ферм і в майбутньому.

Усе це свідчить про те, що не тільки виробнича субстанція особистого аграрного виробництва є його визначальною цінністю в житті суспільства, а дещо інше, мабуть, більш важливе та необхідне.

У нашій країні ставлення до особистого аграрного виробництва на окремих історичних етапах розвитку суспільства не було однозначним, як і уявлення про його природу. Дослідження в літературних джерелах були спрямовані на визначення соціальної природи та сутності індивідуального аграрного господарства; диференціації його розмірів та складу залежно від територіальних і виробничих факторів, соціально-демографічних характеристик населення; трудомісткості ведення виробництва, його ролі у формуванні продовольчих ресурсів країни та доходів населення, взаємодії з суспільним виробництвом.

Слід зазначити, що з часом погляди на природу, суть та перспективи цієї категорії господарств суттєво змінювались. Після жовтневого перевороту 1917 р. у країні відбулася передача землі селянам, здійснена за програмою партії есерів, хоча й на підставі декрету, підписаного

більшовиком В.І. Леніним. Однак таке рішення більшовиками визнавалося як вимушене, тактичне, з метою залучення на свій бік селян. Насправді ж пропонувалося здійснити націоналізацію землі, створити великі аграрні підприємства шляхом використання різноманітних організаційних форм – товариств зі спільною обробкою землі, комун, артілей, кооперативів, колгоспів тощо.

Однак селянство, яке вирвалося з кайданів суспільного землеволодіння, в основній своїй масі вбачало свою долю в організації особистого господарства. Формування особистих господарств та становлення відповідного укладу аграрної економіки відбувалося високими темпами, що загострило протиріччя з офіційною доктриною влади. Особливо великі успіхи були досягнуті в період нової економічної політики (непу), коли В.І. Ленін переконався в безплідності очікувань всесвітньої революції та зробив висновок про необхідність іншого шляху соціально-економічного розвитку суспільства: використання системи ринкової економіки з метою розвитку виробничих сил країни та підготовки на цій основі умов соціального прогресу.

Успіхи непівської економіки вражають. Сільське господарство, будучи переважно індивідуально-сімейним, упевнено крокувало вперед. Уже в 1925 р., не дивлячись на загальну розруху та економічний хаос, розмір посівних площ досяг довоєнного (1913 р.), а поголів'я великої рогатої худоби, овець, кіз, свиней та птиці перевищило цей рівень. Селяни нагодували країну, та й самі зажили заможнo. За роки непу (1922-1928 рр.), тобто за сім років подолання розрухи після I світової та громадянської воєн, сільське господарство, будучи індивідуально-сімейним, забезпечило збільшення виробництва валової продукції більш ніж у 2 рази.

Однак після смерті В.І. Леніна перемогла інша концепція соціального прогресу – тотальної соціалізації країни, створення індустріального сільськогосподарського виробництва, не сумісного з індивідуально-сімейною формою виробництва. Було взято курс на силову (примусову) колективізацію, знищення індивідуально-сімейної форми виробництва, або, як тоді висловлювались, «ліквідацію куркуля як класу». Почалося горезвісне «розселення», перетворення селян в дармову робочу силу. Зі створенням примусовим шляхом великих сільськогосподарських підприємств (колгоспів) сільське господарство було підірване.

Не виправдалися надії, пов'язані з можливостями усупільненого, тобто побудованого на основі суспільної власності сільського господарства. Так, у статті «Год великого перелома», яка стала своєрідною тріумфальною одою «суцільній колективізації», І.В. Сталін писав: «Ясно, что наше молодое крупное социалистическое земледелие (колхозное и совхозное) имеет великую будущность, что оно будет проявлять чудеса роста..., и ... нет оснований сомневаться в том, что наша страна через каких-нибудь три года станет одной из самых хлебных стран, если не

самої хлібною країною в мирі». Реальна дійсність стала іншою: після знищення індивідуально-сімейного селянського господарства, «розселення» селян країна не стала «найбільш хлібною» ані через три роки, коли виник «великий голод» у Поволжі, ані через тридцять три, коли країна була вимушена імпортувати хліб, ані в майбутні десятиріччя, коли в умовах великого усупільненого індустріального сільськогосподарського виробництва цей імпорт став повсякденним, на чому, власне, і трималось продовольче забезпечення СРСР.

Слід зазначити, що за наступні 7 років після непу (тобто такий самий період, як і неп) обсяг виробництва сільськогосподарської продукції не тільки не зріс або зберігся, а, навпаки, зменшився.

Зі знищенням індивідуально-сімейного аграрного виробництва та утвердженням колективістської психології ніякі зусилля не змогли привести до успіху: завдання власного продовольчого забезпечення стало нездійсненним. Подоланню цієї проблеми не могли сприяти ніякі потужні централізовані зусилля держави: ні значне розширення площ посіву за рахунок освоєння цілих та залежних земель, ані великомасштабна хімізація та меліорація земель, ні комплексна механізація, що взагалі-то все разом суттєво зміцнило матеріально-технічну базу галузі, але не дало бажаного кінцевого результату – стабільного динамічного розвитку виробництва сільськогосподарської продукції. Не принесло успіху й застосування організаційно-економічних заходів: спеціалізація, міжгосподарська кооперація та агротехнічна інтеграція, наукова організація праці (НОП) та госпрозрахунок. Усі ці заходи деякою мірою реанімували стан глибоко хворого організму сільського господарства, але вилікувати його не могли: у ньому не було душі, внутрішньої життєвої сили; того феномена, який формується приватною власністю, формує потужну мотивацію праці, реалізує відтворювальну енергію особистості.

Разом із тим індивідуальне господарство продовжувало існувати, демонструючи стійку життєву силу, що не могло не звертати на себе увагу. Ще 20-30 років тому висловлювались надзвичайно суперечливі думки щодо природи індивідуального господарства. Іноді воно ототожнювалось із дрібним приватним господарством та протиставлялося соціалістичному виробництву, утворюючи поряд з деякими іншими видами трудової діяльності громадян так званий несоціалістичний сектор економіки. Іноді його характер виводили з того, що продукція індивідуального виробництва може використовуватись не тільки для особистого споживання, і тоді воно втрачає вигляд підсобного, стає дрібнотоварним. Але товарність продукції ще не визначає соціально-економічну природу господарства: товарним може бути виробництво у дрібному приватному, крупному капіталістичному та в соціалістичному господарстві.

Трактувалася природа особистого господарства виходячи з історії її виникнення, панівного уявлення про те, що воно – історичний попередник

крупного виробництва, на підставі чого ґрунтувались концепції про переростання сільськогосподарської артілі в комуну. Являючи з себе спочатку неусуспільнену частину селянського господарського сектору, особисте господарство розглядалося лише як соціально-економічна форма, яка полегшує в економічному та соціально-психологічному відношенні здійснити перехід приватних селянських господарств до суспільного господарства. У майбутньому передбачалось відмирання цієї категорії господарств як пережитку, невідповідного соціалізму.

У наступному періоді більшість дослідників дійшли висновку, що особисте господарство, будучи підсобним, органічно вплетене в систему соціалістичного сільського господарства. Це мотивувалося такими аргументами. По-перше, індивідуальне господарство є джерелом доходу та складовою частиною особистої власності аграрних працівників, тобто являє собою власність трудову. По-друге, воно доповнює (лише доповнює!) недостатньо розвинуте суспільне виробництво і в цьому сенсі є все ж таки складовим джерелом зростання національного доходу країни. По-третє, це специфічна перехідна соціалістична форма (тобто ще не послідовно соціалістична, але вже й не чужа їй, у будь-якому випадку не самотійна).

В опублікованих у 70-80 рр. наукових працях неодноразово проводилися загальнотеоретичні дискусії щодо соціально-економічної природи особистого господарства та його ролі у виробництві окремих видів продукції, у товарообороті та особистих доходах населення. У світлі політичної економії особисте господарство розглядалося у зв'язку з проблемою особистої власності громадян; у теорії наукового комунізму – у сфері подолання різниці між містом і селом; в економічній теорії – у зв'язку з вивченням трудових ресурсів села та бюджету часу; у соціології – як фактора міжкласової та внутрішньокласової диференціації населення. Останніми роками увага дослідників переважно була зосереджена на питаннях інтеграції особистого господарства з суспільним виробництвом, його взаємодії зі споживчою кооперацією, резервами.

Певна річ, трактування природи особистих господарств у цих роботах була неоднозначною та завжди віддзеркалювала специфіку сфери дослідження. Дослідники відмічають, що, «будучи органічним елементом сільського укладу життя, особисте підсобне господарство впливає на життєдіяльність його власників, на формування у них певних якостей, ціннісних орієнтацій, а також міграційних установок. Цей вплив неоднозначний і суперечливий. З одного боку, особисте підсобне господарство створює сприятливі матеріальні передумови для задоволення різноманітних духовних потреб своїх власників, з іншого – вилучаючи істотну частину вільного часу, воно перешкоджає їх духовному розвитку».

Починає розвиватися думка, що в умовах кризи суспільного сільськогосподарського виробництва (недостатньо ефективна оплата праці,

перебої в торгівлі продовольчими товарами на селі, зниження життєвого рівня працівників сільського господарства порівняно з промисловістю) індивідуальне господарство припиняє виконувати роль підсобного, воно не тільки доповнює суспільне, але значною мірою протиставляється йому, стає привабливим також для багатьох мешканців міста, учорашніх вихідців із села.

За сучасним уявленням, індивідуально-сімейне (особисте) господарство являє собою самостійний вид виробничої діяльності, який може здійснюватися як основна форма праці, або разом з іншими.

Проведення земельної реформи в Україні та здійснення ринкових перетворень у сільському господарстві легалізували індивідуально-сімейне господарство, воно отримало рівноправний з іншими видами господарств статус, утворюючи свій уклад у багатоукладній соціально-економічній структурі суспільства. Треба сподіватись, що відтворення у структурі аграрно-промислового комплексу країни сектору приватної економіки дозволить надійно і назавжди подолати кризову ситуацію в сільському господарстві, що склалася в минулому.

Разом з тим, необхідно враховувати, що розвиток приватновласницького індивідуально-сімейного виробництва в сільському господарстві здійснюється під впливом факторів сучасних реалій села, наявної психології його мешканців, системи цінностей, що склалася. В основній масі сільських мешканців та працівників сільськогосподарських підприємств створилася психологія наймита, а не господаря. Її подолання потребує деякого часу.

З іншого боку, у сільському господарстві нашої країни вже зараз маємо той каркас організаційної структури виробництва, до якого рухаються країни розвинутої ринкової економіки з індивідуально-сімейною формою аграрного виробництва. Це функціонуючі великі аграрні підприємства, які є прообразом приватних капіталістичних агрофірм, це великі об'єднання спеціалізованих підприємств (системи «скотопром», «м'ясопром», «птахопром»), заготівельних, переробних та сервісних формувань, які після ринкових реформувань повинні стати кістяком майбутньої системи сільського господарства, що уже функціонує на іншій основі – на основі приватної власності. Таким чином, виходячи з фактичної реальності слід відмітити, що в нашій країні буде формуватися ситуація, характерна для країн з ринковою економікою. Тобто, індивідуально-сімейне господарство займе свою нішу, розмір якої буде визначатися кон'юнктурою ринку: конкурентоздатністю цих господарств, фінансово-кредитним режимом, розвитком системи виробничої інфраструктури, агросервісом та іншими обставинами. З іншого боку, індивідуально-сімейне господарство, яке у нас на час земельної реформи збереглося в рудиментарному стані, першопочатково відродились у нових умовах насамперед як натуральні. Саме вони згодом стануть

визначальними: поступово підвищуючи свою товарну значущість, при відносно невеликому розмірі землекористування стануть провідним товаровиробником продукції тваринництва. Уже в наступному періоді можлива поява відносно великих, близьких до оптимального розміру індивідуально-сімейних господарств.

Однак цінність основної маси індивідуально-сімейних господарств усе ж таки визначається не лише їх товарністю, бо такі господарства не є основними товаровиробниками в повному розумінні цього явища. Цінність їх полягає в іншій специфіці функцій господарств. Як відмічає З.І. Калугіна, а також Д.К. Прейгер, помилково сприймати індивідуальні господарства лише як елемент матеріального виробництва, адже такі господарства є поліфункціональним явищем, яке, крім матеріально-виробничої, має морально-духовну, соціальну та інші характеристики. Виходячи з цього можна виокремити такі їх основні функції:

1. Трудове виховання та професійна орієнтація сільської молоді, формування господарського, ощадливого ставлення до землі та природи, її флори та фауни, виховання пошани до сільськогосподарської праці, престижність якої іноді штучно занижується;

2. Формування професійних якостей сучасної підприємницької людини – ініціативності, діловитості, самостійності, творчого підходу, розвитку навичок економного, ефективного ведення господарства;

3. Підготовка людини до сприйняття ринкової моралі, чуття кон'юнктури ринку, початкових знань комерції, маркетингу, конкуренції, готовності взяти відповідальність за наслідки прийнятих рішень;

4. Рекреаційна роль: а) перебування на свіжому повітрі та спілкування з природою; б) заняття фізичною працею; в) споживання натуральних високоякісних продуктів харчування;

5. Соціально-економічна впевненість людини: віра в свої сили та здібності, відчуття радості бачити плоди власної праці, почуватися господарем свого життя.

Таким чином, індивідуально-сімейне господарство сприяє як відтворенню робочої сили, так і духовному розвитку працівників. Перша ціль таких господарств – задоволення власних потреб. Крім того, результати діяльності сільського населення в індивідуально-сімейному господарстві впливають на формування продовольчої ситуації у країні: адже значна частина населення достатньою мірою відповідальність за виробництво найбільш цінних та тих, що важко транспортуються, продуктів бере на себе.

Водночас необхідно відмітити, що між індивідуально-сімейними та суспільними підприємствами маємо й значні відмінності. Насамперед це відмінності, що обумовлені масштабом і типом виробництва в індивідуально-сімейному господарстві, а також кількісні та якісні відмінності у процесі роботи в зазначених сферах.

2.3.2. Розвиток форм індивідуально-сімейних господарств.

На практиці сформувались та функціонують декілька типів індивідуально-сімейних господарств, що можуть бути класифіковані за різними ознаками. Розглянемо формування їх типів за ознакою стабільності існування, розміром земельної площі та рівнем товарності. Виходячи з цих ознак (в міру підвищення їх значення), індивідуально-сімейні господарства поділяються на чотири типи:

- огородництво;
- садово-дачне господарство;
- присадибне особисте селянське господарство;
- фермерське господарство.

Перші два типи цієї категорії господарств за розміром землекористування – дрібні, третій тип являє собою господарства середнього розміру, а четвертий – відносно великі. За рівнем товарності дрібні господарства першого та другого типів – натуральні, тобто орієнтовані на виробництво продукції лише для власного споживання, третій тип має напівнатуральне напівтоварне вираження. Він представляє в цьому відношенні перехідний стан до фермерського типу господарств, що спочатку застосування формуються як товарні.

Виходячи з цього, перші три типи індивідуально-сімейних господарств можуть бути віднесені до категорії підсобних, оскільки їх власники не розглядають їх як основне місце трудової діяльності, а дохід, який отримується у цих господарствах, також не є за розміром основним доходом їх господарів.

Городні ділянки. Городництво є початковою формою розвитку індивідуально-сімейного господарства як категорії підсобного господарства. В умовах різкої економічної кризи в 90-х р. минулого століття городництво набуло масового характеру і для міських жителів. З цією метою для городнього господарства передаються в тимчасове використання (оренду) земельні ділянки в розмірі 0,04-0,10 га, без права висадження на них багатолітніх насаджень або будівництва будь-яких споруд. Дуже рідко одна й та ж ділянка знаходиться у розпорядженні одного й того ж господаря, тому що земельні масиви під огородами щорічно розорюються з щорічним же розмежуванням на нові ділянки. Цьому сприяє також непостійний склад господарів-огородників.

На городніх ділянках переважно вирощують картоплю та овочі.

Характерною ознакою даного типу індивідуально-сімейного господарства є їх бурхливе зростання на початку 90-х років як антикризовий засіб виживання населення України (табл. 2.8).

**Динаміка чисельності та земельної площі
городних ділянок населення в Україні в 1990-1993 рр.**

Регіони та області	1990		1993		1993 до 1990, %	
	Кількість ділянок	Площа, тис.га	Кількість ділянок	Площа, ти.,га	Кількість ділянок	Площа, тис.га
Республіка Крим	38655	1,8	37371	2,6	96,7	144,4
Дніпропетровська	81072	5,6	289467	23,1	357,0	412,5
Донецька	61965	4,0	277762	24,6	448,2	615,0
Запорізька	5586	0,3	159627	17,8	2857,6	5933,3
Кіровоградська	51957	3,0	91641	8,6	176,4	286,7
Луганська	88164	8,4	229670	23,6	260,5	280,9
Миколаївська	22980	2,0	73444	8,1	319,6	405,0
Одеська	19772	2,2	89124	11,1	450,7	504,5
Херсонська	28948	1,9	36557	2,7	126,3	142,1
Зона Степу	399099	29,2	1284663	122,2	321,9	418,5
Вінницька	57149	4,2	119162	8,4	208,5	200,0
Київська	43983	4,3	303939	26,5	463,7	616,3
Полтавська	55238	4,7	129393	1,5	234,2	244,7
Сумська	7349	0,6	81528	7,0	1109,4	1166,7
Тернопільська	20643	2,0	40127	3,9	194,4	165,0
Харківська	84069	8,8	275172	36,0	327,3	409,1
Хмельницька	18125	1,0	78751	6,0	434,5	600,0
Черкаська	9841	0,3	141702	9,1	1439,9	3033,3
Чернігівська	12631	1,2	22917	2,4	181,4	200,0
Зона Лісостепу	309027	27,1	1092691	110,8	353,6	408,8
Волинська	21471	1,9	67431	9,4	314,0	494,7
Житомирська	17182	1,3	55449	6,7	322,7	515,4
Львівська	43858	2,9	108891	16,7	248,3	575,8
Рівненська	27328	1,3	81652	9,6	298,8	738,5
Чернігівська	14390	1,5	73322	7,1	509,5	473,3
Зона Полісся	124229	8,9	386745	49,5	311,3	556,2
Закарпатська	700	0,1	10963	1,5	1566,1	1500,0
Івано-Франківська	–	–	42589	1,9
Зона Карпат	700	0,1	53552	3,4	76502,8	34000,0
<i>Україна, усього</i>	<i>833055</i>	<i>65,3</i>	<i>2817651</i>	<i>285,9</i>	<i>338,2</i>	<i>437,8</i>

Джерело: Держкомзем України.

Як видно з наведених в табл. 2.8 даних, загальна чисельність городніх ділянок тільки за два роки збільшилась у 3,3 раза, а площа землі для організації городнього господарства – у 4,3 раза. Взагалі лише за 1993 р. городні ділянки отримали додатково близько двох млн. сімей, середній розмір ділянок склав 0,10 га.

Найбільша чисельність городніх ділянок в Україні була зосереджена у промисловорозвинених областях – Дніпропетровській, Донецькій, Луганській, Харківській, Київській, де розміщено 45,3% городніх господарств України та 46,8% відведених для цього земель. У 1993 р. вперше організовані городні господарства в Івано-Франківській області, де до того їх не було. Надзвичайно зросла кількість городніх господарств у Запорізькій, Черкаській, Сумській та Закарпатській областях, де їх кількість зросла в 10-30 разів.

Таким чином, формування городництва як форми індивідуально-сімейного господарства в Україні на початку 90-х років минулого століття характеризувалось високим динамізмом. Проте, слід наголосити – це не стабільна форма господарювання, а скоріше як явище, що спонукалось потребою виживання населення у скрутний час.

Водночас необхідно відзначити, що цей тип індивідуально-сімейних господарств є перехідною тимчасовою формою. Виникнення буму його розвитку – відповідь на погіршення життєвого рівня населення України в умовах поглиблення економічної кризи, коли населення було вимушене самостійно забезпечуватись картоплею та овочами. До того ж слід зазначити, що спеціалізовані овочеві підприємства у передмісті різко скоротили виробництво цих видів продукції як дуже трудоємких та таких, що стали збитковими, а згодом – розпались.

Садово-дачні господарства. Ці господарства являють собою другий тип індивідуально-сімейних формувань. Розмір земельних ділянок для ведення садово-дачного господарства коливається у межах 0,04-0,10 га. Вони закріплені в постійне користування, а з початком проведення ринкових перетворень дозволено закріплення землі за землекористувачем у приватну власність без оплати (викупу).

На садово-дачних ділянках дозволено висадку багаторічних насаджень та будівництва садових будівель. Якщо раніше будівля дачних домівок була регламентована за багатьма показниками (загальна площа, корисна площа, вид будівельного матеріалу, висота будівлі, форма даху та ін.), то згодом багато обмежень знято й такі домівки набувають вигляду літнього будинку за містом.

Динаміку розвитку садово-дачних господарств на початку ринкових перетворень в Україні наведено в табл. 2.9.

Динаміка розвитку сектору садово-дачних господарств у 1990-1993 рр.

Регіони та області	1990		1993		1993 до 1990, %	
	Кількість господарств	Площа ріллі, тис.га	Кількість господарств	Площа ріллі, тис.га	Кількість господарств	Площа ріллі, тис.га
Республіка Крим	192444	9,8	178976	11,2	92,0	114,3
Дніпропетровська	236996	13,3	302343	18,3	127,6	137,6
Донецька	234036	14,8	326828	22,3	139,6	150,7
Запорізька	108751	6,2	154687	10,3	142,2	166,1
Кіровоградська	59184	3,9	84186	7,0	142,2	179,5
Луганська	115530	8,2	169322	13,3	146,6	162,2
Миколаївська	62177	3,2	87587	5,9	140,9	184,4
Одеська	119159	8,2	149631	10,7	125,6	130,5
Херсонська	35353	2,3	72695	4,7	205,6	204,3
Зона Степу	1165507	69,9	1526255	103,7	130,9	148,5
Вінницька	43151	2,7	46620	3,2	108,0	118,5
Київська	201862	13,7	199422	14,6	98,8	106,6
Полтавська	47542	2,9	67927	4,5	142,9	155,2
Сумська	59097	3,8	103625	8,1	175,3	213,1
Тернопільська	20631	1,4	20941	1,8	102,0	128,6
Харківська	126565	8,3	191782	16,5	151,5	198,8
Хмельницька	36344	2,7	44727	3,9	123,0	144,4
Черкаська	31736	2,3	43161	3,3	136,0	143,5
Чернігівська	23361	1,6	25335	1,8	108,4	112,5
Зона Лісостепу	590189	39,4	743540	57,7	126,0	146,4
Волинська	31683	2,0	38402	3,1	121,2	155,0
Житомирська	33121	2,5	34272	3,2	103,5	128,0
Львівська	103479	5,8	100891	6,1	97,5	105,2
Рівненська	14563	1,0	20143	1,4	138,3	140,0
Чернігівська	53044	3,6	55018	3,8	103,7	105,5
Зона Полісся	235890	14,9	248726	17,6	105,4	118,1
Закарпатська	25123	1,6	31498	1,9	125,3	118,7
Івано-Франківська	47600	2,3	45991	2,5	96,6	108,7
Зона Карпат	72723	3,9	77489	4,4	106,5	112,8
<i>Україна, всього</i>	<i>2064309</i>	<i>128,1</i>	<i>2596010</i>	<i>183,4</i>	<i>125,7</i>	<i>143,1</i>

Джерело: Держкомзем України.

Як і в попередньому випадку з розвитком огородництва, основна маса садово-дачних господарств зосереджена у промислово розвинених

регіонах та навколо великих міст. Це – тип індивідуально-сімейних господарств міських мешканців.

Закономірність розвитку садово-дачних господарств на сучасному етапі полягає у тому, що вона відповідає ускладненню продовольчого забезпечення та потребі рекреаційного оздоровлення населення, які були викликані економічною кризою. Якщо в минулому відпочинок мешканців міста на курортах і здравницях півдня був практично доступним широким верствам населення, то нині цю функцію – (рекреаційну), в значній мірі узяли на себе садово-дачні господарства. Тут у гармонійному поєднанні задовольняються потреби в умовах відпочинку, здорового трудового режиму життя та споживання вітамінної продукції харчування.

Необхідно зауважити, що найбільший приріст чисельності садово-дачних господарств спостерігається у приміських зонах найбільших міст України – Києва, Харкова, Дніпропетровська, Донецька, Миколаєва, Запоріжжя, Львова. Особливо привертає на себе увагу тенденція зростання розміру садово-дачних господарств: темп приросту земельної площі в усіх випадках перевищує темп зростання чисельності господарств. Середній розмір землекористування садово-дачних господарств у 1993 р. порівняно з 1990 р. збільшився на 13,9% та досяг 0,07 га. Це, звичайно, незначний розмір, однак позитивний соціальний ефект полягає в тому, що власниками садово-дачних господарств стали біля 2,6 млн. сімей України і що тенденція розвитку цього процесу – позитивна.

З подоланням кризи тенденція зростання кількості городніх та садово-дачних ділянок в Україні призупинилась: розпочалось поступове зменшення їх кількості з одночасним збільшенням середньої площі землекористування (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Динаміка розвитку індивідуально-сімейних городів і садів в Україні

Роки	Городні ділянки		Садово-дачні ділянки	
	кількість, тис.	площа, тис.га	кількість, тис.	площа, тис.га
1990	822,1	65,2	2059,9	127,4
1995	3309,0	335,7	2773,7	201,4
2000	2576,4	301,8	2747,3	212,4
2001	2464,0	277,2	2764,8	213,0
2002	2329,1	262,3	2744,8	212,2
2003	2231,2	252,7	2745,3	212,6
2004	3102,1	239,1	2734,3	212,3
2005	2024,4	229,2	2728,5	212,6
2006	1916,4	219,3	2727,4	216,6

Джерело: статистичний щорічник України за 2006 р. – С. 170.

Із наведених у табл. 2.10 даних видно, що "пік" створення індивідуально-сімейних городніх господарств в Україні припав на 1995 р., а садово-дачних – на 2000 р. Якщо із поступовим виходом сільського господарства із економічної кризи і відповідним нарощуванням обсягів виробництва картоплі та овочів потреба в індивідуально-сімейних ділянках для городництва почала зменшуватись, то їх кількість у 2006 р. проти 2000 р. зменшилась на 25,6, а земельна площа – на 27,3%. Враховуючи ж багатофункціональність індивідуально-сімейних садово-дачних господарств їх кількість зменшується більш повільними темпами: у 2006 р. проти 2000 р. вона зменшилась лише на 0,3%, а середня площа землекористування одного господарства зросла на 3,2% і досягає розміру 0,08 га, що відбувається за рахунок укрупнення ділянок шляхом поєднання. Можна прогнозувати, що цей процес буде відбуватись і в майбутньому для будівництва городянами міських будинків.

Досліджені перші два типи індивідуально-сімейних господарств – це види, що за своїми розмірами належать до мікрогосподарств. Середній же розмір представлений типом господарств присадибних.

Присадибні індивідуально-сімейні господарства виникли на Україні у старовинні часи, вони існують з часу заселення населених пунктів. Це – найбільш старовинна, усталена форма господарств, вона має сталий, перевірений століттями устрій, базу життєдіяльності селянських сімей, що переходить від покоління до покоління сільських мешканців.

Присадибні індивідуально-сімейні господарства мають закінчений вигляд садиб, де є житлові та господарські будівлі. Закріплена за ними земля відповідно до чинного земельного законодавства може бути передана господарствами у приватну власність (за бажанням господарів). На сьогодні це практично здійснено.

Динаміку розвитку землекористування присадибних господарств на початку ринкових перетворень в Україні приведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Динаміка кількості та площі землекористування присадибних індивідуально-сімейних господарств України

Регіони та області	1990		1993		1993 до 1990, %	
	Кількість господарств	Площа ріллі, тис.га	Кількість господарств	Площа ріллі, тис.га	Кількість господарств	Площа ріллі, тис.га
1	2	3	4	5	6	7
Республіка Крим	265274	33,7	397991	51,5	150,0	152,0
Дніпропетровська	600539	124,1	689710	167,2	114,8	134,7
Донецька	714287	102,8	898258	133,5	125,7	128,8

1	2	3	4	5	6	7
Запорізька	264079	84,2	476538	138,2	180,4	164,1
Кіровоградська	350103	102,6	377937	151,9	107,9	148,0
Луганська	178779	51,0	620529	103,5	347,1	202,9
Миколаївська	270615	60,2	319632	80,6	118,1	133,9
Одеська	398415	112,0	515543	172,3	129,4	153,8
Херсонська	230585	47,9	300277	81,6	130,2	170,3
Зона Степу	3272676	718,5	4424841	1046,3	135,2	145,6
Вінницька	603819	190,6	811502	227,6	134,4	119,4
Київська	554530	152,9	567955	197,1	102,4	128,9
Полтавська	360477	118,9	510708	186,5	141,7	156,8
Сумська	299921	97,0	387212	148,1	129,1	152,7
Тернопільська	307112	94,2	318640	144,4	103,7	153,3
Харківська	485671	114,8	528432	165,9	108,8	144,5
Хмельницька	408361	131,6	437121	170,5	107,0	129,5
Черкаська	419883	129,9	469455	159,7	111,8	122,9
Чернігівська	238791	63,5	277288	106,2	116,1	167,2
Зона Лісостепу	3678565	1093,4	4308313	1506,0	117,1	137,7
Волинська	248110	82,0	357669	126,3	144,1	154,0
Житомирська	370244	142,1	434679	190,2	117,4	133,8
Львівська	453475	140,4	467533	206,5	103,1	147,1
Рівненська	267259	82,6	267180	130,7	99,9	158,2
Чернігівська	352198	122,8	554889	182,2	157,5	148,4
Зона Полісся	1691286	569,9	2082050	835,9	123,1	146,7
Закарпатська	258906	61,1	304964	104,2	117,8	170,5
Івано-Франківська	304622	161,1	384074	196,6	126,1	122,0
Зона Карпат	563528	222,2	689038	300,3	122,3	135,4
<i>Україна, всього</i>	<i>9206055</i>	<i>2604,0</i>	<i>11504240</i>	<i>3689,0</i>	<i>125,0</i>	<i>141,7</i>

Джерело: Держкомзем України.

Тільки 3 роки (1990-1993 рр.), кількість присадибних господарств збільшилася на 25,0%, а їх загальна площа – на 41,7%. Середній розмір земельної площі зріс від 0,26 га до 0,32 га або на 23,1%. В усіх регіонах та областях України простежується стійка тенденція розвитку присадибних індивідуально-сімейних господарств.

Тривалий період часу цей тип господарств зусиллями адміністративної системи був орієнтований виключно на виробництво продукції для сімейного споживання. Однак під тиском життєвих обставин ситуація змінювалась: у результаті погіршення продовольчого забезпечення народу (через недостатній рівень темпів розвитку суспільного сектору сільського господарства) поступово знімалися обмеження, а потім навпаки – здійснювалось стимулювання збільшення обсягів виробництва продукції у присадибних господарствах та

підвищення рівня їх товарності. З цією метою присадибним господарствам надавався молодняк тварин для відгодівлі, створювалися сприятливі умови для реалізації вирощеної в них продукції.

Цей процес у наступні роки набув характеру своєрідної інтеграції індивідуально-сімейного присадибного господарства з великими підприємствами (колгоспами та радгоспами). Результативно функціонуючим присадибним ділянкам було надано деякі пільги: дозволено збільшити площу землекористування до 2,0 га (у вигляді тимчасового землекористування за типом оренди, але без офіційного документального оформлення), а потім, після завершення земельної реформи і розпаювання земель, дозволено долучати до присадибної ділянки свій земельний пай та орендувати додатково бажану площу земельних паїв інших власників.

Саме з цієї категорії господарів присадибних господарств виділялися люди, які стали піонерами фермерського руху в Україні. Вони були найбільш підготовленими сформувати індивідуально-сімейні селянські господарства товарного типу, що одержали назву фермерських. Тут простежується вияв деякого соціального розшарування сільських мешканців, в яких ведення присадибного господарства є звичайний, природний процес їх існування, але цей спосіб життя знову ж природно підготував у своєму середовищі перших офіційно визнаних підприємців агробізнесу, що ґрунтується на приватній власності.

2.3.3. Продуктивність індивідуально-сімейних господарств.

Певна річ, що саме існування на селі малих форм індивідуально-сімейного господарювання було виправдане їх результативністю; в іншому випадку такі господарства просто б не існували. На цей сектор АПК перемістилось виробництво значної кількості сільськогосподарської продукції (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Продукція сільського господарства за категоріями господарств (у порівняних цінах 2005 р., млн. грн.)

Види продукції	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Україна в цілому	145875	94795	77889	85796	86784	77271	92531	92586	94895
- рослинництва	66560	49371	43573	49075	48113	44105	55638	53976	54909
Те ж до підсумку, %	46,6	52,1	55,9	57,2	55,4	57,1	60,1	58,3	57,8
- тваринництва	79315	4424	34316	36721	38671	36116	36893	38610	39986
Те ж до підсумку, %	53,4	47,9	44,1	42,8	44,6	42,9	39,9	41,7	42,2

Продовж. табл. 2.12									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Господарства населення	44576	46169	51411	53915	55459	53833	59617	58783	57887
Те ж до підсумку, %	30,5	48,7	66,0	62,8	63,9	69,7	64,4	63,5	61,0
- рослинництва	16646	22103	25753	26799	27468	27168	32994	32244	31709
Те ж до підсумку, %	25,0	44,8	59,1	54,6	57,1	61,6	59,3	59,7	57,7
- тваринництва	27930	24066	25658	27116	27991	26665	26623	26539	26178
Те ж до підсумку, %	35,2	54,4	74,8	73,8	72,4	73,7	72,2	68,7	65,5

Джерело: авторські розрахунки за Статистичним щорічником України за 2006 р. - С.139.

Наведені у табл. 2.12 дані свідчать про те, що у 2006 р. проти 1990 р. загальний обсяг валової продукції в Україні зменшився на 35 %, в т.ч. продукція рослинництва зменшилась на 17,5%, а продукція тваринництва – на 49,6%. За цей час погіршилась пропорція в структурі валової продукції між продукцією рослинництва і тваринництва: виробництво більш цінної для харчування продукції тваринництва в структурі валової продукції зменшилось від 53,4 до 42,2%. В цей же час в присадибних господарствах населення (віднесених нині до категорії «особисті селянські господарства» без фермерських господарств) виробництво валової сільськогосподарської продукції зросло на 30%. Характерною особливістю є зростання частки господарств населення у загальному обсязі валової продукції сільського господарства України в цілому: від 30,5 до 61,0%, продукції рослинництва від 25,0 до 57,7%, а продукції тваринництва – від 35,2 до 65,5%.

Індивідуально-сімейні (особисті) селянські господарства ведуть багатогалузеве виробництво, але переважною частиною в структурі їх валової продукції є виробництво трудомістких видів продукції: в рослинництві – картопля та овочі, а в тваринництві – всі основні види продукції галузі.

Динаміка виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції в індивідуально-сімейних (особистих) господарствах населення наведена в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Динаміка обсягу виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції в індивідуально-сімейних господарствах населення, тис. грн.

Види продукції	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Зернові культури	1445	2748	4495	8046	9319	5638	10100	9225	8560
Цукрові буряки	3	766	1605	3167	3780	3027	3840	3322	3379

Продовж. табл. 2.13

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Соняшник	62	126	432	407	544	678	644	996	1168
Картопля	11939	14111	19561	17069	16390	18190	20483	19223	19192
Овочі	1794	4273	4835	5134	5120	5710	6195	6514	7084
Плоди та ягоди	1555	1586	1189	948	1035	1289	1448	1490	978
Виноград	171	121	154	111	136	181	162	185	146
М'ясо (у забійній вазі)	1259	1187	1225	1165	1201	1195	1086	1009	987
у т.ч. яловичина	178	370	449	432	475	484	444	408	408
свинина	682	604	585	523	505	507	452	383	364
м'ясо птиці	351	170	157	172	180	162	146	177	176
Молоко, млн. т.	5,9	7,8	9,0	9,8	10,7	11,0	11,2	11,1	10,8
Яйця, млн. шт.	6161	5233	5832	5989	6326	6437	6424	6588	6602
Вовна	3,3	4,2	2,1	2,1	2,4	2,4	2,4	2,5	2,6

Джерело: Статистичний щорічник України за 2006р. - С.158,175

Наведені в табл. 2.13 дані свідчать, що у секторі індивідуально-сімейних господарств населення, відбувається стале нарощування виробництва усіх видів сільськогосподарської продукції (за винятком вовни). Це дозволяє розглядати цей сектор як осередок стабілізації сільського господарства як в умовах економічної кризи (1990-2000 рр.), так і в період післякризового піднесення. Характерною особливістю є те, що за умов приватної власності, навіть в умовах економічної кризи, обсяги виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції були в основному рівнозначними (а по окремих видах навіть вищими), ніж у післякризовому періоді. Таким чином, є підстава стверджувати, що фактор приватновласницького способу господарювання підтвердив свою життєздатність і перевагу та застеріг український народ від голодування. Підтвердженням цього є також те, що за окремими видами виробництво продукції в секторі індивідуально-сімейних господарств населення було визначальним, що видно із даних, наведених у табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Частка господарств населення у виробництві сільськогосподарської продукції, %

Види продукції	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Зернові культури	2,8	8,1	18,4	20,3	24,0	27,9	24,2	24,3	25,0
Цукрові буряки	0,0	2,6	12,2	20,3	26,2	22,6	23,1	21,5	15,1
Соняшник	2,4	4,4	12,5	18,1	16,6	15,9	21,1	21,2	21,9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Картопля	71,4	95,8	98,6	98,4	98,6	98,6	98,7	98,8	98,6
Овочі	26,9	72,7	83,1	86,9	87,9	87,3	89,0	89,3	87,9
Плоди та ягоди	53,6	83,6	81,8	85,7	85,5	76,0	88,6	88,2	87,8
Виноград	20,4	26,5	30,0	33,0	37,8	35,8	43,2	41,8	48,6
М'ясо (у забійній вазі)	28,9	51,7	73,7	76,8	72,9	69,3	67,9	63,2	57,3
Молоко, млн. т.	24,0	45,3	71,0	73,0	75,5	80,4	81,5	81,2	81,2
Яйця, млн. шт.	37,8	55,6	66,2	61,9	55,9	56,1	53,7	50,5	46,4
Вовна	11,2	30,1	61,4	63,7	69,6	72,9	75,9	78,3	78,8

Джерело: Статистичний щорічник України за 2006р., с.141

Наведені у табл. 2.14 дані свідчать про домінуючий стан сектору господарств населення у структурі виробництва сільськогосподарської продукції в Україні. Високий рівень частки у загальному валовому виробництві, що приходить на сектор домашніх господарств, та висока стабільність зростання обсягів виробництва (табл. 2.13) засвідчують про те, що як за часів НЕП (1922-1928 рр., період подолання розрухи після Громадянської війни), так і в сучасний період економічної кризи стабілізація сільськогосподарського виробництва була забезпечена саме сектором приватновласницьких господарств.

Порівняння збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції в індивідуально-сімейних господарствах, тим більше, коли взято до уваги обсяги виробництва у великих аграрних підприємствах, не зовсім коректне. Необхідно визнати, що їх успіхи багато в чому визначаються рівнем розвитку виробництва у агрофірмах, створених як орендні підприємства та товариства, що є відкритою «базою» їх діяльності. Особливо у розвитку тваринництва.

Зокрема, після 1990 р. збільшився обсяг продажу молодняка тварин з колгоспів та радгоспів (а потім – агрофірм) в індивідуально-сімейний сектор виробництва АПК. Так, кількість проданих поросят в розрахунку на 100 індивідуально-сімейних господарств складає 82-93 гол., молодняку птиці – 2700-4300 гол., молодняку водоплаваючої птиці – 800-900 гол., телят – 1250-1270 гол. Це свідчить про те, що відновлення поголів'я тварин в індивідуально-сімейних господарствах забезпечувалося не на власній основі. Тим більше, що ці господарства практично не вирощують кормів та не мають власної кормової бази. Для відгодівлі тварин використовуються переважно відходи галузі рослинництва та покупні корми. Це в деякій мірі стримує зростання поголів'я тварин, яких вирощують в індивідуально-сімейних господарствах.

Можна зауважити, що в наступному періоді процес формування нових індивідуально-сімейних господарств малих форм не буде відрізнятися високими темпами, скоріш за все буде здійснюватися стабілізація їх чисельності, йти облаштування, укріплення матеріально-технічної бази, зростання продуктивності та підвищення рівня товарності. Слід також

зазначити, що система індивідуально-сімейного виробництва поступово буде перетворюватися в особливий устрій аграрно-промислового комплексу України, розвиток якого потребує створення спеціалізованої мережі агросервісу, що буде включати прокатні пункти сільгоспмашин, ремонтні майстерні, заготівельні пункти, переробні підприємства тощо.

Подібна ситуація створює передумови певних соціальних зрушень на селі, формування специфічної сільської сфери зайнятості. Вже зараз простежується тенденція збільшення чисельності людей, для яких ведення індивідуально-сімейного господарства є основною формою трудової зайнятості. За результатами перепису населення України в 1970 р., 1979 та 1989 рр. встановлено, що відбувається зростання чисельності чоловіків працездатного віку, для яких трудова зайнятість в індивідуально-сімейному господарстві є основною. Особливо звертає на себе увагу прилив в цей сектор виробництва чоловіків з міста. Так, кількість чоловіків в загальній структурі зайнятих в індивідуально-сімейному господарстві з 1970 по 1989 рр. підвищилася з 6,5% до 14,6%, тобто в 2,2 рази; у той же час, кількість чоловіків населення міста збільшилася з 4,3% до 11,2%, або в 2,6 рази, а з числа сільського населення – з 7,1% до 15,5%, тобто в 2,2 рази. Можна вважати, що в подальшому чисельність працездатного населення України, зайнятого виключно в індивідуально-сімейному господарстві, перевищить 450 тис. осіб. Розвиток мережі агросервісних підприємств, орієнтованих на обслуговування індивідуально-сімейних господарств, дозволить розширити сферу застосування праці на селі для чоловіків працездатного віку, що зменшить міграцію сільських мешканців у місто, і навіть навпаки, буде привабливою сферою застосування кваліфікованої праці для мешканців міста.

У міру розвитку товарності індивідуально-сімейних господарств, вирішення питань формування земельного ринку, а також створення системи агросервісу, найбільш розвинені індивідуально-сімейні господарства малих форм будуть все більш трансформуватися у фермерські господарства.

Ці господарства відрізняються від господарств малих форм передусім більш значним масштабом виробництва, високою товарністю, залученням в процес виробництва найманих працівників (як сезонних, так і постійних), що створює інший устрій аграрного виробництва.

2.4. Фермерське господарство як осередок приватного аграрного підприємства (макроекономічний аспект)

В умовах розвитку ринкового середовища в сфері агропромислового комплексу України значна увага приділяється діяльності підприємств усіх форм власності і господарювання. Однією із них є фермерські господарства. Світовий досвід засвідчує, що саме вони виробляють значну частину сільськогосподарської продукції і в більшості випадків здійснюють свою економічну діяльність на основі розширеного відтворення.

У нашій країні всі правові відносини щодо створення, діяльності та припинення функціонування фермерського господарства регулюються Конституцією України, Земельним кодексом, Законом України "Про фермерське господарство", а також іншими нормативними і правовими актами.

Законодавством досить чітко визначено, що фермерське господарство є формою підприємницької діяльності громадян із створенням юридичної особи, що виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих для ведення господарства.

Діяльність фермерських господарств здійснюється на умовах самоокупності. Це означає, що всі виробничі витрати господарство перекриває за рахунок власних доходів. Законом передбачено: фермерське господарство самостійно визначає напрями своєї діяльності, спеціалізацію, організує виробництво сільськогосподарської продукції, її переробку та реалізацію, на власний ризик підбирає своїх партнерів з економічних зв'язків у всіх сферах діяльності.

Отже, можна стверджувати, що для функціонування фермерських господарств у країні створена відповідна нормативно-правова база. На разі створюються необхідні економічні умови для всіх товаровиробників продукції та різних форм господарювання, включаючи і фермерські підприємства.

Аналіз кількісних показників за весь період становлення і функціонування фермерських господарств свідчить про більш-менш стабільний їх розвиток. Уже в 1990 р. виробничу діяльність здійснювали 82 підприємства. Через 10 років (2000 р.) їх чисельність зростає до 38428, а за даними 2006 р. – виробничу діяльність здійснювали вже 43150 фермерських формувань.

Відбуваються суттєві зміни щодо розподілу господарств у залежності від наявності в них сільськогосподарських угідь (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Наслідки групування фермерських господарств за розміром власних і орендованих сільськогосподарських угідь (2006 рік)

Групи господарств за розміром угідь, га	Всього господарств	% до загальної кількості	Площа угідь, тис. га	Питома частка угідь, %
до 50	29349	68,0	668,3	16,8
50,1-100	3947	9,1	277,1	7,0
100,1-500	4514	10,5	1026,4	25,8
500,1-1000	858	2,0	601,8	15,1
1000,1-2000	519	1,2	706,8	17,8
більше 2000	208	0,5	692,4	17,5
Господарства, що не мали угідь	3755	8,7	-	-
<i>Усього:</i>	<i>43150</i>	<i>100,0</i>	<i>3972,8</i>	<i>100,0</i>

Зараз значна частина господарств (68%) мають земельні угіддя розміром лише до 50 гектарів. В решті фермерських господарств середній розмір землекористування коливається від 50 до 2000 гектарів. Слід також відмітити, що 208 фермерських підприємств володіють земельними угіддями, середній розмір яких перевищує 2000 га, тобто є більш-менш великими аграрними формуваннями.

Простежуються також кількісні зрушення щодо загальної площі сільськогосподарських угідь, якими володіють фермери. У 1990 р. в користуванні фермерських господарств країни було лише 2,0 тис. га угідь, в 2000 р. площі збільшились до 2157,6 тис. га, а в 2006 р. – до 3972,8 тис. га.

Слід зупинитись також і на розвитку матеріально-технічної бази фермерських господарств. Показники наявності техніки за аналізований період значно зросли (табл. 2.17), проте ці проблеми далекі від вирішення. Якщо підрахувати кількість фізичних тракторів у розрахунку на 1000 га ріллі, то цей показник зменшився від 1,11 до 0,83, а що стосується навантаження на зернозбиральний комбайн, то його збільшення з 173 до 256 га зернових культур може сприяти затягуванню строків збирання врожаю. А це небажане явище для аграрних підприємств.

Таблиця 2.17

Кількісні показники активної частини основних виробничих фондів у фермерських господарствах України (на кінець року, одиниць)

Найменування механізованих засобів	2000	2002	2004	2006	2006 + - до 2000
Трактори	22118	26312	29172	31560	+ 9442
Комбайни:					
зернозбиральні	4585	6032	7182	8120	+ 3535
кукурудзозбиральні	165	256	381	441	+ 276
кормозбиральні	422	541	616	643	+ 221
картоплезбиральні	126	160	195	209	+ 83
Бурякозбиральні машини	617	792	895	1036	+ 419
Сівалки	9982	12169	14275	15531	+ 5549
Жатки валкові	975	1455	2358	2834	+ 1859

Крім того, актуальною і невирішеною проблемою матеріально-технічної бази фермерських господарств є її укомплектування за рахунок мінітехніки. Адже на невеликих за розміром земельних угіддях нерационально використовувати потужні трактори та іншу техніку, яка

раніше експлуатувалася в умовах крупних технологій виробництва сільськогосподарської продукції.

Окремо необхідно зупинитись і на трудових ресурсах фермерських підприємств. За останні сім років показник зайнятості коливався від 3 до 5 осіб на кожні 100 га земельних угідь. Чисельність працівників за цей період зросла в 1,9 рази. Характерною особливістю є і те, що на фермерських землях приблизно третя частина працівників – це жінки. Використання тут жіночої праці традиційно вкрай необхідна в галузях овочівництва, тваринництва тощо.

Разом з тим виникають окремі питання при вивченні цифрових даних щодо чисельності робочої сили. Достатньо навести такі дані Держкомстату України за 2006 р.: загальна чисельність працівників у фермерських господарствах складала 132 тис. осіб. У це число входять члени фермерського господарства – 57 тис. осіб, працівники, що працюють за трудовими угодами – 41,1 тис. осіб, а також залучені на сезонні роботи – 33,9 тис. осіб. Таким чином, значна частина персоналу здійснює трудову діяльність без оформлення угод (контрактів) з керівниками фермерських господарств. А тому тут є питання щодо порушення трудового законодавства, адже значна частина працівників залишається соціально незахищеною.

Виходячи із аналізу вищезгаданих кількісних показників, виникає необхідність визначення результативності діяльності фермерських господарств. У 2006 р. їх питома вага у виробництві валової продукції сільськогосподарства країни складала лише 4,3%. Це занадто мало, бо у користуванні фермерських підприємств знаходиться 9,5% загальної площі сільськогосподарських угідь України. У цілому простежується позитивна тенденція до зростання частки фермерського сектору у виробництві основних видів сільськогосподарської продукції. Так у 2006 р. питома вага фермерських господарств становила від загального обсягу України: по виробництву зерна – 12,3%, цукрових буряків (фабричних) – 10,5%, соняшника – 15,9%, картоплі – 0,5%, овочів – 2,8%. Значно меншими цифрами характеризується це явище у тваринницькій галузі. Так у загальних обсягах України частка окремих видів продукції у цей період була такою: м'ясо усіх видів (у забійній вазі) – 1,4%, молоко – 0,7%, яйця – 0,4%, вовна – 2,3%, мед – 0,2%.

У табл. 2.18 подані обсяги виробництва основних видів продукції, які мають тенденцію до зростання. Як показало узагальнення цифрових матеріалів, зростання валових зборів зерна досягнуто фермерами в основному за рахунок екстенсивних факторів, зокрема розширення (збільшення) посівних площ сільськогосподарських культур.

Обсяги виробництва рослинницької і тваринницької продукції в фермерських господарствах України (тис. т)

Види продукції	2000 р.	2006 р.	2006 р. + - до 2000 р.
Зерно	1256,4	4226,6	+ 2970,2
Цукрові буряки (на фабричні цілі)	755,1	2360,1	+ 1605,0
Соняшник	347,3	846,6	+ 499,3
Картопля	56,4	93,9	+ 37,5
Овочі	82,6	223,9	+ 141,3
Продовольчі баштанні культури	37,3	40,5	+ 3,2
М'ясо усіх видів (у забійній вазі)	8,2	24,5	+ 16,3
Молоко	67,8	98,5	+ 30,7
Яйця, млн. шт.	6,7	50,9	+ 44,2
Вовна	9	77	+ 68
Мед	83	123	+ 40

Якщо аналізувати окремі економічні показники, то можна виявити резерви їх покращення або ж зростання. Порівняємо такі дані: в середньому за 2004-2006 рр. в сільськогосподарських підприємствах України обсяги виробництва валової продукції в розрахунку на 100 га земельних угідь досягли 155,2 тис. грн. (у зіставних цінах). За той же період у фермерських господарствах цей показник складав лише 96,5 тис. грн. або ж на 58,7 тис. грн. менше.

За результатами фінансової діяльності за 2006 р. фермерські підприємства в цілому по країні були прибутковими, хоча рівень рентабельності продукції та послуг складав лише 17,7%. А тому необхідно здійснювати господарські, організаційні та технічні заходи щодо подальшого підвищення рентабельності виробництва до 40-45%.

Для досягнення більш вагомих результатів господарювання необхідно, перш за все, привести в дію внутрішні резерви. Одним із них є вдосконалення структури посівних площ, освоєння науково обґрунтованих сівозмін. Структуру посівних площ, що склалась у фермерських формуваннях, можна характеризувати як нераціональну. Зокрема, соняшник займає близько 19% від усіх площ (при нормі 8-10%). Це призводить до порушення науково обґрунтованих сівозмін, зниження врожайності всіх сільськогосподарських культур. Втрата тут прогнозована: приблизно 10% зменшення обсягів валового збору рослинницької продукції. В абсолютних цифрах недобір валової продукції складає щорічно 300-350 млн. грн. Не випадково, що в таких умовах ведення рослинницької галузі врожайність соняшнику коливалась за останні сім

років в межах від 7,3 до 11ц/га. А тому необхідно вжити комплексних заходів для скорочення посівних площ соняшнику до оптимальних розмірів та забезпечення зростання врожайності в 2-2,5 рази.

Другим резервом підвищення ефективності рослинницької галузі є зростання інтенсивного використання мінеральних добрив. Їх вноситься в ґрунт досить мало, адже хімкомбінати встановили на них занадто високі ціни. Хоча підвищити рівень ефективності родючості ґрунтів можливо також і за рахунок органічних добрив. Проте щільність поголів'я худоби у фермерських господарствах залишається низькою, а тому і можливості виробництва та внесення органіки також в даний час поки що обмежені. Проблему можна докорінно покращити за умов використання додаткових матеріальних стимулів зростання поголів'я худоби та птиці, зокрема державної цінової підтримки на поставлену на переробний комплекс високоякісну тваринницьку продукцію.

Для зростання економічної ефективності використання фермерських земель та всіх наявних ресурсів рекомендується широко використовувати новітні енергозберігаючі технології, досягнення науково-технічного прогресу, передового досвіду тощо. Потребують вдосконалення також і економічні відносини між державою і фермерськими господарствами (суб'єктами ринку), які повинні бути спрямовані на підвищення стимулів аграрних товаровиробників у подальшій інтенсифікації галузей, зростання обсягів виробництва усіх видів сільськогосподарської продукції.

Потрібно також відпрацювати систему державної фінансової підтримки фермерських господарств, спираючись на досвід країн цивілізованого ринку. Слід більш активно надавати державні кредити для будівництва житла, приміщень виробничого призначення, придбання техніки тощо. Потребує також докорінного вдосконалення ціновий механізм відносин між державними структурами і підприємствами агропромислового комплексу, щоб реально забезпечити ціновий паритет між містом і селом.

2.5. Становлення та розвиток фермерських господарств

За всі роки незалежності України фактично саме малий бізнес був єдиним зростаючим сектором економіки. Проте в економіці України малий бізнес поки що продовжує грати досить незначну роль, залишаючись "у тіні". Тим часом, саме достатні масштаби продукції і послуг, вироблених на малих підприємствах, здатні, по-перше, насичити ринок конкурентоздатною продукцією, по-друге, створити нові робочі місця, по-третє, приступити до формування основи суспільства в будь-якій цивілізованій країні – середнього класу.

Цілком реалізувати свій потенціал малому бізнесу не дозволяє цілий ряд проблем, з якими стикаються його представники при здійсненні господарської діяльності. Особливе місце серед цих проблем займає

проблема фінансування, пов'язана з недостатністю стартового капіталу і власних оборотних коштів, а також важкодоступністю до банківського кредитування.

В аграрному секторі малі підприємства, в першу чергу, представлені фермерськими господарствами. Класичний фермер – це сімейне господарство. Так склалося історично і підтверджується практикою функціонування фермерських господарств в розвинених країнах. Селяни мають можливість самостійно визначати найбільш прийнятні для себе форми господарювання, тому в аграрному секторі створено багатокладну систему господарювання. В Україні найбільш чисельними формами є фермерські господарства, яких на сьогодні існує близько 46 тис. Крім того, діють понад 10 млн. особистих господарств населення. Ці форми господарювання в значній мірі забезпечують населення продуктами харчування, а переробку промисловість – сировиною. Вони займають важливе місце в системі агробізнесу.

У ринковій економіці приватне підприємництво здійснюється через організаційно-правові форми, в яких суб'єкти власності і господарювання збігаються. Законодавство України основним суб'єктом приватного підприємництва на селі визначає селянське (фермерське) господарство. У розвинених країнах світу фермерські господарства забезпечили продовольчий достаток, тому при здійсненні аграрної реформи в Україні саме фермерству відводиться роль перспективної форми господарювання.

Селянське (фермерське) господарство – це форма вільного підприємництва на основі використання майна і землі, що знаходиться у власності фермера чи орендована ним. До об'єктів власності застосовується праця власника засобів виробництва, а також членів його родини. Фермер займається виробництвом, переробкою та реалізацією сільськогосподарської продукції. У фермерському господарстві в одній особі представлений власник, працівник та підприємець.

Підприємництво – це діяльність, пов'язана з реалізацією творчого потенціалу, проявом економічного і організаторського новаторства. Виходячи з цього підприємець повинен бути талановитим. До того ж цей талант повинен бути помножений на наполегливу працю і достатні знання. За наявними даними тільки 5-10% людей здатні стати бізнесменами. Підприємець же, який працює на землі, тобто фермер, повинен мати ще й комплекс певних рис, які гарантують успішне ведення фермерського господарства: сільськогосподарську освіту, відповідну кваліфікацію (в залежності від обраного виду діяльності), досвід роботи в цій галузі, відповідний вік, здоров'я, працездатність, любов до природи, професійну етику. Людина, яка прагне стати фермером, повинна мати відповідний хист і бути морально готовою до цього, здатною на пошук нетрадиційних рішень, ризик, діловитість, відповідальність. Однією з важливих умов успішної роботи фермера є володіння знаннями не тільки в сфері

сільського господарства, але і в галузі економіки, фінансів, менеджменту, маркетингу і багатьох інших.

Чимало публікацій присвячені фермерству взагалі і можливості його розвитку в Україні. Досить багато авторів та дослідників вважають, що майбутнє аграрного сектору України саме за фермерськими господарствами. Обмовимось одразу, що, на нашу думку, повна фермеризація неможлива, але фермерство займає в аграрному секторі України певну і досить вагомую нішу.

Наведемо думки кількох провідних вітчизняних дослідників. О.М. Онищенко і В.В. Юрчишин вважають, що слід виходити з того, що сільське господарство є настільки специфічною галуззю, що при реформуванні відносин власності в ній треба враховувати притаманні їй особливості минулого й сучасності. У даному випадку на одному з перших місць є те, що сільське господарство більше, ніж інші галузі, підготовлене до широкого розвитку приватного сектору. Основною причиною для цього є історично зумовлене тяжіння селянина до приватної власності [17].

В. Нелеп стверджує, що світовий досвід розвинутих країн дає майже однозначну відповідь – фермерське господарство довело за останнє сторіччя свої переваги як в Америці, так і в Західній Європі. Цей багатий досвід нам потрібно досконально вивчити і використати [15].

На думку В.В. Юрчишина, в умовах приватної власності «суб'єкт власності індивідуально реалізує свої права на землю та майно (земельні і майнові паї), а також на всю одержану продукцію чи весь одержаний прибуток. У найбільшій мірі таку можливість мають фермерські господарства, особисті присадибні господарства та інші приватні власники» [21, с. 33].

«Здійснене паювання, – за переконанням П.М. Макаренка, – не спроможне вирішити проблему власності і підвищити ефективність праці. Тільки індивідуальна персоніфікація практично забезпечить створення господаря землі і майна» [13, с. 15].

«Досвід зарубіжних країн свідчить – стверджують Р.А. Іванух і О.О. Жовтанецька, що сімейні фермерські господарства найбільш ефективні і загальноприйняті» [11, с. 26].

Однозначно оцінює фермерські господарства як форму аграрного бізнесу О.В. Грищенко: «У процесі реформування економіки особливе місце повинне займати створення та розвиток селянських (фермерських) господарств. Зарубіжний досвід свідчить, що фермерство один з дійових шляхів до відродження підприємницької діяльності сільських товаровиробників до вискоєфективного ведення сільськогосподарського виробництва. Переваги фермерської форми господарювання незаперечні, оскільки розвиток їх не самоціль, не бажання бути схожими на інших, а вимога, зумовлена входженням економіки України в ринкове середовище» [10, с. 4].

С.М. Панасейко також посилається на світову практику, коли обґрунтовує тезу, згідно з якою фермерство – це один із найраціональніших шляхів до вільної підприємницької діяльності на землі, до реальних товарно-грошових відносин, до ефективного ведення сільськогосподарського виробництва. За фермерськими господарствами – майбутнє розвитку аграрного сектору України [18, с. 129,135].

І.М. Бурдейний вважає, що «у ринковій економіці фермерство є формою господарювання, що найбільш відповідає умовам та законам ринку. Ця форма вільного підприємництва ґрунтується на принципах саморегуляції і конкуренції» [5, с. 126].

З'явилися публікації, в яких стверджується, що «найсприятливішими на сучасному етапі стають формування, що ґрунтуються на приватній власності на землю і майно та колективних формах організації виробництва...» [1, с. 459]. Нерідко не на користь фермерських господарств наводились дані, що площа земель, яку обробляють фермерські господарства, не відповідає їх питомій вазі у виробництві валової сільськогосподарської продукції. Не дивлячись на те, що сьогодні фермерським господарствам належить 8,5% ріллі, вони виробляють лише 2,5% валової продукції сільського господарства. І тільки 18% фермерських господарств, які мають земельний наділ понад 70 га, є дійсно товарними і працюють рентабельно. Саме вони виробляють майже 70% валової продукції цього сектору. До того часу, поки не буде створена більш сприятлива економічна і соціальна ситуація для розвитку фермеризації, розраховувати на те, що селянські господарства займуть біля 10% у структурі сільськогосподарського виробництва, не приходиться [16, с. 72-73].

Подібні міркування щодо фермерських господарств в Україні мають під собою певні підстави. Але це не є свідченням того, що становлення фермерства зазнало фіаско. Від початку становлення фермерства в Україні пройшло лише 17 років. Отже, потрібен усесторонній аналіз з метою виявлення закономірностей чи тенденцій становлення і розвитку фермерства в Україні, визначення його сучасної структури, причин, що гальмували і гальмують подальший розвиток.

Насамперед розглянемо кількісний аспект розвитку фермерства в Україні, де процес становлення фермерських господарств розпочався з 1990 р. ще в складі СРСР. На 01.01.91 р. було створено 82 фермерські господарства. Динаміка чисельності фермерських господарств і забезпеченості їх земельними ресурсами представлена в табл. 2.19.

Найбільш масова організація фермерських господарств почалась з прийняття Верховною Радою Закону України “Про селянське (фермерське) господарство” і введення його в дію з 20 грудня 1991 р. Уже до початку 1992 р. таких господарств було у 25,6 рази більше порівняно з попереднім роком.

Розвиток фермерських господарств в Україні (на початок року)

РІК	Кількість фермерських господарств		Забезпеченість сільськогосподарськими угіддями			
	всього	у тому числі приріст за рік	всього, тис. га	% до загальної кількості в Україні	у тому числі	
					рілля, тис. га	% до загальної кількості в Україні
1991	82	–	4,0	–	2,0	–
1992	2098	2016	48,9	0,1	41,2	0,1
1993	14681	12583	349,8	0,8	315,6	1,0
1994	27739	13058	619,1	1,5	561,6	1,7
1995	31983	4244	699,7	1,7	638,5	1,9
1996	34778	2795	786,4	1,9	718,5	2,2
1997	35353	575	835,0	2,1	765,0	2,3
1998	35927	574	932,2	2,3	857,4	2,6
1999	35485	–	1029,2	2,5	953,6	2,9
2000	35884	399	1162,3	2,8	1082,2	3,3
2001	38428	2544	2157,6	5,2	1996,8	6,1
2002	41599	3171	2585,8	6,2	2410,9	7,4
2003	43042	1443	2822,7	6,7	2637,5	8,1
2004	46300	3258	3163,5	7,5	2934,3	9,0
2005	46400	100	3416,9	8,2	3187,0	9,8
2006	46600	200	3591,1	8,6	3367,5	10,4

Бурхливе зростання фермерських господарств спостерігалось тільки в 1991-1993 рр. У перші роки аграрної реформи бажаючі стати фермерами могли одержати у користування до 50 га сільськогосподарських угідь і до 100 га загальної земельної площі. На свої майнові паї вони могли отримати техніку й інші засоби виробництва. У той час ціни на техніку і добрива були більш-менш доступними для фермерів. Вони могли також купити зношену техніку у КСП за порівняно низькими цінами. З 1994 р. передача земель запасу фермерам призупинилась, і темпи створення даного типу господарств сповільнились. Уже на початок 1995 р. була створена основна кількість фермерських господарств – близько 32 тисяч, що становить майже 70% нині діючих господарств. У 1997-1999 рр. був застій – кількість господарств незмінно перебувала у межах 35,5-36 тис. При цьому значний спад відбувся в 1997-1998 рр. – близько 800 фермерських господарств за цей період припинили своє існування.

Поглиблення диспаритету цін, глибока криза всієї економіки, у тому числі аграрної сфери, інфляція – все це призвело до того, що бажаючі стати фермерами не мали для цього можливостей і насамперед “стартового капіталу”, а без цього створити власне господарство неможливо. У позитивну сторону ситуація змінилася тільки в першому півріччі 2000 р., чому сприяла реалізація Указу Президента “Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектору економіки”.

Площа сільськогосподарських угідь, що знаходиться в обробці фермерських господарств, збільшувалась рівномірно щорічно, у ще більшому ступені збільшувалась площа ріллі. У період з 1991 по 1999 рр. спостерігалось незначне коливання середньої площі сільськогосподарських угідь, у тому числі ріллі, що знаходиться в розпорядженні одного фермерського господарства, поступово зменшуючись, а з 1996 р. збільшуючись. Значні зміни відбулись протягом 2000 р. Так, приріст кількості фермерських господарств склав 2516, і на початок 2001 р. в Україні функціонувало 38428 фермерських господарств. Майже удвічі збільшилась кількість землі, яка оброблялась фермерами. Це обумовлено передачею селянами земельних паїв, отриманих у процесі реформування, в оренду фермерським господарствам. Протягом 2002 р. в Україні кількість фермерських господарств збільшилась на 1,4 тис. одиниць і склала на початок 2003 р. 43 тис. юридичних осіб. На початок 2006 р. у користуванні фермерів знаходиться 3591,1 тис. га сільськогосподарських угідь, з них 3367,5 тис. га ріллі. У середньому на одне господарство припадає відповідно по 77,1 і 72,3 га проти 73,6 і 68,7 га на початок 2005 р., що наочно представлено на рис. 2.8.

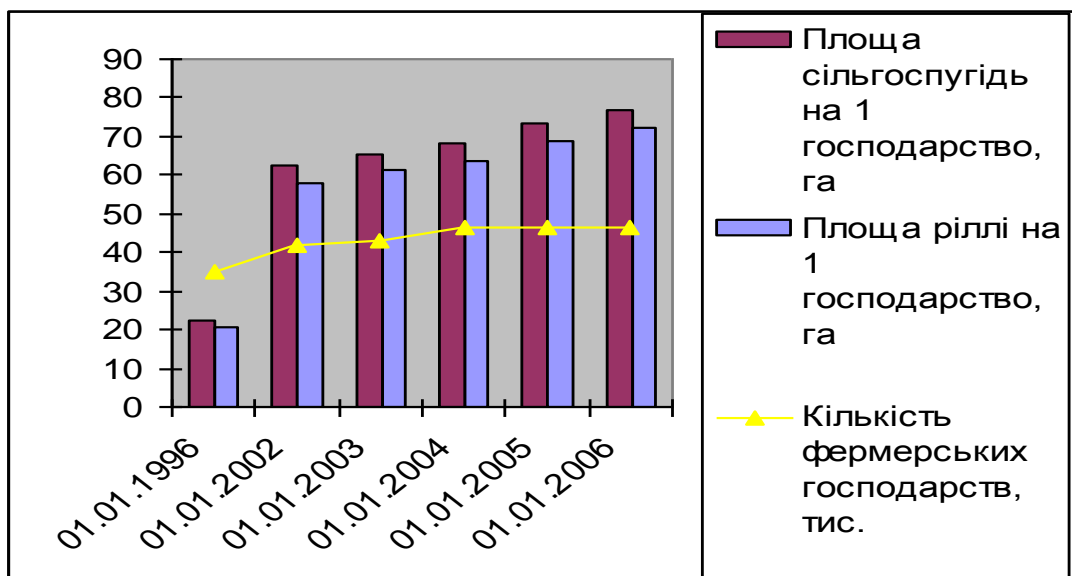


Рис. 2.8. Кількість фермерських господарств, площа сільськогосподарських угідь та ріллі, що припадає на одне господарство

Розвиток фермерських господарств характеризується такими показниками, як нарощування обсягів виробництва і реалізації продукції, зміцнення їхнього фінансового стану. Ці показники значною мірою залежать від розмірів господарства. Фермерські господарства формуються таким чином, щоб забезпечити раціональне використання машин і трудових ресурсів родини фермера. Якщо розглянути зародження фермерства, то можна побачити таке: у цілому по Україні йде збільшення розмірів господарств, і якщо в 1997 р. у порівнянні з 1992 р. їхнє зростання складало 136,1%, то в 2001 р. у порівнянні з 1992 р. уже 281,5%. Чисельність і розміри фермерських господарств збільшуються за рахунок тих членів колективних сільськогосподарських підприємств, що виходять з них зі своїм майном і земельними паями.

На початок 2006 р. в Україні функціонував уже вагомий за кількістю сектор фермерських господарств – понад 46 тис. одиниць. Стосовно інших підприємницьких агроформувань фермерські господарства за кількістю займають перше місце в аграрному секторі економіки України, їх питома вага у складі усіх підприємницьких агроформувань (тобто без господарств населення) у 2005 р. становила 73,3% [19, с. 53]. Зростання середнього розміру сільськогосподарських угідь фермерських господарств – важливий показник їх розвитку.

Найбільша кількість фермерських господарств створена в степовому регіоні, до якого відноситься і Дніпропетровська область, тому що тут найбільш сприятливі природно-кліматичні умови, найбільш придатні для сільськогосподарського виробництва землі.

У виробництві валової продукції сільського господарства питома вага фермерських господарств хоча і зростає, але ще в цілому незначна, про що свідчать дані табл. 2.20.

Таблиця 2.20

Валова продукція фермерських господарств, % (до загального обсягу в Україні у порівняних цінах 2000 р.)

Показник	2001	2002	2003	2004	2005
Валова продукція, всього	7,5	8,7	7,8	9,8	10,4
у т. ч.: продукція рослинництва	9,5	11,5	10,9	12,6	13,9
продукція тваринництва	1,7	1,9	2,0	2,0	2,5

Розраховано на основі даних Статистичних щорічників України

Ситуація в Дніпропетровській області характеризується даними, наведеними в табл. 2.21.

Фермерські господарства Дніпропетровської області (на початок року)

Рік	Кількість фермерських господарств, од.	Площа сільськогосподарських угідь, тис. га	Припадає на одне господарство, га
1991	1	0,2	0,2
1992	71	2,0	28,2
1993	974	28,3	29,1
1994	1803	46,9	26,0
1995	2245	60,6	27,0
1996	2549	72,3	28,4
1997	2625	77,3	29,4
1998	2672	87,0	32,6
1999	2731	103,6	38,0
2000	2825	134,9	47,8
2001	3027	293,5	97,0
2002	3265	309,3	94,7
2003	3419	332,2	97,2
2004	3483	360,9	103,6
2005	3377	392,0	116,1
2006	3405	418,2	122,8
2007	3431	449,3	130,9

Складено на основі даних Статистичних щорічників Дніпропетровської області

Наведені дані свідчать про те, що кількість фермерських господарств у Дніпропетровській області мала постійну тенденцію до зростання, навіть у 1998 р. (в Україні в цей рік кількість фермерських господарств скоротилась). Якщо по Україні на початок 2006 р. в розрахунку на одне фермерське господарство припадало 77,1 га сільськогосподарських угідь, у тому числі ріллі – 72,3 га, то в Дніпропетровській області відповідно – 122,8 га і 120,7 га, тобто на 59,3% і 66,9% більше.

Частка фермерських господарств Дніпропетровської області у загальній їх кількості в Україні на початок 2006 р. становила 7,3%. Незважаючи на те, що Дніпропетровська область завжди вважалась промисловою, а не аграрною, за кількістю фермерських господарств на початок 2007 р. вона посідає третє місце в Україні, а за площею сільськогосподарських угідь – перше. Реально це 449,3 тис. га, тобто майже 12,5% земельної площі усіх фермерських господарств.

Помітне збільшення кількості фермерських господарств у Дніпропетровській області відбувалося в період 1991-1996 рр., але протягом наступних чотирьох років темпи кількісного зростання дещо

сповільнилися. Значне збільшення кількості фермерських господарств в області відбулось в 2000 і 2001 рр., а саме на 202 (7,2%) і 238 (7,9%) господарств. У 2003 р. відбулося укрупнення фермерських господарств, внаслідок чого їх кількість зменшилась на 116 господарств, але середній розмір їх землекористування збільшився на 11,4%. Зазначений процес відбувався і в 2004 р., коли кількість господарств внаслідок їх укрупнення зменшилась на 106 одиниць, а розмір середньої площі землекористування зріс на 12%. Зараз же тенденція до створення нових фермерських господарств залишається позитивною, але зміни незначні, що характеризується такими цифрами: у 2005 р. число фермерських господарств збільшилось на 28, у 2006 р. – на 26 господарства, що у відносних величинах складає відповідно 0,83% і 0,76%.

Кількість фермерських господарств і забезпеченість їх сільськогосподарськими угіддями і ріллею в розрізі районів Дніпропетровської області представлені в табл. 2.22.

Таблиця 2.22

Наявність фермерських господарств по районах Дніпропетровської області (на початок року)

Райони	1999 р.			2006 р.		
	кількість господарств	площа сільськогосподарських угідь, га	у тому числі ріллі	кількість господарств	площа сільськогосподарських угідь, га	у тому числі ріллі
1	2	3	4	5	6	7
Всього по області	2825	134882	131789	3431	449252	442853
Апостолівський	209	6125	5961	214	12478	12266
Васильківський	199	14298	14170	283	52460	51927
Верхньодніпровський	68	3828	3679	75	12549	12276
Дніпропетровський	169	5832	5393	177	11376	10911
Криворізький	112	5514	5469	160	22743	22530
Криничанський	324	10821	10821	282	25582	25513
Магдалинівський	244	9283	9133	260	23361	23210
Межівський	46	2408	2389	78	15065	14715
Нікопольський	55	1954	1938	65	6793	6721
Новомосковський	189	5589	5002	271	21725	20382
Павлоградський	76	3350	3128	112	27628	26479
Петриківський	70	3242	3079	78	8906	8721
Петропавлівський	45	1852	1792	78	22238	22131
Покровський	60	2296	2244	99	12959	12889

1	2	3	4	5	6	7
П'ятихатський	172	8519	8383	202	18837	18770
Синельниківський	259	17517	17347	238	31596	31064
Солонянський	151	6942	6936	220	23260	23259
Софіївський	82	5003	4903	113	24169	24157
Томаківський	102	6891	6795	124	27682	27649
Царичанський	46	1549	1485	84	11742	11536
Широківський	101	2745	2745	147	16749	16597
Юр'ївський	46	9324	8997	71	19353	19152

У період 1996-2006 рр. площа сільськогосподарських угідь та ріллі в користуванні фермерських господарств Дніпропетровської області збільшилась відповідно у 3,3 і 3,4 рази. Оцінюючи етап формування фермерських господарств по районах області на початок 2007 р., можна сказати, що найбільша кількість господарств функціонує у Васильківському (283) та Криничанському (282) районах. У Васильківському та Синельниківському районах під фермерство виділена значна кількість землі, відповідно 52460 та 31596 га. У Софіївському, Томаківському, Павлоградському та Юр'ївському районах найбільше сільськогосподарських угідь припадає на одне фермерське господарство (213,9; 223,2; 246,7 та 272,6 га), але лідером є Петропавлівський район – 285,1 га. Оптимальний розмір фермерського господарства, що забезпечує повну трудову зайнятість, ефективне використання техніки і необхідний заробіток фермерської родини, повинен становити близько 200 га ріллі. При 20-50 га виробництво нерідко збиткове. Від 100 і до 400 га ефективність виробництва зростає, а потім уповільнюється [14]. У названих районах середній розмір фермерських господарств найбільш оптимальний. З 22 районів області в 16 середній розмір господарств перевищує 100 га і лише у 2 районах він менший від середнього по Україні.

2.6. Розвиток малих форм бізнесу у харчовій промисловості регіону

Харчова промисловість становить комплекс окремих підгалузей – харчосмакової, м'ясної, молочної, рибної, борошномельно-круп'яної, комбікормової, олійно-жирової, цукровиробничої, кондитерської, хлібопекарської та інших видів промисловості, поєднаних переробкою сільськогосподарської сировини та виготовленням продуктів харчування. Це зумовлює повсемісне територіальне розосередження суб'єктів господарювання цього комплексу в усіх регіонах країни та використання різної масштабності бізнесу – великих, середніх та малих підприємств.

Розвиток підприємств харчової промисловості в умовах ринку відбувається як результат взаємодії цілої низки чинників: зовнішніх (попит

на ринку послуг, рівень доходів населення, сировинно-ресурсне забезпечення, стан науки, техніки, технологій тощо) і внутрішніх (стратегія підприємства, ресурсне і фінансове забезпечення, ефективність їх використання, менеджмент і маркетинг тощо). Здатність підприємства пристосовуватися до зміни технологічних, економічних і соціальних чинників та кон'юнктури ринку зумовлює успішність його функціонування. Найбільшу адаптивність до ринкових умов та кон'юнктури ринку проявляють малі форми бізнесу харчової промисловості, що полягає у їх гнучкості.

У 2000 р. вітчизняна статистика перейшла на міжнародні стандарти звітності об'єктів господарської діяльності. Відповідно до цих стандартів види діяльності, пов'язані з переробкою аграрної сировини й виробництвом продовольчих товарів, об'єднано в групу «харчова промисловість та переробка сільськогосподарських продуктів». При запровадженні нової класифікації із цієї групи підприємств виведені окремі виробництва (соляна, парфумерно-косметична, виробництво мила та інші), що зумовило певну незіставність статистичних показників, що характеризують розвиток харчової й переробної промисловості до і після 2000 р. У нашому дослідженні обрано період після 2000 р. ще й тому, що з цього часу почалося пост-депресійне піднесення національної економіки в Україні і її функціонування переважно на основі законів ринкових відносин.

Передумовою досягнення стабільних темпів економічного розвитку в харчовій промисловості, високої якості та конкурентоспроможності продукції є створення міцної матеріально-технічної бази, яка б за своїм техніко-технологічним рівнем відповідала сучасним світовим стандартам. Однак, зважаючи на те, що окремі галузі харчової промисловості (пивоварна, тютюнова, кондитерська, лікєро-горілчана, виробництво соків і безалкогольних напоїв тощо) вийшли в лідери за темпами модернізації виробництва, технічний рівень решти харчових і переробних підприємств не відповідає сучасним вимогам. Лише п'ята частина виробничих фондів корпоративного сектору харчової промисловості має сучасний світовий рівень, чверть фондів потребує модернізації, а третина засобів виробництва фізично зношена, морально застаріла і потребує невідкладної заміни. Спрацьованість активної частини основних засобів виробництва у різних галузях харчової промисловості сягає 50-70%, середній термін їх служби перевищує норматив у чотири рази, а коефіцієнт відновлення нижчий від нормативного у 6-8 разів.

Слід зазначити, що в харчовій промисловості існує залежність зношено-відтворювальних процесів засобів виробництва від форм власності та організаційно-правового статусу суб'єктів господарювання. Особливо важкий стан у цьому відношенні спостерігається у секторі малих формувань. Тут часто використовуються архаїчні технології та списане обладнання великих підприємств, яке потребує постійного ремонту і тому

малопродуктивне. Це зумовлено відсутністю коштів у суб'єктів малого бізнесу. Доречно зауважити, що і в корпоративному секторі поновлення техніки і технології здійснюється насамперед за рахунок іноземних інвестицій і саме вони нині спричиняють структурно-динамічні процеси в галузі.

Ступінь фінансового забезпечення функціонування підприємств сектору малого бізнесу особливо відчутно впливає на структурно-динамічні процеси саме цього сектору.

Для характеристики динаміки кількісного стану розвитку сфери малого бізнесу у галузі харчової промисловості використані наступні показники:

- загальна кількість малих підприємств з виробництва харчових продуктів, їх створення і занепад (призупинення господарської діяльності або ліквідація);

- середньооблікова чисельність працівників;

- щільність розташування об'єктів на території регіону.

Динаміка наведена у табл. 2.23.

Таблиця 2.23

Динаміка формування малих підприємств харчової промисловості

Рік	Разом		МП		МП харчової промисловості			Частка продукції МП у промисловій продукції, %
	Кількість	Темп зростання, %	На 10 тис. населення	середня кількість працівників, осіб	Кількість	Темп зростання, %	Від загальної кількості, %	
1995	96019	203,9	19	12	1061	816,2	1,1	
2000	217930	110,6	44	8	6378	111,5	2,9	
2001	233607	107,2	48	8	6681	104,8	2,9	
2002	253791	108,6	53	8	6797	101,7	2,7	
2003	272741	107,5	57	7	6982	102,7	2,6	
2004	283398	103,9	60	7	6587	94,3	2,3	
2005	295109	104,1	63	6	6393	97,1	2,1	
2006	307398	104,2	66	6	6074	95,0	2,0	

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики.

Як видно із наведених у табл. 2.23 даних, загальна кількість малих підприємств в Україні має стійку тенденцію до зростання як в абсолютному виразі, так і у розрахунку на 10 тисяч населення. Проте темп зростання кількості малих підприємств скоротився до 4% щорічного

приросту. Зменшується також кількість найманих працівників у розрахунку на одне підприємство: від 12 осіб у 1995 р., до 8 осіб у 2000 р. і до 6 осіб у 2006 р. Це свідчить в цілому про малу виробничу спроможність підприємств малого бізнесу.

Темпи зростання чисельності малих підприємств харчової промисловості 2003 р. є від'ємними. Спостерігається також стійка тенденція до зменшення частки малих підприємств харчової промисловості у загальній кількості суб'єктів малого бізнесу, яка в 2006 р. становила лише 2%.

Характерною особливістю сучасного етапу розвитку малого бізнесу в харчовій промисловості є його регіональна спрямованість, оскільки обсяг міжрегіональних зв'язків малих підприємств незначний. Маломасштабність підприємств малого бізнесу в харчовій промисловості призводить їх діяльність до рівня місцевого значення при практично відсутній конкуренції.

Динаміка темпів регіонального розвитку малих підприємств у харчовій промисловості наведена в табл. 2.24.

Таблиця 2.24

Динаміка розвитку малих підприємств харчової промисловості

Адміністративно-територіальна одиниця	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 р. до 2000 р., %	Кількість МП харчова норма на 10000 жителів	Щільність населення на км ² осіб
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Україна	6378	6681	6797	6982	6587	6393	6074	95,2	1,30	77
АРК	259	306	335	384	373	197	338	130,6	1,71	76
Вінницька	194	220	279	292	288	168,6	275	141,7	1,63	64
Волинська	89	108	128	145	123	103,8	112	125,8	1,08	52
Дніпропетровська	360	402	403	415	367	342	360	100,0	1,05	107
Донецька	566	546	515	499	461	458	415	73,3	0,91	173
Житомирська	217	243	241	197	187	132	165	76,0	1,25	44
Закарпатська	259	266	263	246	288	124	279	107,7	2,25	97
Запорізька	189	185	181	231	190	185	167	88,3	0,90	68
Івано-Франківська	234	240	250	243	224	138	221	94,4	1,60	100

Продовж. табл. 2.24

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	11
Київська	232	257	267	305	372	175	303	130,6	1,73	62
Кіров градська	249	270	243	262	234	105	199	79,9	1,89	73
Луганська	275	263	273	271	249	238	217	78,9	0,91	89
Львівська	367	378	384	412	407	256	351	95,6	1,37	118
Миколаївська	268	257	247	247	223	121	205	76,5	1,69	49
Одеська	275	292	332	325	307	239	289	105,1	1,21	72
Полтавська	221	231	229	200	182	154	175	79,2	1,13	53
Рівненська	155	158	161	159	148	115	120	77,4	1,04	57
Сумська	154	163	163	143	129	121	105	68,2	0,87	51
Тернопільська	193	211	196	227	221	110	216	111,9	1,96	80
Харківська	409	430	435	456	427	281	381	93,1	1,35	90
Херсонська	207	225	199	196	195	111	180	86,9	1,62	39
Хмельницька	173	178	177	206	194	136	184	106,3	1,35	66
Черкаська	199	192	222	232	211	133	146	73,3	1,10	64
Чернівецька	126	147	160	146	147	90	150	119,0	1,67	112
Чернігівська	120	130	133	137	129	115	126	105,0	1,10	36
м. Київ	348	345	347	358	362	271	358	102,9	1,32	3398
м. Севастополь	40	38	34	48	49	37	37	92,5	1,00	421

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики.

Наведені у табл. 2.24 дані свідчать про неоднорідність мережі малих підприємств харчової промисловості по регіонах України та відсутність загальної тенденції формування їх чисельності. При загальноукраїнській тенденції зменшення чисельності цих суб'єктів господарювання, їх чисельність зростає в 11 регіонах, особливо істотно у Волинській області (125,8%), Автономній Республіці Крим і Київській областях (130,6%) та найбільше – у Вінницькій області (141,7%). Поряд з цим у 15 регіонах відбулося зменшення малих підприємств харчової промисловості проти 2000 р., особливо істотно в Донецькій, Житомирській, Кіровоградській, Луганській, Миколаївській, Полтавській, Рівненській, Черкаській областях, де зменшення проти 2000 р. становить 21-27%, а в Сумській області – 32%.

Характерною особливістю розсосередження підприємств малого бізнесу харчової промисловості в Україні є нерівномірність її щільності в розрахунку кількості підприємств на 10 тисяч населення. Менше одного малого підприємства на 10 тисяч населення спостерігається в чотирьох регіонах (у Сумській, Запорізькій, Донецькій, Луганській областях), а найбільша – в Херсонській, Івано-Франківській, Вінницькій, Миколаївській, Чернівецькій областях та АРК: від 1,6 до 1,7 підприємств. Найвища ж щільність відмічається в Тернопільській (1,96) та Закарпатській областях (2,25).

Ця нерівномірність певною мірою зумовлюється нерівномірністю щільності заселення території України (кількість населення в розрахунку на 1 км² без урахування регіонів міст Севастополя і Києва), що коливається в межах від 36 (Чернігівській області) до 173 (у Донецькій області). Можна вважати закономірним явищем пропорційну залежність щільності кількості малих підприємств харчової промисловості із щільністю заселення територій (Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області), проте в ряді регіонів при щільності населення меншої на половину ніж в цілому по Україні, щільність наявних підприємств перевищує середню на 25-30% (Кіровоградська, Миколаївська, Херсонська області).

Дніпропетровська область за аналізованими показниками займає в Україні середнє положення. Кількість підприємств малого бізнесу харчової промисловості за 2000-2006 рр. мала спочатку тенденцію до зростання, а потім спаду, внаслідок чого ця кількість МП в 2000 р. і 2006 р. однакова – 360 підприємств. За щільністю зосередженням МП в області їх менше (на 20%) ніж в середньому по Україні при порівняльній більшій щільності населення (на 39%). Це свідчить про наявність потенційних можливостей розширювати (а скоріше – відновити тимчасово закриті малі підприємства харчової промисловості) в області.

Скорочення чисельності малих підприємств у Дніпропетровській області відбулось не внаслідок їх перенасиченості, а внаслідок фінансових труднощів функціонування.

Оцінка розвитку бізнесу малих підприємств харчової промисловості в Дніпропетровській області показує, що більшість із них мають нестабільний фінансовий стан і потерпають від фінансових ускладнень, викликаних як зовнішніми, так внутрішніми чинниками. Сукупність цих чинників викликає необхідність запровадження постійної діагностики фінансового стану підприємств, на базі чого треба сформувати механізм антикризового фінансового менеджменту. Найдієвішим заходом у цьому відношенні є своєчасне виявлення ознак фінансової кризи і оцінка можливостей оздоровлення фінансового стану засобами цілеспрямованої фінансової санації.

Найпоширенішими методами та індикаторами діагностики фінансового стану є система фінансових коефіцієнтів та показників раннього попередження та прогнозування кризових процесів. Серед них найважливішими є коефіцієнт ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності та окремі агреговані коефіцієнти. Ступінь загрози визначається шляхом порівнювання фактичних величин з критично допустимим значенням зазначених коефіцієнтів-індикаторів.

Оцінка стану функціонування сектору малого бізнесу харчової промисловості в одному із найбільш розвинутих промислових регіонів – у Дніпропетровській області за 2004-2006 рр. показує наявність стійкої тенденції до фінансового занепаду. Це проявляється як у кількісних, так і в якісних показниках їх стану. Характерною особливістю є те, що реєстрація щорічно новостворюваних підприємств зменшилась з 29 до 18 об'єктів (на 38,0%), а кількість об'єктів, що припинила діяльність, зросла з 99 до 128 об'єктів (на 29,3%). Зменшилась також і кількість персоналу від 3776 до 3377 осіб (на 10,6%), у т.ч. кількість штатних працівників зменшилась на 346 осіб, або на 9,4%. Відповідно до цього зменшилась кількість трудових витрат на 654,9 тис. людино-годин (на 11,0%) та інтенсивність праці зменшилась на 1,2%.

У цілому фінансово-господарська діяльність малих підприємств харчової промисловості в Дніпропетровській області характеризується показниками, наведеними в табл. 2.25.

Таблиця 2.25

Рівень фінансово-господарської діяльності МП харчової промисловості в Дніпропетровській області, тис. грн.

Показники	2004 р.	2005 р.	2006 р.	Зміна, %
Валюта балансу (сукупний) капітал	275604	265061	221658	80,4
у т.ч. необоротні активи	132583	101234	129524	97,7
оборотні активи	141213	162241	91421	64,7
Власний капітал	100027	91082	45916	45,9
Дебіторська заборгованість	61997	63080	48607	78,4
у т.ч. до оборотних активів,%	43,9	38,9	53,2	+9,3
до кредиторської заборгованості,%	87,4	66,1	49,1	-38,3
у т.ч. в розрахунках з бюджетом	5019	2360	3321	66,2
Поточна зобов'язаність	151401	160872	166371	109,9
у т.ч. довгострокова	15583	8367	12775	82,0
Кредиторська заборгованість	70951	95423	98921	139,4
Фінансовий результат за основним видом діяльності	-6656	7105	-59917	-900,0
Виручка від реалізації продукції	131658	127519	132934	101,0
Чистий прибуток (збиток)	-7420	6436	-60628	-817
Рівень рентабельності, %	-4,9	5,4	-4,8	-0,01

Джерело: за даними Головного управління статистики в Дніпропетровській області.

Із наведених у табл. 2.25. даних видно, що бізнес малих підприємств харчової промисловості в області за останні три роки істотно погіршився, зменшився ресурсно-виробничий потенціал, погіршали значення результуючих показників. Про це зокрема свідчить зменшення сукупного капіталу на 19,6%, у тому числі власного капіталу на 54,1%. Особливо негативним є швидке вичерпування оборотного капіталу, загальна маса якого взагалі зменшилася на 35,3%. Погіршився маркетинг: збільшилась сума дебіторської заборгованості у відношенні її до суми оборотного капіталу, досягнувши 53,2%. При такій значній величині дебіторської заборгованості можна стверджувати про шкідливу тенденцію до заморожування оборотного капіталу в розрахунках та про появу значної частки в складі дебіторської заборгованості безнадійних боргів.

Загальне зменшення ресурсної спроможності малих підприємств харчової промисловості в області спонукає до залучення позикових коштів: сума кредиторської заборгованості за останні три роки зросла на 39,4%. Особливо тривожним є те, що довгострокові кредити зменшуються, а зростає маса кредитів короткострокових, тобто таких, які необхідно погашати протягом господарського року. Враховуючи те, що сума кредиторської заборгованості (не враховуючи довгострокових кредитів) майже зрівнялась із сумою оборотного капіталу, можна стверджувати, що бізнес малих підприємств у Дніпропетровській області в цілому функціонує в борг. На оплату боргу використовуються кошти амортизаційних відрахувань, внаслідок чого зменшується сума і основного капіталу. Поточна заборгованість підприємств досягла 75% сукупного капіталу. Сума власного капіталу швидко вичерпується: вона зараз становить лише 20,7% від сукупного капіталу.

Цілком зрозуміло, що за таких умов фінансовий результат від основного виду господарської діяльності є негативним: підприємства зазнають збитків, сума яких у 2006 р. досягла 27,3% від суми сукупного капіталу. Рівень рентабельності виробничої діяльності у 2006 р. становив 4,8%.

Погіршення загально фінансового стану малих підприємств харчової промисловості в Дніпропетровській області є симптоматичним для всього цього сектору національної економіки України. Ситуація погіршується повною втратою платоспроможності цих суб'єктів господарювання, що видно із динамічних зрушень за останні три роки (2004-2006 рр.), наведених у табл. 2.26.

**Динаміка платоспроможності МП харчової промисловості в
Дніпропетровській області**

Показники	Норматив	Роки			Відхилення 2006 р. до	
		2004	200	2006	2004	2005
		Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	>1,0	0,897	1,01	0,549
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>0,5	0,70	0,798	0,374	-0,326	-0,424
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,29	0,31	0,06	-0,230	0,029
Частка оборотних активів у загальній сумі активів	За планом	0,897	-1,01	0,549	-0,348	-0,461
Частка виробничих запасів в оборотних активах	>0,5	0,218	0,209	0,320	+0,102	+0,111

Джерело: Авторські розрахунки за даними Головного управління статистики в області.

Наведені в табл. 2.26 дані свідчать про повну неплатоспроможність підприємств малого бізнесу в харчовій промисловості області. Якщо в 2004 р. більшість показників ще відповідала нормативному (критичному) значенню, то в наступні два роки відбулося погіршення ситуації.

Ефективно функціонувати в умовах ринку можуть лише ті підприємства, які підтримують динамічну рівновагу фінансової стійкості, орієнтуючись на нормативні показники визначеного кола фінансових параметрів. Фактичний рівень і динаміка показників фінансової стійкості малих підприємств харчової промисловості в Дніпропетровській області наведений у табл. 2.27.

Таблиця 2.27

**Динаміка показників фінансової стійкості МП харчової промисловості
в Дніпропетровській області**

Показники	Норматив	Роки			Відхилення 2006 р. від:	
		2004	2005	2006	2004	2005
		1	2	3	4	5
Коефіцієнт автономії (концентрації власного капіталу)	>0,5	0,36	0,34	0,207	-0,153	-0,133

Продовж. табл. 2.27

1	2	3	4	5	6	7
Маневреність робочого капіталу	План	-2,14	11,48	-0,394	-1,746	-11,08
Коефіцієнт фінансової залежності	<2,0	2,75	2,91	4,83	+2,08	+1,92
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0,5	-0,14	0,032	-1,618	-1,478	-1586
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	<0,5	0,63	0,65	0,79	+0,16	+0,14
Коефіцієнт залучених джерел в необоротних активах	<0,1	0,128	0,126	0,068	-0,060	-0,058
Коефіцієнт довгострокового залучення позичкових коштів	<0,5	0,145	0,123	0,161	+0,016	+0,038
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	<0,2	0,097	0,073	0,050	-0,047	-0,023
Коефіцієнт поточних зобов'язань	<0,5	0,902	0,926	0,949	+0,047	+0,023
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	<0,5	1,74	1,90	3,82	+2,08	+1,92
Коефіцієнт забезпечення власними коштами	>0,1	0,073	0,083	0,075	+0,02	-0,08
Коефіцієнт фінансової стабільності	>0,1	0,57	0,52	0,26	-0,31	-0,26
Коефіцієнт фінансового лівериджу	<0,1	0,069	0,041	0,092	+0,023	+0,051
Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	>0,2	-0,47	0,088	-2,54	-2,07	-2,45
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів робочим капіталом	План	-0,10	0,018	-0,81	-0,71	-0,63

Джерело: авторські розрахунки за даними Головного управління статистики в області

Діагноз фінансової стійкості малих підприємств Дніпропетровської області, проведений на основі 15 широковживаних фінансових

коефіцієнтів, свідчить про те, що він критичний і істотно відхиляється від нормативів у негативну сторону. Велика частина малих підприємств харчової промисловості області втратила свою фінансову незалежність, причому фінансова залежність зростає високими темпами, відмічається повна відсутність маневреності власним капіталом, посилюється негативне співвідношення між власним і залученим капіталом.

Зазначений негативний фінансовий стан малих підприємств харчової промисловості області та стійка тенденція до його подальшого погіршення є чітко вираженим симптомом високої ймовірності банкрутства. Про це, зокрема, свідчить велика частка хронічно збиткових підприємств, яка в 2006 р. становила 44,6% від їх загальної кількості. Загальна сума збитку зросла від 7,4 (у 2004 р.) до 60,6 млн. грн. (у 2006 р.), або за такий короткий час – у 8,1 рази, що говорить про безнадійність бізнесу, що працює на збиток, провокуючи банкрутство.

Прогноз ймовірності банкрутства загальної сукупності малих підприємств харчової промисловості області наведено в табл. 2.28.

Таблиця 2.28

Прогноз банкрутства малих підприємств харчової промисловості у Дніпропетровській області

Показники	Норматив	2004 р.	2005 р.	2006 р.	Відхилення 2006 р. від:	
					2004 р.	2005 р.
Коефіцієнт Бівера	>0,20	-0,017	+0,008	-0,376	-0,359	-0,384
Чистий грошовий потік, тис. грн.	за планом	-3044,7	+11397,8	-55337,9	-522932	-66735,7
у т.ч. чистий прибуток	за планом	-7419,7	6434,1	-60627,8	-52208,1	-67061,9
Амортизаційні відрахування	за планом	4375,0	4963,7	5289,9	+914,9	+326,2
Коефіцієнт відновлення платоспроможності	>1,0		1,01	0,137		-0,863

Джерело: авторські розрахунки

Наведені у табл. 2.28 дані характеризують загальну ситуацію стійкості підприємств малих форм бізнесу харчової промисловості в Дніпропетровській області як загальної сукупності суб'єктів господарювання у цій сфері. Цілком зрозуміло, що при такому підході негативні показники певною мірою перекриваються позитивними показниками фінансово благополучних підприємств. Зазначалось, що у

загальній сукупності підприємств збитковими є 44,6%, а решта – 55,4% підприємств є прибутковими. Проте їх загального прибутку недостатньо для погашення збитку збиткових підприємств, оскільки ця прибутковість надто низька. До того ж відомо, що загальний результат господарювання (прибуток чи збиток) визначаються лише в кінці господарського року, а протягом року визначальним є показник сальдо поточних грошових потоків. Якщо розмір позитивного сальдо грошових потоків недостатній з позиції фінансових потреб функціонування господарської діяльності, то це призводить до істотних ускладнень. Вони виражаються в тому, що при низькій прибутковості підприємство неспроможне мати достатні фінансові резерви для нейтралізації сезонного характеру потреб фінансових ресурсів (які компенсуються короткостроковими кредитами і погашаються протягом річного виробничого циклу), а відтак здійснюється лише просте економічне відтворення, що виключає можливість розвитку (стагнація), що рівноцінно банкрутству.

Поскілки частка прибуткових підприємств дещо перевищує частку підприємств збиткових і їх прибутку не хватає для покриття збитків збиткових господарств, це дає підставу вважати, що вони перебувають у фазі економічної стагнації, близької до банкрутства.

Про незадовільний фінансовий стан підприємств красномовно свідчать показники системи раннього попередження, реагування та прогнозування банкрутства. Так, коефіцієнт Бівера за досліджуваний період по всій сукупності підприємств не відповідає нормі 0,2, він взагалі від'ємний, а підприємства є неплатоспроможними. Їх діяльність підтримується зростаючими кредитами без гарантій їх погашення, що веде до повного банкрутства біля 50% діючих підприємств.

Для відновлення життєдіяльності (фінансової спроможності) підприємств малого бізнесу харчової промисловості в Дніпропетровській області необхідно здійснити такі заходи:

- збільшити приток власних коштів в оборот за рахунок ліквідації збитковості, додаткових вкладень коштів власників тощо;
- збільшити обсяг виручки від реалізації продукції шляхом посилення адаптації підприємств до кон'юнктури;
- скоротити витрати на виробництво та управління шляхом відповідної модернізації підприємств.

Згідно з існуючою статистичною звітністю, наявних коштів у малих підприємствах харчової промисловості не існує. Можна надіятись на те, що певні ресурси у суб'єктів господарювання (внаслідок подвійної бухгалтерії) повинні бути, але вони недостатні для задоволення нагальних потреб. Вирішення проблем може забезпечуватись консолідацією зусиль у межах кооперації малих підприємств та їх інтеграції з великими підприємствами цієї галузі.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 2

1. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку / інформ.-аналіт. Збірник, випуск 5. – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 647 с.
2. Бабенко А.Г. Актуальные вопросы организации фермерских хозяйств в Украине. – Экономические проблемы крестьянских хозяйств. – Елгава: ЛСХА, 1993. – С. 108-111.
3. Бабенко А.Г. До питання становлення селянських господарств. – Формування, розвиток та розміри фермерських господарств в Україні – К. : УААН, 1994. – С. 123-125.
4. Бабич М.М. Сучасний стан та перспективи розвитку фермерських господарств на Миколаївщині. – Економіка АПК. – 2001. – № 7. – С. 33-36.
5. Бурдейний І.М. З досвіду державного регулювання сільськогосподарського виробництва зарубіжних країн // Екон. АПК. – 2001. – № 2. – С. 124-127.
6. Бурковський І.Д., Бурковська А.В. Розвивати технічне забезпечення фермерських господарств // Економіка АПК. – 2001. – № 10. – С. 3-5.
7. Бурлай А.П. Організація та ефективність функціонування садівницьких, фермерських господарств: автореф. дис. канд. екон. наук. – Європейський ун-т. – К., 2006. – 20 с.
8. Валасюк В.М., Роєнко О.А. Розвиток земельно-орендних відносин у фермерських господарствах Черкаської області // Економіки АПК. – 2001. – № 8. – С. 27 – 30.
9. Гречкосій В.Д. Використання сільськогосподарської техніки у фермерських господарствах // Економіки АПК, 2000. – № 1. – С. 37 – 38.
10. Грищенко О.В. фермерські господарства як форма аграрного бізнесу. // Забезпечення ефективного функціонування сел. (фермерських) господарств. – Харків, 2000. – 53 с.
11. Іванух Р.А., Жовтанецька О.О. Розвиток сільськогосподарської кооперації в умовах переходу до ринкової економіки // Екон. АПК. – 2001. – № 12. – С.25-31.
12. Костецький Я.І. Аналіз прибутку фермерської діяльності за міжнародними стандартами. – Вісник ТАНГ. – 2002. – № 6. – С. 197 – 202.
13. Макаренко П.М. Організація і економічний механізм адаптації аграрного господарювання до ринково-підприємницького середовища:

Автореф. дис. док. екон. наук: 08.06.02 / Харк. Держ. Екон. унів-т. – Харків, 1999. – 35 с.

14. Месель-Веселяк В.Я. Реформування аграрного виробництва. – К.: ІАЕ УААН, 1999. – С. 74-104.

15. Нелен В. Ринкова стратегія сільськогосподарського підприємства // Екон. Україна – 1994. – № 7. – С. 64-69.

16. Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України у ХХІ столітті – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 638 с.

17. Оніщенко О., Юрчишин В. Становлення приватного сектору у сільському господарстві // Економіка України – 1995. – № 10 – С.4-18.

18. Панасейко С.М. Розвиток форм господарювання на селі. Автореф. кен.: 08.06.01 / Дніпропетр. держ. агр. унів-т – Дніпропетровськ, 1996. – 18 с.

19. Стат. щорічник «Сільське господарство України» за 2002 р. / Держкомстат України. – К., 2003 – 319 с.

20. Чирва О.Г. Науково – методичні основи інвестування державних господарств в умовах ринкових перетворень економіки України : автореф. дис. канд. екон. наук. – Науково – дослідний економічний інститут Міністерства економіки України. – К., 2006. – 19с.

21. Юрчишин В.В. Соц.-ек. Проблеми розвитку аграрних відносин // Екон. АПК. – 1999. – № 1. – С. 32-36.

ГЛАВА 3. ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

3.1. Господарсько-економічний механізм діяльності підприємств в умовах ринку

У сучасних перехідних умовах трансформування національної економіки України головним завданням стає відпрацювання ефективної моделі господарсько-політичного механізму забезпечення суспільного розвитку на ринкових засадах. Це потребує врахування закономірностей загальноцивілізаційного поступу, досвіду країн розвинутого ринку, адаптації власної господарської системи до нового типу економічного зростання.

Цивілізаційний поступ та еволюція господарсько-політичного механізму. У процесі розвитку людське суспільство постійно здійснює перехід від однієї до іншої стадії якісного стану, що втілюється у формуванні відповідних суспільно-економічних устроїв. Кожен з наступних устроїв має більш високий ступінь зрілості, більш високий рівень розвитку продуктивних сил і вищу досконалість виробничих відносин. При цьому кожна наступна формація вбирає у себе все найкраще, що було створене попереднім (найкращий досвід організації виробництва, досконалі методи регулювання суспільного життя тощо). На цій основі відбувається досягнення нових рубежів суспільного прогресу. У цьому проявляється історична закономірність розвитку як створення якісно досконаліших послідовних шаблів функціонування суспільства. Ці шаблі пов'язані між собою так, що кожен наступний із них є породженням попереднього водночас – його запереченням, бо він принципово інший, він є більш досконалим.

Ця закономірність характерна і для сучасного процесу цивілізаційного поступу. Він характеризується завершенням протистояння капіталістичного і соціалістичного соціально-економічних устроїв у їх класичному розумінні. У процесі суспільного розвитку посилилася дія чинників конвергенції, взаємопроникнення окремих елементів і згладжування принципових відмінностей, здійснюється формування інтегрованої, змішаної системи. Змістовність цього процесу далека від примітивної прямолінійності "хто кого переборов": в історичному протистоянні: Відбувся синтез двох суспільно-економічних устроїв як загальноцивілізаційне надбання цивілізаційного прогресу.

Симптоматичною ознакою у цьому відношенні є трансформація відносин власності – генератора базиса і надбудови суспільно-економічних систем. Так, у марксистській економічній теорії загальновизнаним є твердження про те, що посилення соціально-економічного прогресу забезпечується зростанням усупільнення власності. Будучи зведеним до істини в останній інстанції, це твердження стало методологічною основою ідеології тотального одержавлення власності в усіх соціалістичних країнах

як запоруки бажаного прогресу. Протягом багатьох років у науці і державних документах вважалося великим досягненням та обставина, що на частку державного сектору припадало понад 90% створеного національного доходу. Проте майже абсолютно усупільнена у загальнодержавній формі соціалістична власність принесла менші соціальні досягнення для суспільства, ніж приватновласницька капіталістична. Крім того, приватновласницька капіталістична система досягла більшого ніж соціалістична, не лише щодо забезпечення рівня життя, а й у реальному усупільненні виробництва. Але здійснено це було таким чином: приватна власність не була знищена одержавленням, сама концентрація виробництва призвела спочатку до акціонерної форми його організації, що означає заперечення приватної власності всередині неї. Відбулося відокремлення капіталу-власності від капіталу-функції. Відношення власності диференціювалися, стали багаторівневими й розгорнулися в закінчену систему: привласнення – володіння – розпорядження – використання.

Зростання масштабів суспільного виробництва спричиняє урізноманітнення організаційних форм відносин власності, залучення до привласнення у вигляді володіння і використання все більшої маси суб'єктів виробництва (спочатку управлінців, а потім і трудящих), участь у прибутках компаній шляхом придбання акцій, збільшення долі пенсійних фондів, які використовуються фірмами до виходу працівників на пенсію з реінвестиційною метою тощо.

Зазначені процеси "капіталістичного" усупільнення здійснюються зі збереженням могутніх чинників приватновласницького інтересу, що разом із конкуренцією та суперництвом у системі змагання за реалізацію цього інтересу створює режим мотивації розвитку, безупинного удосконалення організаційної структури підприємств і галузей, у пристосуванні їх до поступу науково-технічного прогресу. Це дозволило безупинно зменшувати питомі витрати засобів виробництва (матеріальних і трудових ресурсів, основного й оборотного капіталу) в розрахунку на одиницю кінцевого продукту і на цій основі оптимізувати пропорції суспільного розширеного відтворення та співвідношення між I та II підрозділами суспільного виробництва на користь зростання випуску обсягу благ народного споживання, що врешті-решт виступає критерієм оцінки ступеня суспільного розвитку.

Характерною особливістю сучасного етапу світового загальноцивілізаційного розвитку є значне прискорення підвищення рівня усупільнення виробництва, притаманне як соціалістичній, так і капіталістичній формації, і, разом із тим, прискорене вичерпування специфічних особливостей, що визначають відмінності між суспільно-економічними устроями, скорочення часу їх існування в "класичній" формі. Гіпертрофія специфічного прояву устроїв у тлумаченні соціально-економічної історії людства, як показав досвід, призводить до спотворення її логіки, обезкрилює як критично-пізнавальну, так і

позитивно-творчу діяльність людей. Виокремлення соціально-економічної логіки розвитку людства від загального контексту функціонування устроїв розкриває сутнісну змістовність суспільного розвитку. Якщо відійти від генетичного підходу розчленування економічної історії (що уособлює виокремлення устроїв як класифікаційної одиниці) і взяти за об'єкт дослідження функціонування виробництва разом із сукупністю взаємозв'язку продуктивних сил і виробничих відносин, то схема історичного процесу набуває вигляду постадійного розвитку становища людини у виробничому процесі.

Одним із можливих варіантів постадійного підходу до розуміння змістовності суспільного розвитку є класифікація, запропонована К.Марксом. Розглядаючи сутнісні зміни у процесі суспільного розвитку докапіталістичного періоду разом з чинниками розвитку техніки та суспільними відносинами, К. Маркс так характеризував сутнісні відмінності стадій суспільного розвитку: "Відносини особистої залежності (спочатку цілком первісні) – так і ті перші форми суспільства, при яких продуктивність людей розвивається лише в незначному обсязі і в ізольованих пунктах. Особиста незалежність, заснована на речовій залежності, – така друга велика форма, при якій уперше створюється система всезагального суспільного обміну речей, універсальних відносин, усебічних потреб і універсальних можливостей. Вільна індивідуальність, заснована на універсальному розвитку індивідів і на перетворенні їх колективної, суспільної продуктивності в суспільне надбання, – такий третій ступінь (Маркс К., Енгельс Ф. Твори. – Т. 46. – Ч. I. – С. 100-101).

Стадійний підхід до аналізу суспільного розвитку порівняно з поформаційним має значні переваги: долаються ідеологічні нашарування, посилюється інтернаціональна типовість, усезагальність рис, масштабу та історичного значення. Постадійний підхід забезпечує більш цілісне і діалектичне бачення економічної історії, дозволяє виявити серед класичних, трансформованих та перехідних форм панівні тенденції економічного та політичного розвитку в послідовності зв'язків: економічне зростання – відносини власності – господарський механізм. Таким чином, методологічною основою господарсько-політичного механізму слід визнати аналіз онтогенезу буття людини в усному його обсязі, що розкривається у функціональному (системному) прояві способу виробництва.

Механізм як категорія і метод господарювання. Слід зазначити, що у надмірно заідеологізованому донедавна режимі розвитку наукової думки при панівному поформаційному підході до вивчення суспільного розвитку, формування теорії господарського механізму було підпорядковане адміністративно-командній домінанті. Успішно розпочаті в нашій країні пошуки економічної думки в 20-30 рр. у сфері функціонування господарських систем у працях М.І. Бухаріна, Є.О. Преображенського, Н.Д. Кондратьєва, О.В. Чаянова були грубо

перервані як такі, що суперечили офіційній позиції Й.В. Сталіна, а самих авторів було розстріляно. Проте реальна об'єктивна дійсність потребувала розвитку теорії господарювання, господарського механізму. Проводились періодичні компанії з удосконалення господарського механізму, які закінчувалися безрезультатно. Працями значної плеяди науковців – П.Г. Буніча, Л.М. Гатовського, В.М. Готлобера, А.М. Румянцева, Н.С. Спиридонової, С.К. Татура, В.Н. Тельнова та ін. було розроблено загальні теоретично-методологічні засади господарського механізму як економічної категорії та методу господарювання. У працях В.Г. Венжера, М.П. Вітковського, А.М. Єсіна, О.М. Ємельянова, Л.Н. Касірова, ЛМ. Клецького, І.І. Лукінова, І.Ф. Піскуненка, Г.К. Русакова, П.Т. Саблука та ін. розроблені теоретико-прикладні аспекти формування господарського механізму щодо окремих галузей виробництва, методології оцінки ресурсного потенціалу та засад територіального госпрозрахунку. Застосування набутих наукових знань завжди гальмувалися, бо врешті-решт воно приводило до потреби впровадження ринкової системи економічних відносин.

Розгорнутий аналіз функціональної складової суспільного виробництва в працях західних дослідників розвивався на потребу вдосконалення товарно-грошових відносин та механізмів їх регулювання. Вагомими в цьому відношенні є праці М. Вебера, який розглянув етичні витoki буржуазного суспільства ("Протестантська етика і дух капіталізму") та "ідеально бюрократичну" його організацію ("Господарство і суспільство"). Самостійну групу становлять численні "маржиналістські" дослідження, які пошвавилися з необхідністю прагматичного аналізу функціонування капіталістичного господарства на монопольній стадії розвитку. Практично-пізнавальні та ідеологічні аспекти породили теорію "порівняльних економічних систем" (компаративістику), найбільш важливу в її інституціональному напрямі.

За сучасних умов на перший план виступає потреба сумісного пошуку нового резерву розвитку, що полягає у загальнолюдській спільності. Розвитку, що орієнтований не на окремий тип моделі, а на загальність різноманітності, що ввібрала в себе загальнопланетарний досвід людства. Загальний висновок полягає в тому, що між економічним зростанням та господарсько-політичним механізмом існує двобічна залежність. Механізм першопочатково залежить від зростання, а кожен тип зростання допускає певний діапазон різноманітності механізму. Різноманітність механізму менша в його господарській частині і більша в політичній. Сформований механізм діяльні має можливості підтримки того чи іншого типу економічного зростання. Різноманітність і дієвість цих можливостей породжує намагання різних соціальних груп суспільства заволодіти господарсько-політичним механізмом. Заволодіння "контрольним пакетом" господарсько-політичного механізму зворотно впливає на економічне зростання: в одному випадку сприяє збереженню його застарілого типу, в іншому - стимулює розвиток прогресивного типу.

Вирішальною частиною господарсько-політичного механізму є фінансова компонента, яка складає його ядро. Фінансовий механізм сприймається як сукупність фінансових регуляторів, за допомогою яких здійснюється досягнення реалізації економічних інтересів рушійних сил у системі економіки, що функціонує. Оскільки реалізація економічних інтересів здійснюється відповідними виробничими відносинами, то важливо визначити з їх сукупності ті, які конкретно виражаються категорією "фінансовий механізм".

Як відомо, у системі виробничих відносин виділяють два пласти, два ешелони: глибинний (суттєвий) і поверховий (зміст та форма). До першого належать відносини, генеровані специфікою власності, що функціонує, до другого – організаційно-розпорядчі та управлінсько-регулятивні зв'язки. Власнісна субстанція виробничих відносин зумовлює соціальну спрямованість суспільного виробництва, розкриває його зміст, конкретизує форму. Отже, у реальній дійсності відбувається обумовленість змісту та форми вихідною умовою – типом власності, що функціонує у господарській системі. Проникнення субстанції привласнення в організаційну будову регуляторів створює систему, яка втілюється у фінансовому механізмі дієвої виробничої системи, що визначає її характер.

Щодо сучасного становлення національної економіки України як послідовно – ринкової, тобто такої, яка ґрунтується на економічному базисі приватної власності зі збереженням значного сектору державної власності, фінансово-господарський механізм має забезпечувати стійке поєднання факторів виробництва його регуляторів, яке реалізує приватновласницькі та суспільні інтереси всіх учасників шляхом еквівалентного розподілу кінцевого продукту. Суспільно-економічний розвиток може відбуватися за умов, коли система його фінансового механізму буде стимулювати збільшення частки кінцевого продукту кожному учаснику суспільного виробництва – власнику вкладеного у цей процес певного фактора (капіталу, живої праці, ноу-хау, інформації, творчого підприємництва тощо) – еквівалентно результативній продуктивності як прояв реалізації економічних інтересів. Без відповідного приросту реалізованого економічного інтересу розвиток суспільного виробництва призупиняється.

Фінансово-економічний механізм і саморегулювання розвитку підприємств. Визначальне значення ядра економічних відносин, уособлених у фінансовому механізмі більш об'ємного господарсько-політичного механізму, зумовлюється суттю фінансів як квінтесенції розподільчої їх функції. Маючи ту ж саму розподільчу функцію, фінанси через свій механізм по-різному впливають на розвиток суспільного виробництва при панівному стані державного і приватновласницького (ринкового) усупільнення.

У першому випадку фінансовий механізм являє собою свідомо створену і дієву за волею центрального адміністративного органу влади, систему, що практикує лінійну структуру ієрархічного підпорядкування. Домінанта державного економічного інтересу в системі фінансового механізму тут

обмежує можливі функції переважно обліково-розрахунковою їх змістовністю.

У другому випадку, при різноманітності економічних інтересів приватновласницьких суб'єктів господарювання, створюється фінансовий механізм саморегулювання всієї сукупності автономних елементів, орієнтованих у той же час на досягнення певної загальної для всіх мети. Кожен із членів цієї гетерархічної системи приймає самостійні відповідно до своїх економічних інтересів рішення. При цьому він керується не тим, що має робити (як чітко визначена директива), а тим, чого він не може робити в інтересах загальної сукупності суб'єктів, визначених фінансовим механізмом. У цьому випадку зростає пристосовуваність до постійно перемінних умов і зменшується ризик невизначеності чи запізнення централізованих рішень. Тобто тут різноманітність не ліквідується, а використовується. Фінансовий механізм забезпечує розподіл кінцевого продукту між учасниками суспільного виробництва у пропорціях, передбачених цим механізмом.

Зазначені особливості фінансового механізму ринкової системи економічних відносин мають значний потенціал позитивного впливу на розвиток суспільного виробництва в частині вдосконалення горизонтальних і вертикальних зв'язків національної економіки.

Ринковий досвід розвитку горизонтальних зв'язків включає кооперацію найрізноманітніших форм (промислових і торгових підприємств, їх асоціацій і консорціумів; науково-дослідних інститутів і центрів на базі університетів чи незалежних структур, що фінансуються безпосередніми замовниками), раціоналізацію зв'язків між центральними і периферійними ланками виробничих комплексів тощо. Значного поширення набуває "стратегічне партнерство" приватного капіталу, спрямоване на посилення науково-технічних та комерційних позицій поєднаних фірм. Це забезпечує виключення дублювання однаково спрямованих дій та "деструктивної" конкуренції, дозволяє різко збільшити виробництво інколи цілих галузей економіки. І при цьому партнери не втрачають своєї самостійності.

Фінансовий механізм вертикальних зв'язків сприяє встановленню оптимальних пропорцій розподілу фінансових ресурсів у системі бюджетно-податкової сфери. Обґрунтовані податкові, земельні, адміністративні реформи мають мобілізувати резерви суспільно-економічного розвитку, активізувати структурну перебудову, увести нові елементи в фінансовий механізм взаємодії держави і суб'єктів господарювання. Фінансовий механізм у такому разі має стати засобом активного формування нових умов розвитку. Особливо важливого значення набуває вдосконалення міжбюджетних відносин та піднесення продуктивної ролі місцевих органів самоуправління. Будучи формально підпорядкованими державі, органи місцевого самоуправління повинні мати у своєму розпорядженні достатні фінансові та матеріальні ресурси для вирішення соціально-економічних завдань на демократичних засадах.

Співвідношення державної власності (держсектор) і програмування (регулювання) економіки засобами бюджету в різних країнах різне. У Швеції

та Данії місцеві бюджети складають майже половину загального державного бюджету, у Німеччині - 60%, а у Франції – лише 16-18%. Таким чином, вирішення цього завдання неоднозначне. В Англії розвиваються і ускладнюються функції місцевих органів самоуправління. Тут державні програми з регіонального управління розробляються ще з 20-х років. Децентралізація місцевих органів влади (66 графств і 455 місцевих районів) поєднується з державним централізмом у сфері комунального господарства, освіти, житлового будівництва. Держава закупає акції підприємств і таким чином забезпечує за собою загальний контроль за їх соціально-економічною політикою, спрямовуючи по мірі можливості її у русло державних програм відповідно до "суспільних інтересів".

Виходячи зі світового досвіду, немає строгих наукових доказів, що державний план не може співіснувати з ринком. Історично й логічно їх не можна протиставляти. Розвинуте людське суспільство переходить від "економії на масштабах" до "економії на різноманітності", адже перша з них була економією на життєвих умовах населення. Сукупність видів і форм власності, що співіснують разом і переплетені в намаганнях задоволення потреб суспільства і кожного окремого його члена, координуються фінансовим механізмом, потреба удосконалення якого зростає. Основні напрямки цього процесу відомі. Це – забезпечення умов розширення суспільного відтворення і підвищення темпів його зростання, активізація інвестиційних процесів та розвиток бізнесу, посилення регулювальної та стимулювальної функцій податкової системи, планомірне підвищення життєвого рівня народу. Саме в цих напрямках мають бути зосереджені зусилля з удосконалення фінансової системи держави, а фінансовий механізм має стати інструментом вирішення конкретних завдань суспільно-економічного розвитку.

3.2. Методи і досвід планування виробничої діяльності на малих підприємствах

Актуальність проблеми з розробки бізнес-планів для підприємців полягає в труднощах оцінки стану ринку товарів і послуг, в освоєнні методики складання бізнес-плану, а також у значному обсязі фінансових розрахунків.

Бізнес-план є важливим документом як на стартовому періоді створення, так і розвитку бізнесу. Він відображає процес функціонування підприємства і показує шляхи досягнення цілей бізнесу насамперед одержання прибутку. Тобто план необхідний для створення нового бізнесу, його розширення, одержання кредиту, успішного продажу іншій особі.

З даної проблеми існує ряд останніх публікацій, аналіз яких дозволив виявити основні тенденції становлення системи планування в малому бізнесі [3, 4, 33, 48, 51].

У роботі Царьова В.В. розглядаються питання бізнес – планування. Автор відзначає, що за допомогою професійно підготовленого бізнес-плану можна регулювати не лише поточну діяльність малого підприємництва, а й прояснити досить віддалену перспективу існування і можливі кінцеві економічні результати діяльності фірми. Таке відношення до бізнесу-планування пояснюється тим, що підприємець ризикує практично всім: грошми, здоров'ям і майбутнім [48, с. 107].

У роботі В.В. Ясинського і О.О. Гайдей розглядається також питання розробки бізнес-планів. Автори наголошують на особливій актуальності бізнес-планування, зумовлених такими причинами:

- по-перше, ринкова економіка починає набирати обороти; у неї ввійшло покоління підприємців малого бізнесу. Більшість з них ніколи не керували, яким би то не було комерційним підприємством, і тому не завжди чітко уявляють собі все коло проблем, які на їх очікують;

- по-друге, постійно перемінна ринкова кон'юнктура ставить і досвідчених керівників підприємств перед необхідністю по-іншому прорахувати свої майбутні кроки і готуватися до незвичайної справи – боротьби з конкурентами;

- по-третє, одержання інвестицій багато в чому залежить від уміння обґрунтувати заявки якісно виконаних розрахунків, приведеної аргументації в представлених проектах. Бізнес-план дасть можливість допомогти вирішити ці проблеми [51, с. 23].

У роботі Т.П. Лобановой та інших авторів розглядаються різні аспекти технології розробки бізнес-планів. Автори вказують, що планування бізнесу дозволяє оцінити свої сильні і слабкі сторони, розглянути можливі альтернативи, запропонувати своєчасні заходи для запобігання ризиків, що забезпечить успіх задуманої справи і допоможе обійти конкурентів. Крім того, бізнес-план прояснює фінансові потреби, допомагає проробити всі деталі й оцінити шанси на одержання прибутку [3, с. 37].

За міжнародними вимогами структура бізнес-плану включає десять обов'язкових розділів та резюме. Традиційно бізнес-плани включають послідовно всі розділи, при необхідності повертаючись і доповнюючи вже розроблені окремі питання, тобто коригуючи планові рішення.

Методика розробки бізнес-плану для малих підприємств має ряд особливостей. Схема методики розробки бізнес-планів для підприємців має таку послідовність: бізнес ідея, формування теми бізнес плану.

Вихідною позицією бізнес-плану є бізнес-ідея, яку бізнесмен намагається реалізувати у формі бізнес-плану.

Розділ 1. Фірма і її продукт. Ціль розділу – дати інвесторам необхідну інформацію про вироблений продукт і ринок його збуту. Тут повинні описуватися сфера бізнесу і продукт, що фірма буде пропонувати до продажу, характер галузі і кон'юнктуру ринку для виробленого товару [51].

Галузь товару. Описується поточний стан і перспективи розвитку галузі, до якого відноситься товар. Характеризуються нові продукти, їх достоїнства, ринки і покупці, нові потреби споживачів, нові фірми та ін.,

економічні і соціально-політичні тенденції і фактори, здатні позитивно або негативно впливати на реалізацію проекту, а також можливість виходу бізнесу на зовнішній ринок.

Характеристика фірми. Тут повинен бути короткий опис сфери, в якій діє фірма або в яку вона має намір увійти; указується, хто є або має намір стати її головними покупцями. Відзначаються реквізити фірми. Якщо фірма працює протягом декількох років і їй необхідне було розширення обсягу фінансування, необхідно описати її історію, згадати найбільші прибуткові угоди й операції. Якщо фірма зазнавала збитків або невдач останніми роками, варто описати їх і підкреслити, з чого має намір почати керівництво для подолання виниклих труднощів, що виникли та поліпшення положення компанії.

Для фірми, яка знову створюється, важливо визначити причину впевненості в успіху. При об'єднанні декількох фірм необхідно вказати причину злиття, його конкретні умови. Якщо одна з фірм, що зливається, несла збитки, важливо відзначити, як у цьому випадку буде усунено причину невдач і забезпечено процвітання компанії. Окремо треба сказати про майбутні зміни щодо керування фірмою.

Продукція фірми. Необхідно детально розглянути товар та його відмінні риси, які дозволяють одержати економічний ефект. Відзначаються нові або унікальні властивості товару, що пропонується, указуються причини інтересу до його покупців. Акцентується увага на найбільш повному задоволенні запитів споживачів. Важливо звернути увагу, як на основне використання товару, так і на його найважливіші побічні застосування. Варто підкреслити відмінні риси продукції, що пропонується (послуг) і різницю в часі тим, що маємо на ринку, і тим, з чим фірма хоче на нього вийти. На продукцію подаються короткі функціональні характеристики, а також наводяться загальні технологічні оцінки, характеристики життєвого циклу продукції, аналіз її конкурентоздатності окремо для зовнішнього і внутрішнього ринку.

Варто підтвердити право власності, тобто вказати наявні патенти, торговельні марки й інші атрибути власності, описати перспективи розвитку асортименту або розвитку родинної продукції (послуг), підкреслити їхні достоїнства і пояснити, як фірма збирається їх використовувати.

Опис товару доцільно вести за такою схемою:

1. Сутність товару (робіт, послуг).
2. Основні риси товару (робіт, послуг): яку потребу він задовольняє; як реалізується; наскільки мінливий попит на даний товар; якій групі покупців він доступний; які постійні витрати, пов'язані з виробництвом товару; хто повинен освоїти його виробництво.

При складанні характеристики на товар (продукцію або послуги): необхідно вказати за якою ціною споживач буде купувати товар (у чому його відмінності від інших, близьких за призначенням товарів, що з'явилися на ринку); переваги товару; його слабкі сторони; передбачуваний

термін життєвого циклу товару; можливості і необхідність модернізації; передбачувані напрями збуту; перспектива зміни даного товару іншим. Результатом цього аналізу є висновок про переваги освоєння нового товару (робіт, послуг) і потреби у фінансуванні.

Виходячи з розрахункових даних, підприємець може побачити перспективу розвитку своєї фірми, за умови наявності достатнього прибутку і впевненості в подальшій розробці бізнес-плану.

Розділ 2. Ринкові дослідження й аналіз збуту товару. Ціль цього розділу надати інвесторові достовірні факти щодо конкурентоздатності розглянутого товару. Цей розділ бізнес-плану – один з найбільш важливих, тому що майже всі наступні розділи побудовано на ринкових оцінках і ніби розвивають його положення. Ринкові оцінки даного проекту, засновані на маркетингових дослідженнях й аналізі, впливають на обсяг виробництва. Маркетингові дослідження має проводити кожна фірма незалежно від її розміру. Дрібні фірми звичайно такий аналіз самостійно не проводять, а залучають консультантів-професіоналів. Спираючись на ці результати, такі фірми завжди самі повинні вибрати стратегію маркетингу [10].

Споживачі. Розглядається адресність товарної продукції: хто може стати первісним потенційним замовником (покупцем) продукції або послуг. Потенційні замовники класифікуються за спорідненими, однорідними групами, які формують відповідний ринковий сегмент. Можливими критеріями сегментації ринку для приватних осіб можуть бути такі: вік, стать, національність, улюблене заняття, освіта, стиль життя, соціальна приналежність, професія, рівень доходу, життєвий цикл родини. Для фірм: сфера діяльності, місцезнаходження, структура, обсяг виробництва і реалізації, чисельність персоналу.

Сегментування ринку виправдане практично для будь-якої фірми. При цьому визначаються найбільш відповідному пропонованому продуктові принципи сегментування і виділяються самі перспективні сегменти. Бажано виділити також сегменти, які є цільовими для продукту, який пропонується і вказати, що може стати основою для завоювання цього цільового ринку (ціна, якість, дизайн, додаткові послуги тощо).

Визначившись з основним сегментом збуту, доцільно також зосередитись на можливому розширенні кола замовників (покупців) і сфери діяльності фірми. Доцільно показати основні напрями щодо підвищення конкурентоздатності товару, залучення замовників (покупців) й утримання їхньої уваги. Якщо фірма вже займається бізнесом, необхідно перерахувати її основних постійних замовників (покупців) і показати динаміку їхніх покупок.

Звичайно в бізнес-плані наводяться дані про джерела інформації, з яких можна одержати інформацію про насиченість ринку.

Необхідно визначити, яким передбачається загальний постійний обсяг збуту товару. Цей показник розраховується на підставі даних про покупки аналогічної продукції потенційними замовниками (покупцями) у кожному з

основних ринкових сегментів. Варто описати загальний розмір збуту в натуральному і вартісному розрахунках. Якщо фірма має намір реалізовувати товар у визначеному регіоні, має сенс показати специфічні його особливості, можливий регіональний обсяг збуту, назвати представників фірми в кожному регіоні. Слід визначити джерела інформації і методи досягнення постійних обсягів збуту, а також повноваження осіб, які проводили дослідження ринку збуту. Необхідно описати головні фактори, що впливають на зростання збуту (промислові тенденції, урядова політика, міграція населення тощо), визначити джерела всієї інформації та методи складання планів. Потрібно також установити вимоги до агентів і дистриб'юторів товару, обґрунтувати необхідність їхньої наявності в кожному з передбачуваних ринків.

Конкуренти. Тут потрібно провести оцінку сильних і слабких сторін конкуруючих товарів і послуг, назвати фірми, які їх випускають, визначити джерела інформації, що засвідчують певні товари як найбільш конкурентоздатні, порівняти конкуруючі товари або послуги за базисною ціною, характеристикою, обслуговуваннями гарантійним зобов'язанням і іншими істотними ознаками. Цю інформацію доцільно представити у вигляді таблиці.

Важливо виявити позитивні сторони і недоліки конкуруючих фірм, визначити сферу діяльності кожного конкурента на ринку, показати, хто має максимальну і мінімальну ціну, чия продукція є найбільш якісною. Необхідно виявити, чому деякі фірми входили в ринок або зникали з нього останніми роками, обговорити роботу трьох або чотирьох ключових конкурентів і з'ясувати, чому замовники купують саме в них, а також виразити своє ставлення до можливої конкурентної боротьби з ними. Бажано провести ранжирування конкурентних позицій вашої фірми, що дозволить уточнити її положення на ринку і виявити можливості для потенційних поліпшень. Для кожного з цільових ринків треба порівняти позиції фірми з позиціями конкурентів. Ранг фірми і головних конкурентів оцінюється за 5-ти або 10-ти бальною системою. Для кожного з цільових ринків доцільно порівняти транспортні витрати з витратами у конкурентів, якість продуктів і упакування, зрівняти можливості зниження цін, а також сформулювати уявлення про рекламну діяльність та імідж фірми.

Оцінка частки ринку і продажу. Тут коротко викладаються достоїнства продукції (послуг), що роблять її конкурентоздатною в даний час і в майбутньому, визначаються головні клієнти фірми. Ґрунтуючись на оцінці достоїнств виробленої продукції (послуг), обсязі і динаміці попиту їхніх тенденцій на ринку останніми роками, необхідно визначити сферу збуту фірм та обсяги можливого продажу в натуральному і вартісному вираженні на кожен рік з наступних трьох років. Зростання збуту фірми й оцінка її діяльності можуть бути засновані на зміні положення у сфері і посиленні або ослабленні конкуренції.

Припущення, що використовуються для оцінки сфери збуту й обсягу продажу, повинні бути ретельно вивірені. Якщо фірма вже виробляє

продукцію, треба вказати обсяг випуску, сферу збуту й обсяг продажу за останні два роки. При оцінці передбачуваного обсягу продажу показується, де вони переважно будуть зосереджені і як вони будуть забезпечені:

- продаж нової продукції (послуг) своїм традиційним покупцям;
- реалізація продукції (послуг) на нових ринках, де можна чекати розширення попиту завдяки новій їх якості;
- витиснення конкурентів з визначених ринків або зі сфер (кола покупців) завдяки новій якості продукції.

Це дозволяє вибрати стратегію маркетингу як одну з центральних частин бізнес-плану.

Перспективна оцінка збуту. Тут потрібно пояснити, як фірма збирається розвивати справу з урахуванням інтересів замовників, намітити програми створення нових товарів, розкрити основні принципи удосконалювання технології і цінової політики.

Розділ 3 «План маркетингу» включає основні складового маркетингу: ціноутворення, політику продажу і рекламної діяльності фірми.

Політика продажу. Тут розглядаються способи, які будуть застосовуватися для продажу і доставки товару з указівкою, чи має фірма власні магазини, торговельних представників, дистриб'юторів; чи можливо використання торговельних організацій, що вже займаються реалізацією аналогічної продукції. Необхідно розкрити як оперативні, так і довгострокові плани постачання продукції, описати обсяги роздрібного і оптового продажу, кількість продавців і порівняти ці показники з показниками конкуруючих фірм. Якщо використовуються дистриб'ютори або торговельні представники, треба показати, як вони будуть відбиратися, коли почнуть працювати, і яким чином будуть звітувати.

Якщо фірма збирається випускати продукцію, що вимагає сервісного і гарантійного обслуговування, показується важливість цих проблем для потенційного клієнта. Описуються види і терміни цих гарантійних зобов'язань, сервісного обслуговування, відзначається, чи буде створена спеціальна організація з обслуговування, сервісне агентство, зроблені послуги продавцями або продукція взагалі буде повернута виробникові. Необхідно вказати, які спеціальні послуги надаються клієнтам, які запчастини можуть бути передані разом із продукцією і які можуть бути отримані надалі, за яких умов гарантується повернення грошей клієнту.

Рекламна діяльність фірми. Особливо варто показати підходи фірми стосовно залучення уваги до товару. Мова йде про плани показу товару по телебаченню, рекламних оголошеннях у газетах, випуску рекламних щитів і спеціальної рекламної літератури, використанні рекламних агентств. Для споживчих товарів визначається стратегія рекламної компанії з їхнього впровадження. Дається розклад із указівкою ціни реклами. Якщо реклама складає значну частину витрат фірми, відзначається, яким чином ці витрати компенсуються.

Розділ 4 «Планування розвитку бізнесу». У цьому розділі формулюється стратегія фірми за етапами: – перший рік, другий рік і на перспективу.

Стратегія фірми. Однією з ключових складових стратегічного управління є стратегія. Вибір стратегії, її реалізація складають основну частину змісту стратегічного управління фірмою. У стратегічному управлінні стратегія розглядається як довгостроковий якісно визначений напрям розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форм її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації в навколишнім середовищі, що приводить організацію до її цілей. Якщо цілі організації чітко визначено, то стратегія дає відповідь на питання, яким способом, за допомогою яких дій організація зуміє досягти своєї мети в конкурентному середовищі. Таке розуміння стратегії виключає детермінізм у поведженні організації, тому що стратегія, визначаючи напрям у напрямі кінцевого стану, залишає свободу вибору відповідно до зміненої ситуації [4].

Завдання розвитку фірми. Необхідно описати наявний статус продукції (послуги) і пояснити, що треба зробити для додання їй більшої конкурентоспроможності, стисло обґрунтувати можливості розвитку і наміри фірми. Потрібно відзначити види та обсяги необхідного технічного сприяння, визначити, які ще служби можуть контролювати ці роботи і які їхні можливості.

Треба визначити основні перспективні проблеми удосконалювання виробу і намітити шляхи їх подолання, представивши можливі варіанти в табличному вигляді. Варто вказати вартість розробок і час їх упровадження на ринок.

Нові товари. На додаток до описаних покращень основної продукції (послуг) можна обговорити перспективні плани робіт зі створення нової родинної продукції і послуг, що могли б бути реалізовані (продані) у майбутньому тим же групам споживачів [16].

Варто представити й обговорити витрати, необхідні для поліпшення якості і розвитку виробництва продукції. Ці витрати часто недооцінюються, що може серйозно підірвати фінансування проекту. Такі витрати можуть скласти 20% від загальних витрат і стати частиною фінансового плану.

Розділ 5 «Виробниче планування» включає розрахунок виробничого плану або плану послуг по роках, опис географічного положення виробничих підрозділів і офісу, основи технології і штатний розклад бізнесу.

Основна мета даного розділу бізнес-плану – представити інформацію щодо забезпеченості виробничої сторони випуску продукції, розробити план виробництва та заходи для його підтримки й розвитку. Цей розділ повинен містити інформацію про виробничі технічні умови, необхідне устаткування і робочу силу (у визначені моменти і за увесь час здійснення

проекту), що необхідні для виробництва продукції (послуг), а також опис технології виробництва товару.

Для виробничого бізнесу розглядаються питання, що стосуються матеріально-технічного забезпечення, контролю якості продукції, її реалізації, управління виробничим процесом і закупками, тобто визначається, яка частина деталей або вузлів буде виконуватися фірмою, і яка – сторонніми організаціями. У сфері послуг особлива увага фокусується на визначенні вигідного місця розташування, прагненні зменшити накладні витрати, одержанні необхідного устаткування та підвищенні конкурентоздатності шляхом підбору і навчання персоналу [8].

Географічне положення. Необхідно описати плановане місце розташування виробництва й обговорити його переваги і недоліки в таких питаннях, як рівень заробітної плати, доступність робочої сили, близькість до замовників і суміжників, транспортні можливості, місцеве законодавство, податки і збори. Для сфери обслуговування близькість до замовника є визначальною. Удале розташування фірми є одним із найважливіших факторів успіху проекту. При цьому варто вказати: 1) адресу фірми; 2) особливості приміщення; 3) наявність власної або орендованої землі; 4) необхідність реконструкції будинків; 5) наявність зональних обмежень на заняття даним видом бізнесу в прилеглих районах; 6) найбільш розповсюджені види бізнесу в регіоні; 7) причини вибору місця розташування фірми. Необхідно також відзначити можливі зміни в умовах роботи, наприклад демографічні переміщення, зміни в муніципальному законодавстві.

Перспективи і плани фірми. Доцільно описати виробничий процес, устаткування і складові його компоненти. До останнього належать: стратегія виробництва і закупок, потреба щодо залучення додаткового фінансування, необхідність удосконалювання майстерності працівників та інших питань; при цьому не виключаються чисто виробничі проблеми, цінові питання і питання, пов'язані з розширенням виробництва. Керівництво компанії повинне відповісти на ключове запитання: «робити або купувати». Необхідно провести огляд потенційних співвиконавців і постачальників і описати їх функції, ступінь їх надійності, указати запасні варіанти. Надаючи виробничий план, треба обґрунтувати натуральні і вартісні показники за різних рівнів продажу з підрозділом на матеріали, трудові ресурси, комплектувальні деталі, які необхідно закупити, обговорити розміри необхідного фінансування при різних рівнях продажу. Ці дані мають бути включені у проект фінансування.

Трудові ресурси. Управління трудовими ресурсами містить у собі такі етапи: планування трудових ресурсів, вербування, добір, визначення заробітної плати і пільг, профорієнтації, навчання, оцінка трудової діяльності, підвищення, зниження, переведення і звільнення. При цьому дається розрахунок чисельності персоналу (команда керівників розглядається в наступному розділі бізнес-плану), необхідного для якісного й ефективного виробництва продукції (послуг). Якщо

кваліфікація робочої сили неадекватна потребам фірми, описуються методи навчання персоналу до необхідного рівня й обговорюється програма навчання новій справі в короткостроковому (перший рік) і перспективному (3-5 років) періодах. Указуються витрати на навчання працівників на різні моменти здійснення проекту.

Розділ 6 «Управління фірмою» присвячений визначенню організаційно-правової форми й організаційної структури керування, а також описанню ключового персоналу, підтримці професійного рівня співробітників.

Команда управління є ключем до впровадження плідної ідеї в успішний бізнес. Інвестори віддають перевагу команді керівників, яка сформувалася, що поєднує технічні, управлінські, комерційні і ділові навички. Звичайно, що цей розділ бізнес-плану викликає першорядний інтерес у потенційних інвесторів і впливає на їх рішення щодо участі у проекті. Сюди необхідно включити опис ключового управлінського персоналу з їх основними функціями і характеристику організаційної структури фірми [14].

Організація фірми. Список ключових управлінських посад і осіб, пропорованих на кожен з них, можна представити у вигляді таблиці, а структуру фірми – у формі структурної схеми управління. Обговорюються деякі минулі і поточні ситуації, в яких спільно працювали ключові фігури адміністрації, обґрунтовується, як їх уміння і навички доповнюють один одного, у результаті чого створюється ефективна команда керівників. Якщо деякі ключові фігури не будуть задіяні з початку проекту, варто вказати, коли вони підключаються до роботи. У новій справі може бути відсутня можливість відразу залучити на ту або іншу посаду фахівця, цілком зайнятого в даному проекті. Одним з можливих рішень є запрошення сумісників і консультантів для виконання ряду функцій. Якщо це входить у план, варто визначити, хто буде задіяний і коли вони будуть замінені штатними фахівцями.

Управлінський персонал. Тут описуються професійні обов'язки і відповідальність кожного ключового члена команди, включаючи короткий (з 3-4 пропозицій) послужний список, при цьому звертається увага на те, у чому особливо сильний той або інший керівник. Повна характеристика кожного ключового члена команди також може бути наведена у вигляді таблиці в бізнес-плані; вона включає освіту, досвід і досягнення працівника щодо виконання подібних функцій. Успіхи повинні визначатися конкретно, наприклад отримано високий прибуток, збільшення обсягу продажу, уміле керування, виробничі й технічні показники, здатність до виконання визначених функцій тощо. Тут же вказуються отримані працівником заохочення, зростання зарплати, просування по службових щаблях.

Ймовірність одержання фінансування на початковому етапі мала, якщо команда керівників, які створюють проект, не готова задовольнитися скромною первісною оплатою праці. Якщо засновники вимагають занадто

високої оплати праці, це виглядає як їх пріоритетна мета, і потенційний інвестор зробить висновок, що їх потреби занадто великі, щоб з ними мати справу. Необхідно визначити оплату праці кожного конкретного члена адміністрації і порівняти її з тією, яку він одержував на останньому місці роботи.

Варто прямо вказати силу і слабкі сторони пропонованої адміністрації, обговорити види, розміри і термін навчання керівників, а також необхідність технічних і управлінських консультацій у перші три роки проекту.

Підтримка професійного рівня співробітників. Висококваліфіковані, які володіють високою репутацією і добре відомі організації (юридичні, патентні, бухгалтерські, рекламні, страхові і банківські) можуть забезпечити не тільки безпосередньо пряму професійну підтримку, але й надати кредит довіри до проекту. Крім того, ретельно обрані професійні організації допомагають установити гарні ділові зв'язки, визначити потенційних інвесторів і допомогти знайти фінансування.

Виділення календарного плану (ділового розкладу) є найважливішою частиною бізнес-плану. У ньому вказуються час і взаємозв'язок головних подій, що сприяють упровадженню проекту і реалізуючих його цілей, у вигляді сітьового графіка. Крім того, у цьому підрозділі відзначаються планові цілі, і звертається увага на ті моменти, що найбільш небезпечні для успіху проекту. Добре складений календарний план може бути винятково ефективним для одержання додаткових засобів від потенційних інвесторів. Він також демонструє здатність керівників проекту планувати роботу, а також зводити до мінімуму ризик. Окремо підготовляється як частина календарного плану помісячний розклад (із указівкою відповідальних осіб), що показує термін робіт з упровадження продукту.

Указуються події, які є визначними або найбільш небезпечними для успіху проекту (критичний шлях):

- затвердження проекту (для нової справи);
- завершення планування і розробки;
- створення прототипу (ключова дата: її досягнення (реальне) свідчить про здатності фірми до роботи);
- початок діяльності торговельних представництв;
- надання продукції товарного вигляду;
- початок роботи дилерів і дистриб'юторів;
- замовлення матеріалів у необхідній кількості для виробництва ;
- початок виробництва або випуску продукції (інша ключова дата);
- одержання перших заявок;
- перші продажі і замовлення (найбільш важлива дата, яка прямо показує заможність фірми і необхідність фінансування);
- оплата перших рахунків.

Робочий розклад повинен показувати динаміку таких показників, як чисельність управлінського, виробничого й обслуговуючого персоналу, наявність верстатів і устаткування.

Розділ 7 «Критичні ризики і проблеми» дається опис основних видів ризиків і вжити заходів.

Розділ 8 «Юридичний план» включає законодавчі основи приватного підприємництва та підзаконні акти як юридичну основу бізнесу.

Розділ 9 «Пропозиції фірми з фінансування». Обґрунтовується потреба і джерела фінансування, а також використання фондів розвитку і споживання.

У цьому розділі бізнес-плану визначаються необхідний обсяг засобів на розробку проекту, види і розміри гарантій, наданих інвесторам, короткий опис перспектив збільшення капіталу. Дається формулювання цих цілей з підкріпленням їх фінансовими пропозиціями, що може стати першим кроком на переговорах з потенційними інвесторами. Можливо, що для одержання фінансування доведеться дати більше гарантій, ніж планувалося спочатку [8].

Потреби щодо фінансування. Підсумовуючи планові грошові потоки за три роки, можна установити необхідний обсяг фінансування. Визначити, які суми можуть бути отримані за даними пропозиціям, які – за кредитами, терміновими позиками та з інших джерел.

Необхідно обґрунтувати види й обсяги гарантій, наданих інвесторам. Якщо гарантії не обмежуються простими акціями (наприклад, боргові зобов'язання з гарантіями, боргові зобов'язання плюс акції), варто установити значущість, терміни й умови повернення, а також указати частку власності, якою будуть володіти інвестори після прийняття пропозицій, випуску акцій або за гарантіями. Якщо гарантії надаються як приватне капіталовкладення, у план включається таке положення: «Акції, продані відповідно до даного положення, захищені і не можуть бути просто перепродані. Майбутній інвестор повинен визнати розміри обмеження гарантій і права перепродажу у визначений період часу. Кожен покупець має відповідати за дотримання даного договору».

Варто представити в табличній формі дійсне і передбачуване число випущених у обіг акцій, визначити число акцій, що розподіляються серед адміністрації, і число акцій, що будуть уведені після досягнення необхідного фінансування, а також указати, скільки акцій фірми залишаться не випущеними в обіг і скільки їх резервується для майбутніх ключових службовців.

Джерела фінансування. В умовах переходу до ринкової економіки суб'єкти господарської діяльності (фірми, підприємства) здійснюють формування джерел розширеного відтворення за рахунок:

- власних фінансових ресурсів і прирівняних до них;
- позикових фінансових ресурсів;
- залучених фінансових ресурсів.

При цьому формами фінансування можуть слугувати: самофінансування, кредитування і державне фінансування (бюджетне).

Власні засоби – це реально зароблені підприємством доходи від реалізації продукції (послуг) та прирівняні до них засоби.

Надходження – амортизаційні відрахування, виторг від реалізації вибулого устаткування, стійкі пасиви, цільові надходження, а також надходження в порядку розподілу (фінансові ресурси від галузевих структур і асоціацій, фінанси на пайових початках, дивіденди, відсотки від інших емітентів, продаж власних акцій і цінних паперів).

Позикові кошти – це частина власності інших організацій і банків, що тимчасово обслуговують рух фінансових ресурсів даного підприємства на основі кредитних договорів під відсотки за принципами терміновості, платності і зворотності.

Залучені фінансові ресурси – це частина коштів інших організацій і осіб, тимчасово використовуваних у вигляді кредитної заборгованості постачальникам сировини і матеріалів, термін повернення яких не настав, а також несплачена заробітна плата робітників та службовців, яка не входить до стійких пасивів, заборгованості іншим органам, вексельного обігу.

Використання фондів. Інвестори хочуть знати, як їх гроші будуть витратитися. Необхідно привести короткий опис того, як буде зростати капітал при їх використанні, указати, якщо можливо, які суми будуть направлятися на конструювання, маркетинг і загальні виробничі нестатки.

Джерелом формування фондів стимулювання фірми є чистий прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства, що підрозділяється на фонд нагромадження і фонд споживання.

З фонду нагромадження фінансуються заходи щодо розвитку і розширення виробництва товарів, придбання устаткування і транспортних засобів, науково-дослідні та проектно-конструкторські роботи.

Фонд споживання використовується на фінансування соціальних нестатків: премії співробітникам фірми, пільгові путівки в санаторії, профілакторії, матеріальна допомога й інші витрати соціального характеру.

Основна вимога до використання фондів – витрати не повинні перевищувати доходи фірми.

4. Резюме складається після завершення всіх розділів і міститься на початку бізнес-плану.

У резюме підприємець формулює у стиснутому вигляді свою підприємницьку діяльність згідно з розробленим бізнес-планом, спираючись на обґрунтування і розрахунки, роблячи висновок про прибутковість й ефективність свого бізнесу.

Більшість інвесторів має обмежений час і тому поглиблюватися в читання ідеї, що неприваблива, не стане. Тому в резюме необхідно коротко й чітко показати важливість і переваги пропонованого бізнесу, виділити всього 2-3 сторінки паперу.

Щоб підготувати якісне резюме, необхідно скласти весь бізнес-план. Не починайте роботу над резюме без якісного бізнес-плану. Тільки коли Ви зробили перший варіант бізнес-плану, можна спробувати з кожного розділу вибрати по кілька пропозицій, які, на Вашу думку є, важливими.

Коли Ви працюєте над резюме, не намагайтеся зробити його більш привабливим, краще нехай воно буде більш правдивим. Це потрібно зробити тому, що перше знайомство з Вами і з Вашим бізнесом в інвестора відбудеться саме через резюме. Цей розділ інвестори прочитають першим. Якщо ж Ви не зумієте в резюме довести інвесторові необхідність вкладання грошей у Вашу справу, читати весь бізнес-план він не буде, і Ви втратите шанс на одержання грошей.

Традиційно в резюме повинні входити такі основні положення:

1. *Фірма й її засновники.* Ви повинні вказати, коли і ким була заснована фірма, де вона зареєстрована, сферу її діяльності, що особливого в її продукції і технології. Також необхідно вказати можливі перешкоди розвиткові ділових якостей фірми. Якщо Ваша фірма займається бізнесом протягом декількох років, то необхідно вказати обсяг її продажу і доходів за минулий рік і на перспективу.

2. *Ринкові можливості фірми.* Потрібно дати коротке пояснення ринкових можливостей, яке має включати інформацію щодо обсягів і можливостей розширення ринку Вашої фірми, тобто її товарів і послуг. Потрібно вказати, яку частину ринку може зайняти Ваша фірма і яку частину вона вже займає. Можна також представити плани щодо розширення ринку товару.

3. *Товар і його технологія.* Основний момент – це вказати головні конкурентні переваги Вашого товару. Якщо Ваша продукція виготовляється запатентованими технологіями з використанням винаходів, то вона оцінюється як найбільш конкурентоздатна.

4. *Фінансові можливості.* Потрібно обов'язково вказати заплановані обсяги продажу і доходів на наступні два роки роботи фірми з одержання необхідних засобів.

5. *Пропозиції фірми з фінансування.* Необхідно вказати, яку кількість грошей вимагає Ваша справа, яку суму грошей Ваша фірма одержує і яким шляхом Ви плануєте збільшити капітал. Також потрібно визначити можливі варіанти повернення грошей та основні умови функціонування фірми.

Якщо резюме зробило позитивне враження, інвестор буде з Вашим планом працювати і надалі.

Приклад: Резюме бізнес-плану «Кур'єрські послуги» в умовах малого бізнесу України.

Кур'єрська служба експрес доставки надає весь спектр кур'єрських послуг від разової експрес доставки пошти і кореспонденції до доставки вантажів, товарів, подарунків, квітів.

Найбільше сприяє зростанню попиту на кур'єрські послуги в Україні - розвиток високих технологій.

Нині ринок кур'єрської доставки в Україні характеризується бурхливим зростанням, швидкою віддачею.

ППП - «Мить експрес».

Керівник - Пугач Володимир Васильович.

Фірма зареєстрована за адресою: м. Дніпропетровськ, вул. Володарського, 97.

Банківський рахунок буде відкритий у Приватбанку.

Ми надаємо кур'єрські послуги, кур'єрську доставку.

Наші споживачі — це страхові агентства, банки, фірми, приватні і державні підприємства, приватні особи - не залежно від віку, статі і рівня доходів.

Конкурентною перевагою ПП «Мить експрес» буде повна збереженість відправлення, тому що буде використане спеціальне упакування і вартість кур'єрської доставки істотно нижча за ціну конкурентів.

Для організації даного бізнесу маємо приміщення під офіс, комп'ютер.

Необхідно придбати факс, ваги, замовити бланки документів (накладні, реєстри), тарові (упакування, що забезпечує збереженість відправлень), печатка.

Директор Пугач Володимир Васильович, 1962 року народження, освіта вища закінчив Одеську Національну академію зв'язку ім. О.С. Попова.

З 1994 року працював у Дніпропетровському обласному вузлі спеціального зв'язку, обіймаючи посаду начальника цеху з перевезення і доставки відправлень.

Нагороджений знаком «Кращий за професією» Державного підприємства спецзв'язку.

Енергійний, вимогливий до себе і до підлеглих, талановитий організатор, тому зможу організувати даний бізнес. Я впевнений, що наявні знання накопичений досвід роботи дозволять вирішити самі складні проблеми і завдання.

Для організації даного бізнесу планується одержання одноразової допомоги в розмірі 4000 грн. Також буде використано власний капітал у розмірі 10000 грн.

Очікуваний прибуток за перший рік складе 25920 грн.

за другий рік - 37200 грн.

Прибуток буде розподілено таким чином: фонду розвитку - 50%, до фонду споживання - 40%, до фонду нагромадження - 10 %.

Організовано одне робоче місце.

Виходячи з розрахунку бізнес-плану, вважаю, що бізнес з надання кур'єрських послуг є рентабельним.

За період із III кварталу 2003 р. по II квартал 2007 р. в бізнесі-центрі Дніпропетровської державної фінансової академії пройшли навчання слухачів курсів з напрямку «Основи бізнесу-планування в підприємницькій діяльності» і підготували конкретні бізнес-плани більш 665 чоловік із них 80% навчилися організовувати власний бізнес.

3.3. Бюджетування за центрами відповідальності в малих підприємствах: планування і облік

У процесі реформування системи бухгалтерського обліку особливу увагу вчених і практиків було приділено вивченню досвіду організації системи обліку і контролю у країнах з розвинутою ринковою економікою, зокрема одній з її складових – управлінському обліку. У результаті вчені виділяють умовно два етапи. На першому – вивчались можливості його існування, порядок із системою бухгалтерського обліку. На другому – проводився аналіз сутності управлінського обліку.

За висновками багатьох вчених економістів (В. Івашкевича, Л. Нападовської, В. Сопка, В. Палія та ін.) управлінський облік є самостійною інформаційною системою, основне завдання якої пов'язане з формуванням даних для прийняття управлінських рішень.

Вітчизняними науковцями вже поставлені і вирішені фундаментальні проблеми застосування системи управлінського обліку як самостійного наукового напрямку, розроблені принципи побудови системи, структурні моделі, форми подання інформації, досліджено моделі оцінки економічної ефективності застосування методів управлінського обліку, визначені функції, що забезпечують інформацією.

Функціонування систем управлінського обліку повинно бути орієнтованим на конкретні завдання підприємства та різні управлінські рішення з метою контролю над витратами. Кожне підприємство має власну організаційну структуру, яка визначається наявністю та взаємодією його підрозділів. Підрозділи виконують різні функції, їх очолюють керівники, які відповідають за організацію роботи. На малих підприємствах, як правило, одна й та сама особа – власник або менеджер – здійснює управління господарською діяльністю і приймає управлінські рішення. В таких умовах два останні етапи циклу управління – формування управлінського впливу і коригування показників здійснюється без системної підтримки, а лише на основі досвіду та інтуїції. Досить часто на малих підприємствах відсутня стратегія розвитку підприємства, планування носить локальний характер, або не налаштоване на потреби управління бізнесом, а наявні системи обліку не забезпечують достатньою інформацією, на підставі якої здійснюється аналіз господарської діяльності для прийняття ефективних управлінських рішень. У результаті порушується цикл управління планування, облік, контроль, що може мати для підприємства негативні наслідки.

Розвиток ринкових відносин і зростання конкуренції змушують малі підприємства впроваджувати нові напрями господарської діяльності, що призводить до ускладнення структури бізнесу. З ускладненням структури бізнесу виникає необхідність розподілу повноважень з прийняття рішень

між різними рівнями управління. Одним з інструментів ефективного управління є формування центрів відповідальності.

Створення і функціонування системи управлінського обліку за центрами відповідальності передбачає:

- визначення центрів відповідальності;
- складання бюджету для кожного центру відповідальності;
- регулярне складання звітності про виконання програм діяльності центру;
- аналіз причин відхилень від програмних параметрів та оцінка діяльності центру.

Система управлінського обліку дає можливість сформувати оперативну та аналітичну інформацію про такі об'єкти: витрати по окремих виробництвах (центрах відповідальності) за видами продукції, грошові потоки, інші активи та пасиви з метою управління ними.

Їхня сутність полягає в тому, що кожен підрозділ підприємства, виконуючи свої обов'язки, своїми діями вносить вклад у загальний фінансовий результат у вигляді частки отриманих доходів або витрат. Що саме і визначається функціональним призначенням кожного підрозділу. Якщо зіставити доходи і витрати від діяльності всіх підрозділів підприємства, то отримаємо їх фактичний фінансовий результат. Таким чином, пов'язані в одне ціле у підрозділі: виконання функціональних обов'язків з рівнем принесених доходів або витрат, перетворюється у центр фінансової відповідальності [5].

Вивчення можливостей і доцільності створення й функціонування центрів фінансової відповідальності на малих і середніх підприємствах, що здійснюють одночасно декілька напрямів діяльності, дає підстави узагальнити досвід з впровадження бюджетного управління. Предметом дослідження є господарська діяльність, організаційна структура, облікова політика, функціональні обов'язки структурних підрозділів ТОВ "Інтер-Трейд", яке за статусом відноситься до малого підприємства.

Як і для багатьох підприємств одна з суттєвих проблем підприємства – це проблема оперативного управління витратами тому, що традиційне планування та облік не повною мірою задовольняє потреби управління в умовах загострення конкуренції, ускладнення технології й організації виробництва, не може одночасно з інформаційною функцією володіти ще й властивостями аналітичного та контрольного характеру. Виходячи з цього управлінський персонал підприємства відповідного рівня проводить роботу з впровадження сучасних управлінських інструментів, зокрема - бюджетування. У результаті цієї роботи в системі бухгалтерського обліку сформована підсистема, яка була орієнтована не тільки на потреби планового калькулювання собівартості продукції, але й на прийняття оперативних управлінських рішень. У цю систему входить: планування та облік за центрами відповідальності, деталізовані звіти про витрати, аналіз одержаних результатів. Для забезпечення керівництва інформацією про

структуру витрат, стан витрат як узагалі по підприємству, так і по його структурних підрозділах на підприємстві формується система показників за центрами відповідальності. Це дає змогу врахувати особливості кожного структурного підрозділу та забезпечити поступовий перехід можливостей окремих центрів відповідальності в загальні можливості підприємства. Використання такого інструменту контролю за витратами обумовлене тим, що підприємство має різноплановий характер виробничої діяльності, а саме: виробництво будівельних матеріалів, надання послуг з будівництва, тепличне господарство. Тому організація обліку по центрах відповідальності забезпечує відображення, накопичення, аналіз і надання інформації про витрати по підрозділах підприємства з метою їх контролю. Центри відповідальності організуються шляхом надання відповідним підрозділам підприємства певних повноважень і відповідальності. Планування, облік і контроль здійснюється по центрах, де керівник підрозділу контролює і несе відповідальність тільки за витрати підрозділу, орієнтуючись на планове завдання.

Структуру центрів відповідальності наведено на рис. 3.1.

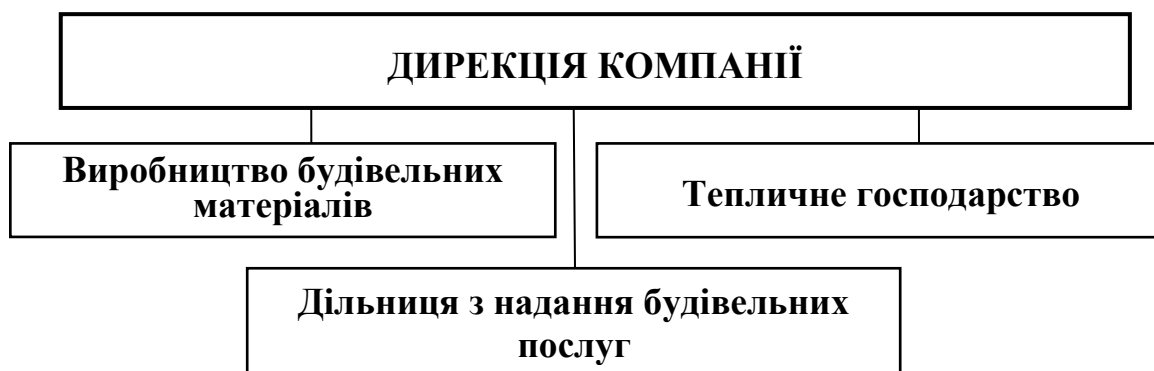


Рис. 3.1. Структура центрів відповідальності ТОВ “Інтер-Трейд”

Структурні підрозділи, які на підприємстві є центрами відповідальності щомісячно складають звіти, що містять показники фактичних і запланованих витрат. Ці показники контролюються керівниками підрозділів – менеджерами. У звітах здійснюють розрахунок відхилень фактичних показників від планових.

Розробка планових показників досить складна та трудомістка процедура, яка потребує проведення розрахунку поточних стандартів витрат, необхідних для виготовлення продукції у звітному періоді за наявних умов діяльності. Застосування поточних стандартів витрат дає можливість визначити собівартість продукції для встановлення цін, оперативно виявляти та контролювати відхилення. Стандарти як планові програми витрат, розробляють на підставі обґрунтованих норм для кожної робочої операції. Затверджені стандарти затрат узагальнюються бухгалтером у карті нормативної собівартості одиниці продукції.

Впровадження стандартів витрат на ТОВ “Інтер-Трейд” проходило, як і всі нововведення, шляхом випробування та помилок. Спочатку система калькулювання стандартних витрат була зорієнтована на контроль витрат на рівні окремих виробів. Досвід показав, що найбільш ефективно застосування зазначеної системи може бути тільки після поєднання процесів розробки планових програм і обліку їх виконання за центрами відповідальності на основі нормативних планових витрат. Таке поєднання дало можливість контролювати витрати безпосередньо в місцях їх виникнення та встановлювати відповідальність конкретних посадових осіб за відхиленням від планових завдань. У зв’язку з цим було розроблено схему обліку виконання планових завдань на основі стандартних витрат, яку наведено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Облік виконання планових завдань на основі стандартних витрат

На підприємстві існує ієрархічна підпорядкованість представлення звітів центрів відповідальності, сутність якої полягає в тому, що звіт центру відповідальності послідовно включається до звіту підприємства.

Одним із напрямів досить ефективного контролю за витратами менеджери ТОВ “Інтер-Трейд” вважають планування витрат по центрах відповідальності, визначення по кожному центру та по підприємству взагалі маржі і фактора ефективності: Фактор ефективності встановлено від 1 до 1,5.

Планування витрат по центрах відповідальності наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Планування витрат по центрах відповідальності ТОВ "Інтер-Трейд" на 2006 р.

Показники	Планові значення показників по підприємству	Центри відповідальності					
		виробництво будівельних матеріалів		надання будівельних послуг		тепличне господарство	
		сума, тис. грн.	%	сума, тис. грн.	%	сума, тис. грн.	%
Довідково: виручка від реалізації	2786,4	1640,5	58,9	754,6	27,1	391,3	14,0
1. Сировина	634,2	452,0	71,2	154,6	24,4	27,6	4,4
2. Основні матеріали	302,5	88,1	29,1	175,1	57,9	39,3	13,0
3. Допоміжні матеріали	9,4	3,7	39,3	2,9	30,9	2,8	29,8
4. Паливо	102,3	28,4	27,8	24,7	24,1	49,2	48,1
5. Заробітна плата основних виробничих робітників	232,4	128,6	55,3	59,4	25,6	44,4	19,1
6. Інші змінні виробничі витрати	84,2	49,2	58,4	27,0	32,1	8,0	9,5
7. Разом змінних витрат	1365,0	748,9	-	443,7	-	172,4	-
8. Маржа 1	1421,4	891,6	-	310,9	-	218,9	-
9. Маржа 1 в % до реалізації	51,0	54,3	-	41,2	-	55,9	-
10. Фактор ефективності	1,1	1,0	-	1,4	-	1,2	-
11. Витрати на утримання основних засобів	64,5	27,3	42,4	24,8	38,4	12,4	19,2
12. Витрати на утримання змінного обладнання, інструментів	16,7	5,7	34,2	5,9	35,3	5,1	30,5
13. Амортизація	13,4	4,8	35,8	4,7	35,1	3,9	29,1
14. Транспортні витрати	20,1	5,0	24,8	5,2	25,9	9,9	49,3
15. Інші загальновиробничі витрати	130,9	59,4	45,3	45,9	35,1	25,6	19,6
16. Разом постійні витрати підрозділу	245,6	102,2	41,8	86,5	35,4	56,0	19,8
17. Маржа 2	1175,8	789,4	-	224,7	-	162,0	-
18. Маржа 2 в % до реалізації	42,2	48,1	-	29,7	-	41,4	-
19. Адміністративні витрати	107,5	52,4	48,8	28,1	26,1	27,0	25,1
20. Витрати на збут	66,7	29,7	44,5	23,8	35,7	13,2	19,8
21. Разом постійні витрати підприємства	174,2	82,1	47,2	51,8	29,7	40,2	23,1
22. Маржа 3	1001,6	707,3	-	171,6	-	121,8	-
23. Результати (+ прибуток, - збитки)	+ 1001,6	+ 707,3		+ 171,6		+ 121,8	

Планові (бюджетні) показники доводяться до структурних підрозділів – центрів відповідальності. В установлений термін, один раз на місяць, керівники підрозділів складають звіти, в яких порівнюють бюджетні показники з фактичними, відхилення аналізують, пояснюючи причини. Авторами проаналізовано звіт центру відповідальності з виробництва будівельних матеріалів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Звіт центру відповідальності (виробництво будівельних матеріалів)
ТОВ "Інтер-Трейд" за 2006 р.**

Показники	Планові значення, тис. грн.	Фактичні значення, тис. грн.	Відхилення	
			сума, тис. грн.	у відсотках
Довідково: виручка від реалізації	1640,5	1598,3	- 42,2	- 2,6
1. Сировина	452,0	460,4	+ 8,4	+ 1,9
2. Основні матеріали	88,1	90,3	+ 2,2	+ 2,5
3. Допоміжні матеріали	3,7	3,4	- 0,3	- 8,1
4. Паливо	28,4	27,5	- 0,9	- 3,2
5. Заробітна плата основних виробничих робітників	128,6	128,6	-	-
6. Інші змінні виробничі витрати	49,2	51,0	-1,8	- 3,7
7. Разом змінних витрат	748,9	760,4	- 11,5	- 1,5
8. Маржа 1	891,6	837,9	- 53,7	- 6,0
9. Маржа 1 в % до реалізації	54,3	52,4	-	-
10. Фактор ефективності	1,0	0,87	-	-
11. Витрати на утримання основних засобів	27,3	26,8	- 0,5	- 1,8
12. Витрати на утримання змінного обладнання, інструментів	5,7	5,7	-	-
13. Амортизація	4,8	4,8	-	-
14. Транспортні витрати	5,0	5,5	+ 0,5	+ 10,0
15. Інші загальновиробничі витрати	59,4	57,2	- 2,2	-3,7
16. Разом постійні витрати підрозділу	102,2	100,0	-2,2	- 2,1
17. Маржа 2	789,4	737,9	- 51,5	- 6,5
18. Маржа 2 в % до реалізації	48,1	46,2	-	-
19. Адміністративні витрати	52,4	52,4	-	-
20. Витрати на збут	29,7	27,8	- 1,9	- 6,4
21. Разом постійні витрати підприємства	82,1	80,2	- 1,9	- 2,3
22. Маржа 3	707,3	657,7	- 49,6	- 7,0
23. Результати (+ прибуток, - збитки)	+ 707,3	+ 657,7	-	-

На підставі таких звітів структурних підрозділів здійснюється аналіз відхилень фактичних показників від планових, виявляють їх причини та приймають оперативні відповідні управлінські рішення.

Така форма контролю є дієвим засобом управління витратами, але не являється мотивацією для працівників підрозділів до підвищення якості продукції та послуг, так як їх дохід не залежить від кінцевого результату. Альтернативою такій формі відповідальності є поєднання контролю за витратами і доходами, тобто посилити фінансову складову як кінцевого результату діяльності. Це дає можливість змінити підхід до формування доходу і його розподілу таким чином, щоб дохід (заробіток, винагород за працю) кожного працівника центру як структурного підрозділу підприємства залежав від кінцевого результату.

Отже, центр відповідальності - це структурний підрозділ, який здійснює визначений адміністрацією підприємства перелік господарських операцій, має можливість безпосередньо впливати на витрати та доходи від цих операцій, несе відповідальність за величину даних витрат та доходів. Рівень фінансової відповідальності контролюється через виконання бюджетів. Уся діяльність підрозділів відображається в бюджетах, які консоліднуються на рівні всього підприємства. Через бюджети створюється оперативна система управління підприємством по центрах відповідальності.

Схематично етапи впровадження бюджетного управління підприємством наведено на рис. 3.3.

Постановка мети

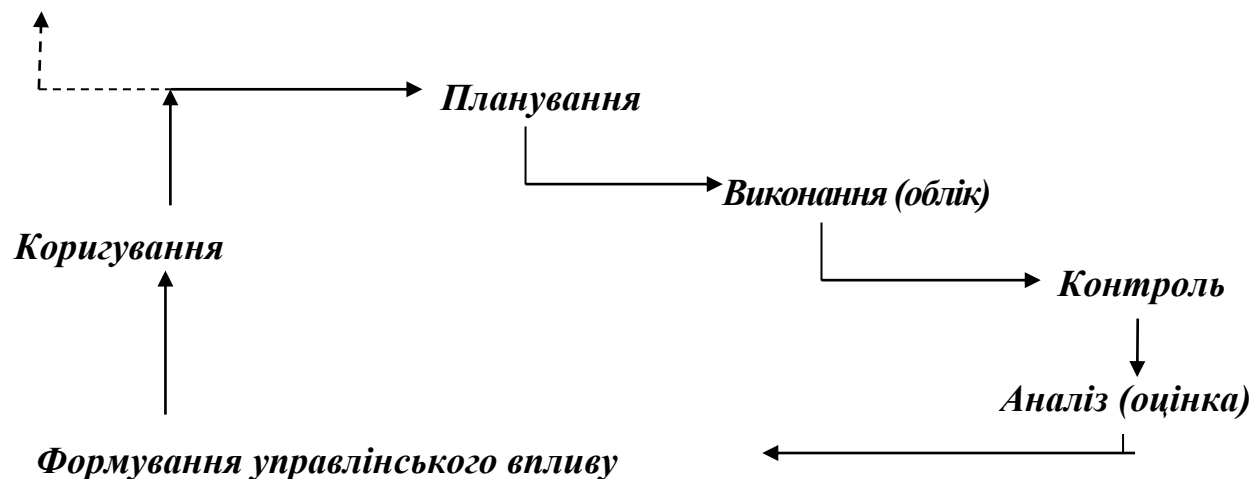


Рис. 3.3. Етапи впровадження бюджетного управління

З позиції структури можливі три варіанти утворення центрів відповідальності:

- центр створюється як виокремлений підрозділ;
- центр створюється шляхом об'єднання декількох структурних підрозділів. Цей варіант доцільний у випадках, коли відбувається поєднання структурних підрозділів за такими типами спорідненості:

- з типовими видами доходів і витрат;

- взаємопов'язаних цілісним комплексом робіт;
- взаємозв'язаних єдністю технологічного процесу, коли результати праці одного являються вихідним матеріалом для іншого підрозділу (ланки).

- центр створюється шляхом виділення з одного крупного структурного підрозділу двох (або більше) окремих ланок, кожна з яких отримує статус окремого центру відповідальності.

Управління центрами відповідальності повинно здійснюватись через багатофункціональну структуру, яка "вбирає" у себе усю оргструктуру, внаслідок чого виникає можливість суміщення в одній структурній одиниці центру відповідальності за виконання функціональних обов'язків і фінансової результативності одночасно.

Контроль за доходами і витратами по центрах відповідальності можливий за умов створення системи бюджетного управління. Правила і вимоги системи бюджетного управління є обов'язковими для виконання всіма підрозділами підприємства. Бюджетне управління – оперативна система управління підприємством за центрами відповідальності. Виконуючи функціональні обов'язки, кожен підрозділ своїми діями вносить свій вклад у загальний фінансовий результат у вигляді частки отриманих доходів або витрат [51, с. 3].

Отже, у цьому розумінні бюджет – це фінансовий документ, який містить план в частині доходів і витрат, що дозволяє здійснювати облік результатів господарської діяльності й проводити оцінку успішності виконання планових завдань.

Таким чином, мета бюджетування полягає у плануванні, обліку та аналізі фінансових результатів діяльності підприємства.

У процесі бюджетування визначають:

а) планові параметри діяльності, які має досягти підприємство у перспективі, що становлять його ціль (підвищення рівня рентабельності виробництва, збільшення вартості капіталу, обсягу реалізації продукції тощо);

б) яким чином можна досягти поставленої мети, тобто обирають стратегію підприємства (освоєння нових ринків для збуту продукції, розробка нової продукції тощо).

На основі прогнозних розрахунків опрацьовують кілька альтернативних варіантів стратегії й обирають одну з найкращих, яка дає можливість отримати найвищі результати поточної діяльності підприємства.

Успішність використання центрів відповідальності потребує проведення підготовчих етапів, що є необхідною умовою для впровадження сучасних систем управління. На наш погляд, найбільш доцільно підготовчі роботи проводити в такій послідовності:

- чітко визначити стратегію підприємства (розширення ринків збуту, освоєння нових технологій, виживання тощо);

- проаналізувати наявність й оцінити ресурсний потенціал, необхідний для досягнення поставлених цілей;

- проаналізувати й оцінити можливість формування інформаційних потоків щодо діяльності структурних підрозділів у межах дієвих систем обліку та його стандартів;

- проаналізувати доцільність збирання інформації для управлінських рішень за центрами відповідальності, місцями витрат, центрами доходу тощо;

- визначити напрями оптимального використання організаційної структури підприємства для реалізації потреб ефективного управління.

Загальну схему формування бюджетів на підприємствах малого бізнесу доцільно розробляти у такому порядку (рис. 3.4).

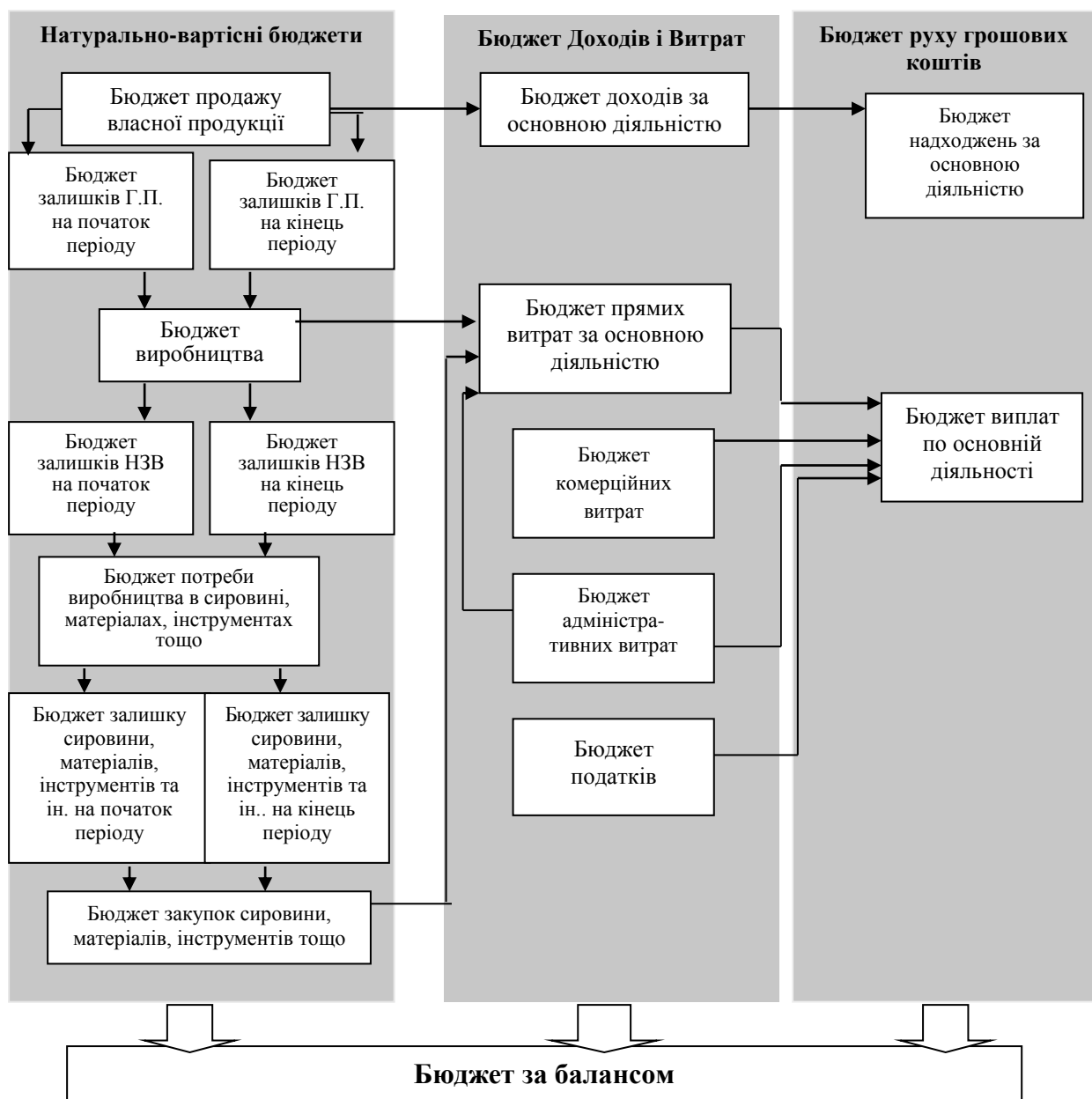


Рис. 3.4. Загальна схема формування бюджетів на підприємствах малого та середнього бізнесу

Загальна послідовність дій системи формування бюджетів на підприємстві малого і середнього бізнесу за центрами фінансової відповідальності має включати такі операції:

- скласти перелік господарських операцій, які передбачаються здійснюватись на підприємстві і визначити підрозділи, де вони будуть здійснюватись з метою утворення центрів фінансової відповідальності;

- на підставі переліку господарських операцій скласти класифікатор статей планування й обліку цих операцій із необхідною деталізацією по кожному центру відповідальності;

- по кожному центру скласти його операційний бюджет за статтями;

- статті операційних бюджетів згрупувати за ознакою функціональної належності, створюючи цим самим функціональні бюджети;

- функціональні бюджети консолідувати і створити підсумкові: Бюджет Доходів і Витрат, Бюджет руху грошових коштів;

- на підставі підсумкових залишків за всіма натурально-вартісними бюджетами, результатам Бюджету Доходів і Витрат, залишку грошових коштів за Бюджетом руху грошових коштів, скласти Бюджет Балансу господарства.

Досвід показує, що застосування на підприємстві центрів відповідальності децентралізує систему управління, згладжує її авторитаризм, а натомість втягує в управління керівників структурних підрозділів, активізує їх підприємливість, підкріплену матеріальним стимулюванням за досягнення позитивних результатів діяльності. Цим самим певною мірою посилюють демократичні принципи управління.

3.4. Організація менеджменту на малих підприємствах

Однією з ключових сфер, що забезпечує успішність фінансово-господарської діяльності малих форм суб'єктів господарювання, є продумана, обґрунтована відповідно до специфічних особливостей підприємства, ефективна система управління. Керівник кожного малого підприємства – це фундатор, який втілює у своїй фірмі своє бачення бізнесу, свої здібності організатора, свою ідеологію забезпечення конкурентоспроможності та дієздатності щодо досягнення прибутку. Проте отримання прибутку одночасно виступає і критерієм ефективності самого організатора бізнесу, що визначає його професіоналізм та уміння з користю для свого підприємства використовувати мінливі чинники економічної кон'юнктури ринку.

3.4.1. Макро- та мікроекономічні чинники формування менеджменту на малих підприємствах.

В умовах формування ринкових відносин перед економічною наукою виникли принципово нові проблеми створення економічного механізму

функціонування та управління підприємством. Зокрема, на розвиток малого підприємства впливає велика кількість ринкових чинників, які необхідно враховувати при формуванні підходів і методів управління. Встановлення ефективної моделі менеджменту малого бізнесу має враховувати ті реальні обставини, з якими зіштовхуються керівники малих підприємств при здійсненні своєї підприємницької діяльності. Можна виділити такі «перепони», з якими стикається керівник малого підприємства при веденні свого бізнесу:

1) перепони макроекономічного рівня, обумовлені формуванням нового соціально-економічного устрою в Україні.

2) перепони мікроекономічного рівня, обумовлені кон'юктурою ринку, відношенням місцевої влади і структур, що регулюють підприємницьку діяльність малого бізнесу.

3) перепони внутрішньогосподарського економічного механізму регламентації і регулювання бізнесової діяльності.

Установлення досконалої моделі менеджменту малого бізнесу необхідно розглядати з урахуванням цих трьох груп чинників.

Особливості макрорівня мають концептуальний характер, оскільки такі компоненти макрооточення, як політичне, економічне, правове, соціальне і технологічне, – впливають на функціонування та розвиток малого підприємства незалежно від нього, яка вихідна для нього передумова. В основному тут можлива змінність кожного з компонентів макрооточення. Нестабільність, викликана непослідовністю і фрагментарністю проведення економічних реформ та недосконале законодавство, що було характерним для першого етапу реформування, не дозволяло чітко сформулювати і визначити однозначні «правила гри» для всіх суб'єктів господарювання. До основних перепон також можна віднести: відсутність розвинутого фондового ринку, інертність відносин фінансово-банківської системи до малого бізнесу, а також відносно високий для цього сектору економіки податковий тиск. Взагалі це зумовило нерівність конкурентних умов функціонування і розвитку суб'єктів господарювання. А це, у свою чергу, призводило до порушення рівноваги та розбалансованості розвитку як самих підприємств, так і підприємництва у цілому.

Безпосереднє економічне середовище підприємства формується під дією впливу чинників макрорівня і, відповідно, створює режим тиску та обмежень, до яких має пристосовуватись підприємство. Оцінка поведінки суб'єктів малого бізнесу свідчить про те, що керівники малих підприємств, як правило, переважно не в змозі адекватно використовувати інструменти і методи відповідного реагування на виклики чинників мікроекономічного оточення. Адекватно проведена оцінка цих чинників конкуренції у галузі діяльності підприємства дозволить визначити силу своєї конкурентоспроможності і прибутковості.

У сучасному ринковому середовищі, що характеризується високою турбулентністю, невизначеністю, а також взаємозв'язком різних чинників та складністю прояву зовнішнього економічного середовища,

функціонування і виживання підприємства насамперед залежить від індивідуальної здатності адаптації кожного суб'єкта господарювання до зміни умов діяльності. Процес адаптації організації до зовнішнього середовища, а також розуміння його впливу на підприємство постійно змінюється та ускладнюється. Особливу увагу необхідно приділити стратегічній адаптації підприємства до змінного зовнішнього середовища. Головною умовою ефективної стратегічної адаптації підприємства, є передбачення майбутніх змін та їхня якісна ідентифікація. Реакція підприємства на зміни у зовнішньому середовищі повинна враховувати якісну характеристику взаємодії таких складних характеристик, як рівень інтенсивності зовнішнього впливу, термін дії і масштаб впливу середовища. Класифікацію змін факторів зовнішнього середовища, а також стратегічну реакцію підприємства на ці зміни наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Класифікація змін зовнішнього середовища організації

Класифікаційні характеристики	Види змін	Характеристика змін
- за характером впливу	позитивні	створення умов для досягнення стратегічних цілей
	негативні	перешкоджають досягненню стратегічних цілей
- за рівнем інтенсивності впливу	істотні	вимагають стратегічної реакції
	несуттєві	обумовлюють доцільність моніторингу за можливою трансформацією змін
- за терміном дій	зворотні	передбачення впливу, обмежене в часі
	незворотні	передбачення впливу без визначення терміну дії
- за масштабом впливу	комплексної дії	впливають на основні сфери діяльності підприємства
	обмеженої дії	впливають на окремі сфери діяльності підприємства, які не відносяться до стратегічних

Залежно від обраної концепції внутрішньогосподарського управління підприємство формує свої конкретні підходи щодо реакції на зміни у зовнішньому економічному середовищі (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Реакція підприємства на зміни у зовнішньому середовищі

Характер змін у зовнішньому середовищі	Реакція підприємства
Істотні – зворотні - комплексні	Поточна
Істотні – незворотні – комплексні	Стратегічна, термінова
Істотні – зворотні – обмежені	Поточна
Істотні – незворотні – обмежені	Стратегічна, термінова
Несуттєві – зворотні – комплексні	Поточна
Несуттєві – незворотні – комплексні	Стратегічна, зважена
Несуттєві – зворотні – обмежені	Поточна
Несуттєві – незворотні – обмежені	Стратегічна, зважена

Ухвалення відповідного рішення повинно базуватись з урахуванням таких принципів:

Перевага зовнішнього економічного середовища підприємства над внутрішнім середовищем. Протидія істотним негативним змінам можлива, але обмежена. Зовнішнє середовище можна корегувати, але не можливо змінити цілком. Глибина корекції зовнішнього середовища залежить від стану середовища і можливостей організації.

Пріоритетність уваги до негативних змін середовища. Адаптація до змін зовнішнього середовища вимагає значних витрат часу і ресурсів. Через умови диспаритетності витрат на протидію негативним змінам і стимулювання позитивних, зростає ймовірність збільшення витрат у випадку неефективності захисту від негативних факторів:

- у результаті неефективності витрат на подолання негативного впливу середовища;

- за рахунок розвитку негативних тенденцій у середовищі і погіршенню загального стану підприємства, а це може стати перешкодою на шляху реалізації можливостей розвитку у сприятливій для підприємства сфері.

Велика швидкість адаптації на основі внутрішньої трансформації підприємства. Причиною цього є контрольованість факторів внутрішнього середовища підприємства як регулювання зовнішніх умов.

Ресурсна та організаційна обмеженість адаптації. Збільшення глибини адаптації призводить до зростання її ресурсомісткості. Організаційна обмеженість впливає із внутрішньої перебудови організації, що призводить до втрати цілісності підприємства або господарської незалежності.

Велика ресурсомісткість адаптивних змін зовнішніх умов. Обумовлена непередбаченістю обсягів витрат на зовнішню адаптацію. Фактична сума витрат на протидію зовнішнім факторам, як правило, виявляється набагато більшою, ніж передбачалося.

Диференціація результативності різних форм адаптації. Результативність внутрішньої трансформації більш передбачувана та економічна, а зміни зовнішнього середовища відрізняються масштабністю наслідків для підприємства. Урахування даних принципів дозволяє поєднувати внутрішні адаптивні можливості організації з характером змін у зовнішньому середовищі. Це виступає основою для формування адаптації організації в умовах якісно різнорідних зовнішніх та внутрішніх факторів.

Рекомендовані форми адаптації на основі аналізу зовнішніх та внутрішніх характеристик діяльності підприємства наведені у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Рекомендовані форми адаптації на основі аналізу зовнішніх та внутрішніх характеристик діяльності підприємства

Форми адаптації	Риси адаптації
Внутрішня трансформація	Обмеженість ресурсів. Необхідність швидкої реакції. Незначні обсяги діяльності підприємства
Коректування зовнішніх умов	Наявність резервних ресурсів. Вагомість підприємства на ринку. Контрольованість істотних необоротних змін середовища. Високий рівень спеціалізації підприємства.
Обопільна трансформація	Істотні, необоротні, комплексні зміни середовища. Високий рівень диверсифікованості бізнесу підприємства. Достатня наявність ресурсів.

У процесі адаптації окремі наведені форми можуть змінюватись залежно від змін характеристик, що обумовлюють їхній вибір. Для цього моніторинг внутрішнього та зовнішнього середовища повинен бути обґрунтованим і своєчасним.

3.4.2. Особливості організації внутрішньогосподарського управління.

Оцінка бізнесу суб'єктів малого підприємництва свідчить про те, що досить велика кількість малих підприємств ще не спроможна ефективно функціонувати внаслідок недостатнього для їхньої діяльності рівня капіталу, сировини, матеріалів, якісного устаткування, необхідного рівня кваліфікації персоналу, достовірної інформації. Крім того, у багатьох випадках внаслідок низького професіоналізму, керівництво не здатне чітко сформулювати місію, стратегію та мету своєї діяльності. Це призводить до того, що часто керівництво підприємства має досить неясне уявлення про те, які завдання повинні бути вирішені насамперед і взагалі розкласти їх у детермінантній послідовності.

Впровадженню елементів стратегічного управління у практику діяльності вітчизняних малих підприємств перешкоджає недосконала методологічна база та недостатня теоретична підготовка керівників підприємств. Зокрема, більшість малих підприємств відчуває потребу у методологічних та методичних розробках із проблем стратегічного управління. Малі підприємства можуть скористатися послугами відповідних консалтингових фірм, проте вони для них занадто дорогі. Щодо підготовки фахівців зі стратегічного управління, то це досить тривалий процес, що вимагає значних витрат, але не всі підприємства можуть взяти на роботу такого висококваліфікованого фахівця.

Незважаючи на те, що стратегічне управління є інструментом успішного функціонування та виживання у кризових умовах, на практиці стратегія поведінки більшості малих підприємств відсутня, що у свою чергу погіршує конкурентоспроможність підприємства. Це можна пояснити бажанням керівників малих підприємств швидко (тобто не відкладаючи на значний час) домогтися бажаних фінансових результатів, інертністю мислення управлінських кадрів, сформованих у старій усталеній системі, відсутністю досвіду використання елементів стратегічного управління, а також незнанням та нерозумінням його сутності, принципів, методів і прийомів.

Відсутність стратегії, як правило, проявляється у двох формах. По-перше, малі підприємства планують свою діяльність виходячи зі сталості зовнішнього середовища. Дотепер прийнято складати довгостроковий план, у якому зазначено конкретні результати діяльності підприємства.

При цьому зміни у зовнішнім середовищі, які можуть відбутись у майбутньому, не враховуються. При стратегічному управлінні необхідно з прогнозованого майбутнього повертатися до сьогодення. При цьому необхідно адаптувати внутрішні ресурси для забезпечення бажаного стану у майбутньому.

По-друге, при звичайному управлінні розробка стратегічних дій заснована лише на оцінці внутрішніх можливостей підприємства. При такому підході часто виникають ситуації, коли малі підприємства не можуть досягти своєї мети через швидкі зміни як у мікросередовищі, так і у макросередовищі.

Упровадження стратегічного управління вимагає наявності визначеної інфраструктури, а саме – сучасної комп'ютерної мережі та створення на її основі автоматизованої інформаційної системи, яка надавала б можливість проводити моніторинг змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємств.

В організаційному плані керівникові малого підприємства необхідно виконувати такі стратегічні завдання: проведення стратегічного аналізу, визначення місії та стратегічної мети, формування пакета альтернативних стратегій, вибір оптимальної стратегії, а також спільна з персоналом підприємства робота, спрямована на ефективну реалізацію обраної стратегії.

Стратегічне управління нерозривно пов'язане зі зміною умов функціонування. А це, у свою чергу, визначає використання малими підприємствами інтегрованих підходів до управління. Інтегрований підхід до управління включає процесний, системний та ситуаційний підходи.

Процесний підхід до управління – підхід до управлінської теорії, що базується на концепції, відповідно до якої управління є безперервною серією взаємозалежних дій або функцій. Функціями процесу управління є планування, організація, мотивація та контроль. Первісна розробка цієї концепції належить Анрі Файолю.

Системний підхід розглядає організацію як відкриту систему, що складається з декількох взаємозалежних підсистем. Організація отримує ресурси із зовнішнього середовища, втілює їх у товари або послуги, що надходять до зовнішнього середовища (рис. 3.5).

Система – це сукупність взаємопов'язаних та взаємозалежних елементів, організованих у єдине ціле. Існує два основних типи систем: закриті та відкриті. *Закриті системи* мають тверді фіксовані межі та нестійкі середовища, у яких вони існують.



Рис. 3.5. Підприємство як відкрита економічна система

Усі організації є соціотехнічними системами, що складаються з п'яти частин: мети, структури, завдань, технологій і людей. Організація як відкрита система:

1) не є системою, що самозабезпечується, і залежить від навколишнього середовища;

2) має здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Концепція підприємства як відкритої економічної системи була вперше запропонована Честером Барнардом ще у 1930-х рр. Ця теорія конкретно не визначає основні перемінні внутрішнього та зовнішнього середовища. Водночас теорія систем допомагає менеджерам зрозуміти взаємозалежність між окремими частинами всередині організації і між організацією та її зовнішнім середовищем.

Ситуаційний підхід – концепція, яка стверджує, що оптимальне рішення є функцією чинників середовища у самій організації (внутрішні перемінні) та у навколишньому середовищі (зовнішні перемінні).

Ситуаційний підхід розширив практичне застосування теорії систем, визначивши основні внутрішні та зовнішні перемінні, що впливають на організацію. Відповідно до підходу концепції та методики, запропоновані наукою управління, повинні використовуватись залежно від конкретної ситуації, у якій перебуває підприємство.

З погляду на ситуаційний підхід «кращого способу» управління не існує. Модель ситуаційного підходу і загальну характеристику інтегрованих підходів до управління представлено на рис. 3.6 і в табл. 3.6.

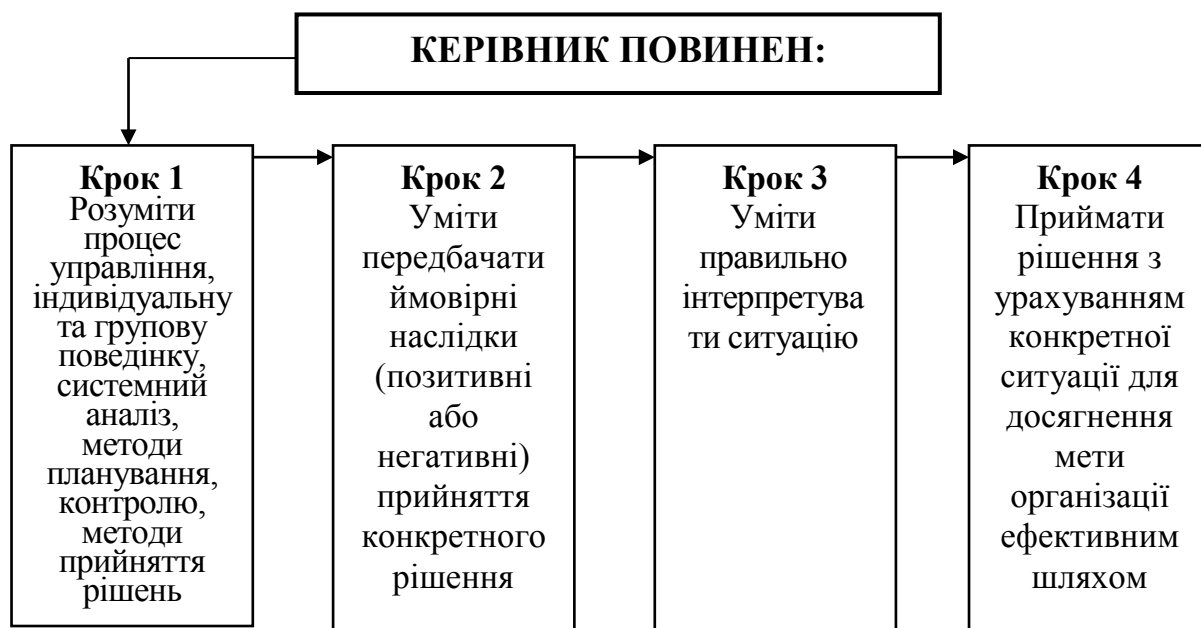


Рис. 3.6. Модель ситуаційного підходу щодо організації внутрішньогосподарського управління

Порівняльна характеристика окремих підходів до вибору можливої моделі внутрішньогосподарського управління або їх комбінації наведено у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів до управління

Підходи	Ключові положення	Внесок
Процесний підхід	Процес управління як загальний обсяг безперервних взаємозалежних дій або функцій у рамках організації	Розгляд управління як процесу виконання взаємозалежних функцій, кожна з яких також являє собою процес
Системний підхід	Взаємодія і взаємозалежність усіх компонентів організації	Розгляд підприємства як відкритої системи, що складається із взаємозалежних підсистем
Ситуаційний підхід	Виявлення та облік ситуаційних перемінних у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації	Прийняття управлінських рішень на основі виявлення усієї сукупності ситуаційних факторів

Як видно з наведених у табл. 3.6 даних, при формуванні конкретної моделі внутрішньогосподарського управління кожне підприємство обирає сприятливі для себе елементи окремих методичних підходів, або окремих елементів, створюючи цілісну взаємопов'язану систему.

3.4.3. Організація стратегічного менеджменту підприємства.

Основним завданням стратегічного менеджменту є передбачення можливих змін та управління ними. Більшість підприємств малого бізнесу стикається з ситуацією, для якої характерні швидкі зміни. За цих умов управління відповідними змінами при адаптації до вимог ринку, які необхідно провести всередині підприємства, для малих видів бізнесу є більш важкою проблемою, ніж для великих. Уразливість та нестача ресурсів вимагають від підприємств малого бізнесу надзвичайної гнучкості стратегії. Внутрішні стратегічні процеси дозволяють малим підприємствам не тільки створювати стратегії, що дозволяють ефективно конкурувати, але й постійно адаптувати, реагуючи на зміни зовнішнього середовища. Без такого стратегічного мислення малий бізнес, насамперед, стане жертвою трансформації галузі та не виживе, що цілком типово для сучасних умов бізнесу.

Підприємствам малого бізнесу необхідно мати ефективні процеси розробки стратегії. Розпочинаючи зусилля з ідентифікації та відстеження стратегічних альтернатив, керівники малих підприємств можуть виграти на двох основних атрибутах: більшій гнучкості розуму та динамічності дій на ринку.

3.4.4. Вироблення місії для малих підприємств.

Підприємства малого бізнесу, також як і великі компанії, мають потребу у відповідній сформульованій місії. Небезпека для малих підприємств полягає у виборі занадто складної місії. Місія малого підприємства повинна бути досить скромною, орієнтованою на визначену групу споживачів. Уміло сформульована місія повинна бути компромісом між бажанням заробити гроші і прагненням забезпечити суспільство якісним продуктом, перспективними робочими місцями. Упровадження на українському ринку місії, як дійсного елементу стратегічного менеджменту стримується закритим характером вітчизняного бізнесу, а також відсутністю у країні розвинутого фондового ринку, в умовах якого інвесторові необхідна оперативна інформація про того або іншого учасника. На відміну від європейських та американських компаній, чії місії зазвичай супроводжуються докладною та загальнодоступною звітністю, місії українських компаній у переважній більшості випадків залишаються нічим не підкріпленими гарними словами.

Отже, процес формалізації місії українськими компаніями не можна не оцінювати позитивно. Прояв приватним капіталом інтересу до елементів стратегічного менеджменту свідчить про те, що фінансове становище

багатьох підприємств стабілізувалося, і тепер їхні корпоративні культури дозрівають до такого складного етапу, як формування власної місії.

Формування місії підприємства дозволяє більш чіткого визначення мети, яку ставить перед собою підприємство. Це дозволяє розглядати визначену мету фінансово-господарської діяльності як засіб розкриття таких аспектів:

- Обґрунтування діяльності організації. Наприклад, у заяві про місії утримується інформація про те, що представляє собою організація і для чого вона існує.

- Джерело мотивації та залучення членів організації. Знання мети та її усвідомлення сприяє розумінню працівниками конкретних результатів, до яких прагне підприємство.

- Керівництво до дії. Мета визначає напрямок руху, концентрує увагу та зусилля співробітників на виконання конкретних завдань.

- Основа для прийняття рішень. Рішення, прийняті на усіх рівнях управління, повинні відповідати визначеній меті.

- Стандарти діяльності підприємства.

- Чи повинне підприємство мати одну мету, чи декілька цілей? На перший погляд, може здаватись, що єдиною метою підприємства є отримання прибутку. У дійсності підприємство досягає своєї мети через послідовну реалізацію ряду цілей. Одним із сучасних підходів, що використовують підприємства у системі управління, є так назване управління за цілями (*MBO*). Цей метод являє собою орієнтовану на кінцеві результати філософію управління, що поєднує планування, мотивацію та контроль. Управління за цілями (*MBO*) передбачає визначення цілей для кожного структурного підрозділу, проекту або працівника, здійснення ними спостережень (контролю) за результатами діяльності і наступне винагородження працівників з метою їхньої мотивації. Принципи управління за цілями вперше були описані Пітером Друкером. Ефективний процес *MBO* містить у собі такі чотири стадії:

- *Постановка цілей.* Це найскладніший етап управління. У постановці цілей беруть участь працівники усіх рівнів. Процес постановки цілей не обмежується рамками рутинних операцій і покликаний відповісти на запитання: «До чого ми прагнемо?» Цілі повинні бути конкретні і реалістичні, їх досягнення – обмежене у часі. Крім того, за рішення поставлених завдань повинні нести відповідальність конкретні співробітники. Цілі можуть мати кількісний або якісний вимір (залежно від вимірності бажаних результатів). Дуже важливо, щоб у процесі постановки цілей брали участь більшість співробітників, що стимулює працівників до їхнього досягнення. Якщо робота ведеться у командах, то у процесі постановки цілей може брати участь кожен член групи.

- *Розробка планів дій.* План дій визначає конкретні кроки, необхідні для досягнення поставлених цілей. Такі плани розробляються як для структурних підрозділів, так і для співробітників.

- *Контроль над просуванням до цілі.* Періодично необхідно контролювати «графік» просування до цілі, щоб переконатися у тому, що плани дій працюють. Контроль зазвичай проводиться через три, шість та дев'ять місяців після початку планового періоду. Однак розроблений «маршрут» не є самоціллю, можливо, ситуація вимагає зміни наміченого курсу. Головне – досягнення кінцевих цілей.

- *Оцінка результатів діяльності.* Остання стадія процесу *МВО* полягає в оцінці досягнутих результатів структурних підрозділів, функціональних служб, окремих цілей відділів та працівників. Оцінки можуть бути покладені в основу системи винагородження. Оцінка діяльності підрозділу або підприємства взагалі є підставою для постановки цілі як мети на наступний рік, і цикл *МВО* відновлюється. *МВО* може застосовуватися в усіх компаніях.

Для того, щоб поставити перед собою розумні цілі, підприємець повинен спочатку оцінити власні сили та здібності. Самооцінка є, мабуть, найбільш творчим кроком при постановці цілей, тому що вона може відкрити перед підприємцем можливість завоювання нових ринків, скорочення або розширення номенклатури продукції. Метод постановки цілей з урахуванням власних можливостей ґрунтується на таких положеннях:

- у висококонкурентній економіці успіх досягається в основному тими підприємствами, які працюють на найвищому професійному рівні;
- фірма може сприяти формуванню попиту на свою продукцію з боку нових покупців, якщо випускає продукцію високої якості;
- продукція або послуги фірми можуть швидко застарівати, але репутація, що характеризує саме підприємство, зберігається роками.

Таким чином, *МВО* - це система постановки цілей загальними зусиллями, що пронизує весь бізнес зверху до низу. Її першорядне завдання – чітко визначити роль кожного працівника у досягненні загальних цілей та створити для цього відповідні стимули.

Система цільового керування припускає, що підприємець або молодший керівник фірми зустрічається з кожним працівником окремо та обговорює з ним цілі підприємства. Такі зустрічі відбуваються, звичайно, щорічно і присвячуються діяльності фірми на майбутній рік. Керівник і працівник погоджують цілі, які повинен досягти відповідний службовець. Правильне формулювання цілей дозволяє точно визначити роль працівників компанії в їхньому досягненні. Для того, щоб бути впевненим у підтримці своїх планів, підприємець повинен ставити цілі за допомогою ключових фігур свого підприємства.

Вибір стратегії. Найперше питання, на яке необхідно відповісти при розробці стратегії для малого підприємства – це питання про те, у якому вигляді бізнесу діє підприємство, чи буде мале підприємство обмежуватись одним видом бізнесу або декількома? Це породжує ряд питань: чи планує мале підприємство розширювати виробництво та продаж своєї продукції?; чи повинне воно вводити нові моделі у свої товарні серії і скільки?; чи повинне

мале підприємство вилучати інвестиції з товарної серії або концентруватись тільки на одній з цих серій?; чи повинне мале підприємство займатись маркетингом та продажем продукції одного або декількох виробників?

Постійно задаючи собі ці питання, керівники малих підприємств зможуть визначитись з асортиментом продукції та споживчими сегментами обслуговування. На цьому етапі мале підприємство може розглянути можливість виходу за межі своїх основних видів бізнесу за рахунок додавання нових товарних серій і (або) виходу на нові сегменти споживачів. Для малого бізнесу важливо вибрати масштаб ринку, тому що обмежені ресурси можуть швидко виснажитись. І відповідно до цього підприємство повинно зробити правильний вибір ринків та споживачів.

Товари або послуги, обрані компанією, а також групи споживачів та ринкові сегменти визначають коло зацікавлених сторін (торговельні асоціації, представники місцевого співтовариства, урядові агентства, судові заклади, співробітники, власники і галузеві учасники). Малому підприємству варто активно нарощувати свої відносини з вже наявними сторонами, тому що ці відносини можуть сприяти створенню вагомих переваг при веденні бізнесу.

Мале підприємство може досягти успіху шляхом розробки чітко сконцентрованої стратегії. При розробці стратегії доцільно використовувати модель бізнес-стратегій М. Портера. Важливість моделі М. Портера для розробки конкурентної стратегії для малих підприємств полягає у тому, що автор указав на можливість підприємства ефективно працювати в умовах зосередження своїх зусиль на визначеній ринковій ніші. Нішова спеціалізація дозволяє малим підприємствам практично не відчувати впливу загальноекономічних тенденцій. Існує декілька різновидів стратегій фокусування. Мале підприємство, використовуючи стратегію фокусування, може зосередити свою увагу на визначеному регіональному ринку, на постачанні продукції великим підприємствам або на пропозиції унікального товару.

Відповідно до першого варіанта фокусування мале підприємство функціонує у тих сферах, де розмір підприємства не має вирішального значення. Успіх підприємства залежить від уміння реалізувати конкурентні переваги. Досягти конкурентних переваг мале підприємство може за рахунок найкращого пристосування до задоволення місцевих потреб. Знання регіональних уподобань, смаків та переваг, швидке уміння реагувати на їхні зміни, забезпечення індивідуального підходу до клієнтів – джерела життєдіяльності малого бізнесу. Крім цього, малий розмір неспеціалізованих виробництв та наближеність їх до споживачів дають можливість малим підприємствам знизити витрати на рекламу, управління, маркетинг і доставку продукції. Це дозволяє малим підприємствам мати переваги у витратах порівняно з великим бізнесом. Підприємства, що зосередили свою діяльність на визначеному регіональному ринку, можуть довго існувати, залишаючись при цьому малими.

Відповідно до другого варіанта стратегії фокусування малі підприємства орієнтуються у своїй діяльності на великі компанії, виступаючи у ролі постачальників. Підприємства, що використовують таку стратегію, намагаються зайняти монопольний стан на вузькому сегменті ринку проміжної продукції. У таких бізнесах-відносинах зацікавлені обидві сторони. Малі підприємства виграють у результаті співробітництва, оскільки мають визначений, відомий ринок, що виключає значні коливання цін і попиту на продукцію. Це створює для підприємств можливості спеціалізації, рівномірного завантаження виробничих потужностей. Велика компанія-замовник може надати допомогу своїм дрібним постачальникам щодо придбання сировини, матеріалів, устаткування, упровадження нових технологій. Для малих підприємств, що виконують визначене виробництво визначеної продукції, цей кінцевий продукт і є результатом їхньої діяльності. У зв'язку з цим малі підприємства намагаються забезпечити високу якість продукту або послуги.

Третій варіант стратегії фокусування полягає у виборі унікального товару. Знайти унікальний товар або послугу допомагає використання систематичного аналізу нових напрямів ситуації на ринку та у галузі. Мале підприємство, яке першим займе спеціалізовану нішу, може протягом тривалого часу утримувати міцні позиції, задовольняючи специфічні потреби споживачів.

Питання реалізації стратегії. Невеликі компанії при розробці, уточненні та виконанні своєї стратегії стикаються з окремими питаннями реалізаційного та організаційного характеру.

Більшість невеликих видів бізнесу постійно стикається з необхідністю стратегічного вибору організаційної структури свого підприємства. Наприклад, підприємства малого бізнесу можуть обрати організаційний варіант у вигляді одноосібного господарювання, партнерства, корпорації, обмеженого партнерства або товариства з обмеженою відповідальністю. Кожна організаційна структура має певні вигоди і має різні податкові, правові та адміністративні наслідки. Бажано періодично оцінювати обрану форму організаційної структури, добиватись такого варіанта, який щонайкраще відповідає потребам і цілям бізнесу. Важливо оцінювати відповідність прийнятої організаційної структури і у випадках, коли компанія приймає інші стратегічні рішення, наприклад, розширення видів бізнесу з освоєнням нових напрямів або інших основних фінансових операцій. Основні завдання, які керівники малого бізнесу повинні вирішити при оптимізації внутрішньої організаційної структури підприємства, такі: спеціалізація робочих завдань (або поділ праці); департаменталізація робочих завдань; формування структури владних повноважень, відповідальності та підзвітності (побудова командного ланцюжка); визначення норм управління; централізація та децентралізація робочих завдань; формалізація й стандартизація робочих завдань.

Види малого бізнесу з невеликим числом співробітників, як правило, мають прості ієрархічні відносини, при яких часто всі співробітники безпосередньо підпорядковані керівнику підприємства. Зі зростанням структури бізнесу керівник поступово делегує ділянки своєї відповідальності, які охоплюють різні функції (фінансування, маркетинг, виробництво, дослідження та розробки), іншим людям. Вони призначаються або з числа співробітників самої компанії, або їх наймають з інших місць. Невеликий вид бізнесу, що переходить від простої організаційної ієрархії до функціонального, рано чи пізно повинен прийняти рішення, коли та у якому порядку функціональні сфері будуть делеговані іншим людям.

При виборі організаційної структури необхідно врахувати вплив таких факторів: стратегія, розмір організації, технологія, ступінь невизначеності зовнішнього середовища.

Стратегія та структура повинні бути тісно пов'язані між собою. Саме стратегія визначає структуру підприємства. Структура також залежить від життєвого циклу підприємства. На кожному етапі життєвого циклу підприємства (народження, юність, середній вік, зрілість), й її діяльності та структурі відбуваються певні зміни. Кожне підприємство використовує визначену технологію для перетворення ресурсів, що вводяться, у продукцію або послуги.

На вибір структури підприємства впливає характер середовища. Стабільному середовищу відповідає механістична структура. Чим більш динамічне та склад зовнішнє середовище, тим вищий ступінь її невизначеності, тим вищою є потреба підприємства у гнучкості.

Підприємствам малого бізнесу з невеликою кількістю співробітників доцільніше використовувати просту організаційну структуру управління. Це організаційна схема з низьким ступенем департаменталізації, високою нормою управління, централізацією влади в руках однієї людини, низьким рівнем формалізації. Проста організаційна структура має такі характеристики: неформальні комунікації; низький ступінь стандартизації; координація шляхом взаємних погоджень; прямий контроль; низька спеціалізація; незначна чисельність допоміжного персоналу; невисока ієрархія рівнів управління. Така гнучка та адаптивна структура сприяє швидкому реагуванню на зміни середовища, у якому функціонує організація; низьким експлуатаційним витратам; прозорості системи обліку. Існує декілька типів простих організаційних структур:

- *синтетична* – централізована тимчасова структура, утворена для подолання кризових ситуацій;

- *автократична* – проста структура, що сприяє зосередженню влади у керівника, відсутність формалізації;

- *харизматична* – структура, що сприяє зосередженню влади не через узурпацію, а через добровільне наділення владою керівника його підлеглими (послідовниками);

- *підприємницька* – проста органічна, централізована структура, з високим рівнем активності та інноваціями.

Успішна реалізація обраної стратегії будь-якого підприємства безпосередньо пов'язана з оптимальним використанням її людських ресурсів. Особливості підприємства малого бізнесу вимагають від керівників високого професіоналізму у сфері управління персоналом, навичок щодо використання сучасних технологій оптимізації людського потенціалу та мінімізації його обмежень для підвищення конкурентоспроможності та розвитку підприємства.

Важливим є комплексний характер діяльності і гнучка організація праці. Відсутність чіткого функціонального поділу між адміністративним та виробничим персоналом сприяє скороченню дистанції між персоналом. Працівникам малих підприємств доводиться виконувати функції, не властиві посадам, які вони обіймають, тому що тут необхідні універсальні працівники, а не професіонали вузького профілю.

Щодо методів мотивації у малому бізнесі, то їх використання повинне визначатися домінуючими потребами працівників підприємства. На підставі досліджень можна виділити такі мотиватори, характерні для малого бізнесу: наявність атмосфери відкритості і довіри, наявність єдності ефективної команди, потреба у спілкуванні, прагнення працівників до інновацій, заохочення навчанням, просуванням та стажуванням.

Для того, щоб забезпечити нормальне функціонування малого підприємства, керівник повинен роз'яснити своїм працівникам основні цілі різними способами, у тому числі через співучасть у прийнятті цілей. Керівники з більшою імовірністю досягнуть успіху, якщо будуть послідовно прагнути до досконалості і з повагою відноситись до своїх співробітників. Політика, що ставить розмір заробітної плати у залежність від відповідного індивідуального внеску, задовольнить кожного працівника і підніме на новий ступінь людські відносини у колективі. Для залучення та утримання на малому підприємстві талановитих людей, керівникові необхідно використовувати у ролі мотивувальних факторів додаткові виплати понад пряму заробітну плату.

Одним з основних завдань, поряд з розробкою стратегії, перед керівниками малого бізнесу є створення й підтримка організаційної культури. У кожного підприємства є своя неповторна культура, система цінностей, філософія і принципи ведення бізнесу, трудова атмосфера працівників, способи прийняття рішень і шляхи вирішення проблем, сприйняття ризику й інновацій, ставлення до клієнтів тощо.

Високий рівень конкуренції, необхідність негайного використання таких ключових факторів успіху, як витрати, якість продукції, впровадження інновацій, вимагають від керівників малого бізнесу вміння раціонально використовувати елементи ефективного управління. Це дозволить швидко й ефективно вирішувати не тільки внутрішні проблеми на підприємстві, але й приймати адекватні управлінські рішення, спрямовані на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.

3.5. Маркетинговий менеджмент малих підприємств

Уже ні в кого не викликає сумніву той факт, що управління маркетингом на підприємстві є одним з основних компонентів успішного розвитку підприємства. Застосування маркетингу на малому підприємстві дає можливість оптимізувати використання його ресурсів, а також виробничих потужностей, виходячи з дослідження стану кон'юнктури ринку певних товарів, формування й використання «портфеля замовлень», проведення ефективної закупівлі і збуту.

Управління маркетингом (ринковою діяльністю фірми) має на увазі дію, спрямовану на рівень, час і характер попиту так, щоб це допомагало досягненню цілей, що стоять перед фірмою. Ця діяльність здійснюється за допомогою комплексу робіт з аналізу, планування, реалізації і контролю за проведенням заходів для встановлення, зміцнення і підтримки вигідних обмінів з цільовими покупцями заради досягнення цілей організації. Інакше кажучи, основним об'єктом управління маркетингом слугує діяльність зі створення і підтримки конкурентних позицій на ринку. У публікаціях з проблеми управління сучасним маркетингом є ряд підходів [6,20,24,26,30,34,43,49]:

- згідно з функціями менеджменту;
- системний підхід, коли маркетинг в бізнесі розглядається як система управління;
- комплексний підхід, який включає функціональний менеджмент і системний підхід в їх взаємодії, що забезпечує підвищення ефективності управління бізнесом.

Роль і місце маркетингу в діяльності підприємства визначається насамперед затвердженою концепцією управління. Виходячи зі світового досвіду, можна констатувати, що успіхи економічно розвинених країн тісно пов'язані з застосуванням маркетингу в діяльності підприємств, організацій, компаній.

Упровадження маркетингової концепції управління в діяльність малих підприємств України є об'єктивним процесом в умовах трансформації економіки, формування ринкових відносин, що зумовлює таку структуру:

- визначення реальних потреб і ринкового попиту;
- визначення виробничих можливостей відреагувати на попит;
- формування завдань і цілей діяльності підприємства;
- формування маркетингової стратегії, планів і програм;
- пристосування виробництва до вимог ринку;
- виробництво і збут відповідно до ринкового попиту;
- ефективність управління виробничою і маркетинговою діяльністю.

Суть маркетингової діяльності припускає аналіз ринку, складання звітів про його кон'юнктуру, формування нової стратегії і тактики, розробку і реалізацію планів і програм маркетингової діяльності, задоволення запитів цільових покупців на більш високому рівні порівняно з конкурентами.

Виходячи з функцій менеджменту, управління маркетингом повинно бути сукупністю робіт з прогнозування, планування, організації і координації, регулювання, контролю, аналізу й оцінки поведінки фірми в ринкових умовах щодо таких його складових:

- позиція фірми на ринку;
- товарний асортимент;
- ціноутворення;
- розподіл продукції (послуг);
- персональний продаж;
- комунікації (реклама, зв'язки з громадськістю тощо).

Малі підприємства мають серйозні труднощі у своїй діяльності: малий обсяг первинного капіталу, фінансове забезпечення, невисокий рівень професійного менеджменту, відносно високий ризик на першому етапі життєвого циклу підприємства, невпевненість у партнерах при укладанні контрактів, труднощі залучення висококваліфікованих кадрів, високий рівень зайнятості керівника малого підприємства.

Управління маркетингом реалізується менеджерами вищої ланки за підтримки відповідних підрозділів фірми. Але якщо процес ухвалення рішень не цілком визначений і схильний до дії випадкових подій, реалізує його той, хто краще підготовлений, знає й уміє використовувати технології управління маркетингом.

Як показали дослідження, тільки половина фірм переглядає і коректує свої маркетингові плани протягом року. Проте насправді процес ухвалення фірмою маркетингових рішень є безперервним.

Темпи змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі, висувають великі вимоги до маркетолога і керівника малого підприємства. Вони повинні:

- змоделювати ситуацію;
- виявити необхідні зміни;
- уміти розробити стратегію цих змін;
- використовувати надійні методи у процесі змін;
- уміти втілювати стратегію в життя.

На базі Управління з підприємництва і регуляторної політики Облдержадміністрації Дніпропетровської області і Дніпропетровської державної фінансової академії було проведено дослідження методом «фокус-груп» проблем малого бізнесу у Дніпропетровській області.

Метою справжнього дослідження було виявлення основних «бар'єрів» ведення підприємницької діяльності, вивчення механізмів внутрішньої організації малих підприємств Дніпропетровської області, зокрема проблем маркетингу, менеджменту, підбору персоналу, підвищення кваліфікації персоналу, вирішення міжособистісних конфліктів з погляду самих суб'єктів малого бізнесу.

Респондентам задавався блок питань, що стосуються менеджменту і маркетингової діяльності підприємства. Судячи з відповідей респондентів, на малих підприємствах, де працюють не більше 10 чоловік, проблемами підбору персоналу займається найчастіше сам директор або його заступник, або компаньйони. Тримати маркетолога таким компаніям не вигідно матеріально, оскільки, як відзначали опитувані, у таких компаніях кожен працівник повинен бути універсальним майстром, уміти виконувати багато видів діяльності: «На малих підприємствах потрібні майстри-фахівці: одна людина повинна бути, наприклад, і бухгалтером, і юристом, і секретарем».

Респонденти нічого не змогли повідомити про стратегію маркетингової діяльності, її застосування на підприємстві. Найімовірніше, це дійсно стосується вузьких фахівців-маркетологів, а дозволити мати їх можуть собі лише підприємства з великою кількістю персоналу, обороту.

У процесі проведення фокус-групи було виявлено таке:

1. Поєднання функцій маркетолога і керівника в одній особі.
2. Недостатня підготовка керівників у сфері маркетингу.
3. Керівник - маркетолог має бути креативною людиною, яка прагне до інновацій.
4. Як відзначено членами фокус-групи, необхідною умовою ефективної роботи малого підприємства є підвищення кваліфікації співробітників й участь у семінарах та тренінгах.

Рекомендації суб'єктам малого бізнесу:

1. Обов'язково проводьте маркетингове дослідження ринку перед здійсненням якого-небудь бізнесу.
2. Не просувайте на ринок неякісну продукцію. Імідж фірми можна швидко зіпсувати.
3. Розробіть комплекс маркетингу, що включає товарну, цінову, комунікаційну політику, а також політику розподілу.
4. Переорієнтуйте діяльність з концепції збуту на концепцію сучасного маркетингу.
5. Створіть власну базу даних і маркетингові інформаційні системи з активним використанням засобів глобальної мережі Інтернет і залученням регіональних центрів маркетингових досліджень. Інформацію про

потенційних партнерів знаходять у пошукових системах або на спеціалізованих сайтах, покликаних допомогти бізнесменам різних країн знайти один одного. Проте слід урахувати особливості національного бізнесу передбачуваних партнерів. Китайці, наприклад, надзвичайно обережні у спілкуванні, не завжди охоче йдуть на контакт, спілкуючись за допомогою електронної пошти. Усього 10% випадків надсилають відповіді з оптовими цінами. Італійці не люблять торгувати з російськими компаніями безпосередньо, вважаючи за краще працювати через своїх агентів. Німці традиційно надзвичайно пунктуальні та ретельні.

6. Дуже часто плідно співпрацювати можна не тільки з крупними виробниками, але і з дрібними. У дрібних виробників устаткування дешевше, а якість частіша за все не гірша, ніж у крупних постачальників. Вам не відмовлять, якщо попросите прислати прайс-листи і каталоги з описом продукції.

7. Складіть рекламний бюджет для реалізації продуманої рекламної компанії.

8. Прагніть використовувати не тільки рекламу на ТБ, радіо, у пресі. Пам'ятайте про те, що є пряма поштова розсилка, індивідуальний продаж, реклама на транспорті, у метро тощо.

9. Беріть участь в ярмарках і виставках, організовуйте демонстрації товарів у місцях продажу.

10. Ураховуйте ризики під час транспортування товарів.

11. Використовуйте технологію «таємні покупці», щоб оцінити свій персонал реально і виправити помилки.

Розглядаючи маркетинг як сукупність принципів, засобів і способів дії в умовах конкуренції, слід враховувати, що життєстійкість організації залежить від її здібності до швидкого навчання й адаптації. На практиці це означає, що плани можуть змінюватися у процесі їх реалізації. Але такі зміни мають бути ретельно продумані й обґрунтовані. Поспішна переробка планів руйнує здатність організації послідовно реалізувати яку б то не було стратегію. Проблема полягає в тому, як ефективно реалізувати стратегію водночас зберігати чутливість до нових ринкових ситуацій. Процедура ухвалення рішень і планування показує, яким чином ця проблема може бути вирішена: перше – це безпосередня участь керівних працівників МП у процесі ухвалення маркетингових рішень, друге – постійне коректування рішень, планів і програм.

Розглянемо детальніше комплексний підхід до управління маркетингом на прикладі малого бізнесу.

Із понад тисячі показників, які використовуються в сучасному маркетингу, тільки на чотири групи показників впливає мале

підприємство. Ці показники контролюються бізнесом і називаються комплексом маркетингу у складі продукту, ціни, комунікації та збуту. На рис. 3.7 наводиться механізм управління маркетингом на малому підприємстві з комплексним підходом. Об'єктом управління в даній системі є комплекс маркетингу. Суб'єктом управління слугує маркетолог в особі його керівника. Прямий зв'язок в системі включає рекламу, ділову інформацію й управлінські рішення, а зворотний зв'язок представляє результати маркетингових досліджень і звітність бізнесу.

Першою складовою комплексу маркетингу на малому підприємстві є продукт. На рис. 3.8 показано адаптований механізм управління маркетингом товару для малого підприємства. Це узагальнене поняття, що включає ідеї, товари, роботи, послуги. Він характеризується у маркетингу товарною політикою, до складу якої входять: характеристика продукту, його класифікація, стратегія розробки товару, марочність, життєвий цикл товару і конкурентоспроможність продукту.

Розглянемо характеристику продукту на прикладі товару. Процес створення товару включає три рівні. Перший рівень – товар за задумом підприємця або фірми. При цьому визначається, яка основна вигода або послуга від виготовленого виробу, і знаходиться відповідь на питання, що насправді купуватиме споживач; другий рівень – товар у реальному використанні: рівень якості, набір властивостей, дизайн, марочна назва, упаковка; третій рівень – товар з підкріпленням має на увазі собою надання додаткових послуг (гарантії, кредиту, доставки додому, після продажне обслуговування тощо).

Класифікація товарів у маркетингу виділяє товари короткострокового і багатократного призначення, а також послуги. Товари широкого споживання, у свою чергу, поділяються на: повсякденного попиту; попереднього вибору; особливого і пасивного попиту. Указана класифікація дозволяє характеризувати особливості попиту різних товарів. Товарна політика включає важливу складову – стратегії розробки нових товарів, у складі таких етапів: формування і відбір ідей; розробка задуму товару, його стратегії; аналіз можливостей виробництва і збуту; проектування і виготовлення пробної партії товару; випробування його в ринкових умовах і розгортання комерційного виробництва. Новаторство – справа вельми ризикована. Так, вітчизняний досвід показує, що 40% усіх новинок серед товарів широкого споживання, 20% товарів промислового призначення і близько 18% нових послуг є невдалими при появі на ринку. Тому важливо цілеспрямовано зорієнтувати бізнес організаційно, пристосувавши його до роботи з новинками.

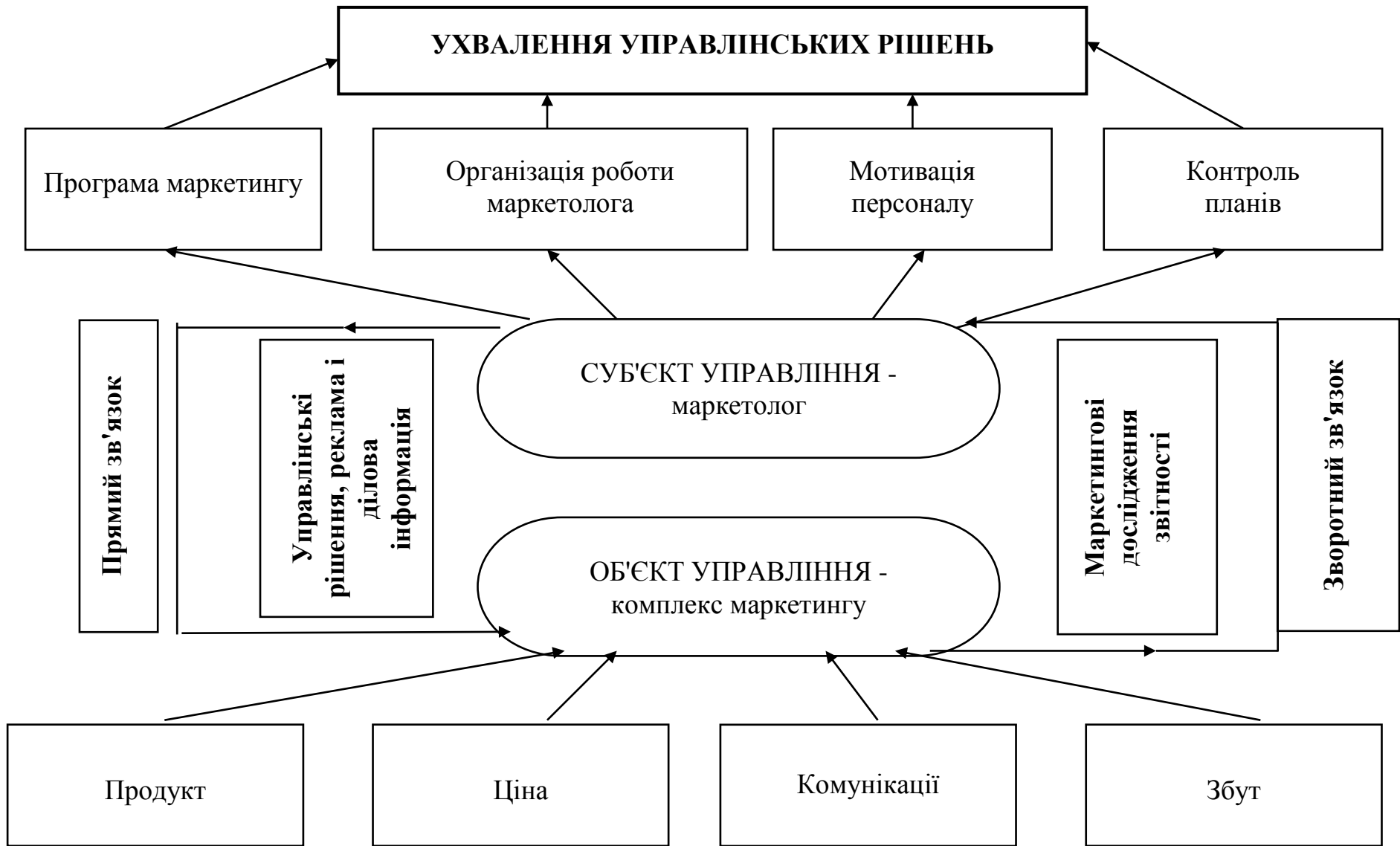


Рис 3.7. Механізм управління маркетингом на малому підприємстві

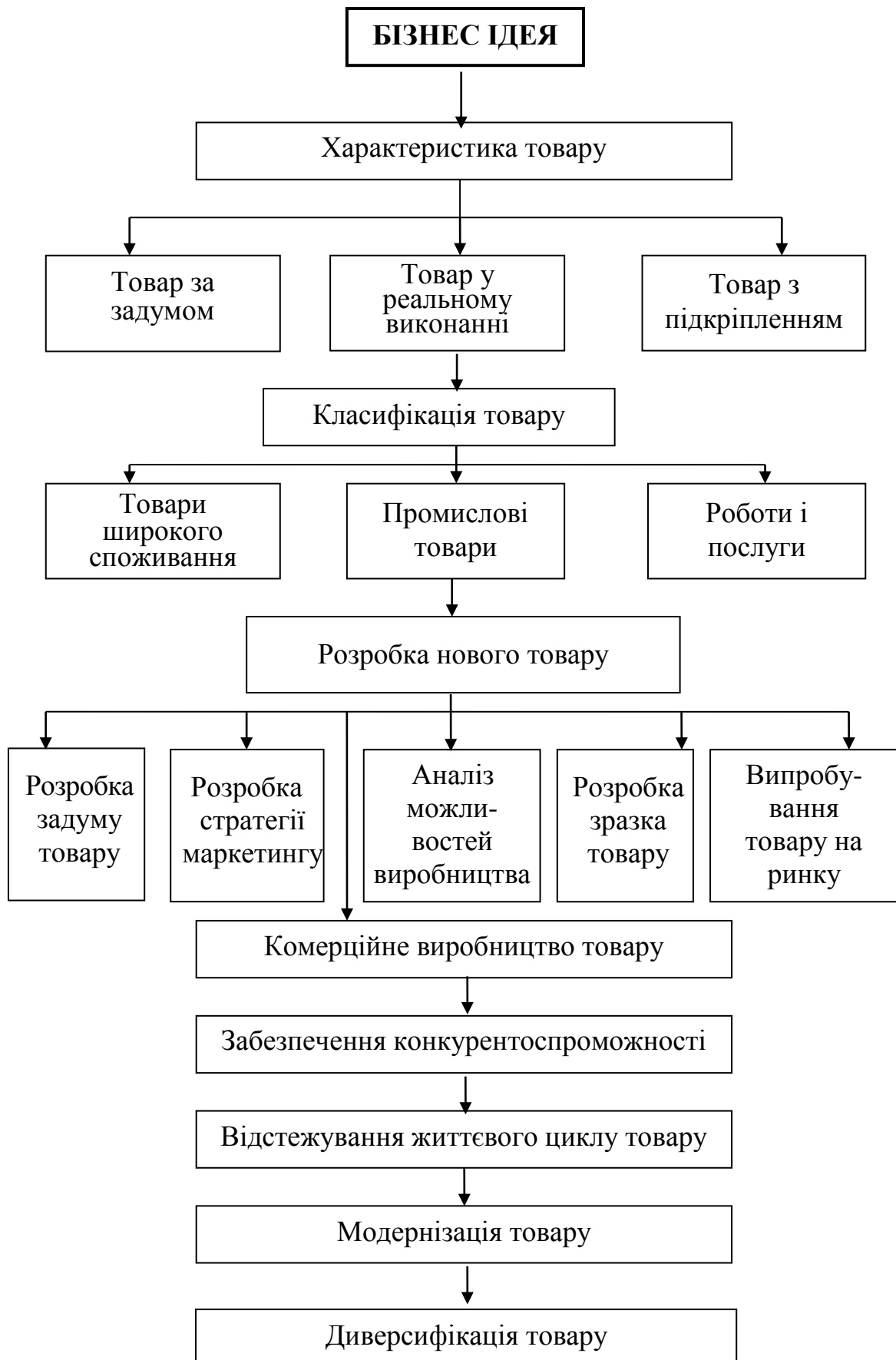


Рис. 3.8. Механізм управління маркетингом товару на малому підприємстві

Марочність сприяє підвищенню попиту на товар. При розробці марочного товару виробник повинен ухвалити рішення про якість і відмінні риси товару, що підтримуватимуть позиції марки на ринку. Марка товару виражається у формі марочної назви, емблеми і товарного знаку, а також чотирьох підходів: індивідуальна марочна назва товару і єдина марочна назва для всіх товарів: колективна марочна назва для товарних сімейств, торгова назва фірми разом з індивідуальною маркою.

Маркетинг в Україні останнім часом приділяє особливу увагу упаковці товарів. Упаковка – створення й виробництво оболонки товару, що включає три рівні: внутрішній, зовнішній і транспортну упаковку. Багато фахівців у сфері ринку називають упаковку п'ятим важливим інструментом маркетингу.

Ще одним елементом товарної політики є представлення сервісу клієнтам у вигляді передпродажного, гарантійного і післягарантійного.

Концепція життєвого циклу товарів (ЖЦТ) виходить з того, що до товарів, як і людей, застосовується поняття життєвого циклу: народження, зростання, зрілість і занепад, який описується графіком в координатах «час-прибуток».

ЖЦТ – це істотний елемент у проведенні товарної політики. Надзвичайно важливо своєчасно визначити на графіку «точку перегину», коли буде потрібно модернізацію товару або зняття його з ринку. Її використання дозволяє бізнесу цілеспрямовано розробляти тактику маркетингу.

Під конкурентоспроможністю розуміється комплекс споживчих і вартісних характеристик товару, що визначають успіх на ринку. Тому конкурентоспроможність товару можна визначити тільки порівнюючи товари конкурентів між собою, відзначаючи їхні сильні і слабкі сторони, чітко прив'язуючи до конкурентного ринку і часу продажу.

Другою складовою комплексу маркетингу є цінова політика, що насамперед залежить від типу ринку: чиста конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, чиста монополія.

На рис. 3.9 показано механізм управління ціноутворенням товару для малого підприємства.

На кожному з ринків бізнесу повинна визначатися методика ціноутворення, що містить основні рішення за базовою ціною: установлення цілей; оцінку попиту на товар; аналіз витрат; вивчення конкурентів; вибір методу ціноутворення і встановлення ціни на товар.

При встановленні цін слід брати до уваги попит на товар. Залежність між ціною і рівнем попиту, що склався в результаті цього, представлено відомою «кривою попиту». Крива показує, яку кількість товару буде продано на ринку за різними цінами, що можуть придбаватися в рамках даного відрізка часу. У звичайній ситуації попит і ціна знаходяться в обернено пропорційній залежності. У цьому випадку попит належить до еластичного типу і широко застосовується на практиці.

Якщо попит визначає мінімальний рівень цін, то витрати визначають максимальний рівень цін. В ухваленні рішень за базовою ціною не можна забувати про конкурентів. Їхні ціни необхідно знати, а їхню політику передбачати. При розрахунку власних цін не можна спиратися на ціни конкурентів, потрібно прагнути залишитися в межах, окреслених попитом і власними витратами.



Рис. 3.9. Механізм управління ціноутворенням товару на малому підприємстві

Розглянемо метод ціноутворення, орієнтований на аналіз беззбитковості і забезпечення цільового прибутку. Це метод важливий як для крупного, так і малого бізнесу України, що забезпечує їх прибутковість. Він заснований на розділенні собівартості товару на постійні і змінні витрати, використовуючи їх, можна за формулою визначити мінімальний обсяг продажу в точці беззбитковості (V_{\min}), тобто в рівноважному стані.

$$V_{\min} = \frac{S_c}{P - S_v}$$

де: S_c – сума постійних витрат за певний період;

P – ціна товару за одиницю;

S_v – питомі змінні витрати на одиницю.

Потім слід відповісти на питання: яким повинен бути додатковий обсяг продажу, щоб отримати заданий цільовий прибуток для малого підприємства, якщо на ринку склалася певна ціна. Таким чином, визначається точка беззбиткової, додатковий обсяг продажу і цільовий прибуток.

Методи встановлення остаточної ціни товару на підприємстві різноманітні й їх застосування залежить від умов ринку і можливостей підприємства: ціноутворення в рамках товарної номенклатури за географічним принципом, установа цінь зі знижками, заліками тощо.

Третьою складовою комплексу маркетингу є розподільча політика, завданням якої є оптимальне формування збутової системи підприємства. На рис. 3.10 відбито процес управління збутом на малому підприємстві.

Головні цілі підприємства в даній політиці: частка продажу і ринку; ступінь розподілу товару на ринку, витрати на збут й імідж каналів збуту. Існує декілька етапів визначення каналів збуту підприємства: визначення стратегії збуту; уточнення альтернативних каналів; оцінка каналів і вибір партнера. Важливо для підприємства ухвалити рішення про вибір виду збуту: інтенсивного, селективного або виняткового.

Інтенсивний збут – означає бажання проникнути в найбільшу кількість каналів збуту (наприклад, збут товарів повсякденного попиту). Вибираючи інтенсивний тип збуту товару, виробник хоче, щоб його товар був якомога доступніший для покупця. Цей тип збуту вибирається тоді, коли покупці мало цінують продукти, не хочуть витратити великі засоби на його придбання.

Селективний збут – використовується тоді, коли продукт має особливі якості, що вимагають володіння продавцем технічних можливостей для поводження з продуктом або ж спеціальної кваліфікації для надання послуг.

Винятковий збут – означає, що продукт продається в одному або декількох місцях кожного географічно обмеженого ринку (міста, населеного пункту). Ця форма збуту застосовується для виробів високої якості, що являють собою велику цінність для покупця. При покупці таких товарів покупець згоден витратити великі засоби на його придбання.

Для вирішення завдань малого підприємства, пов'язаних із збутом застосовуються такі методи: інструментальний, шаблонний, програмний і формалізований.

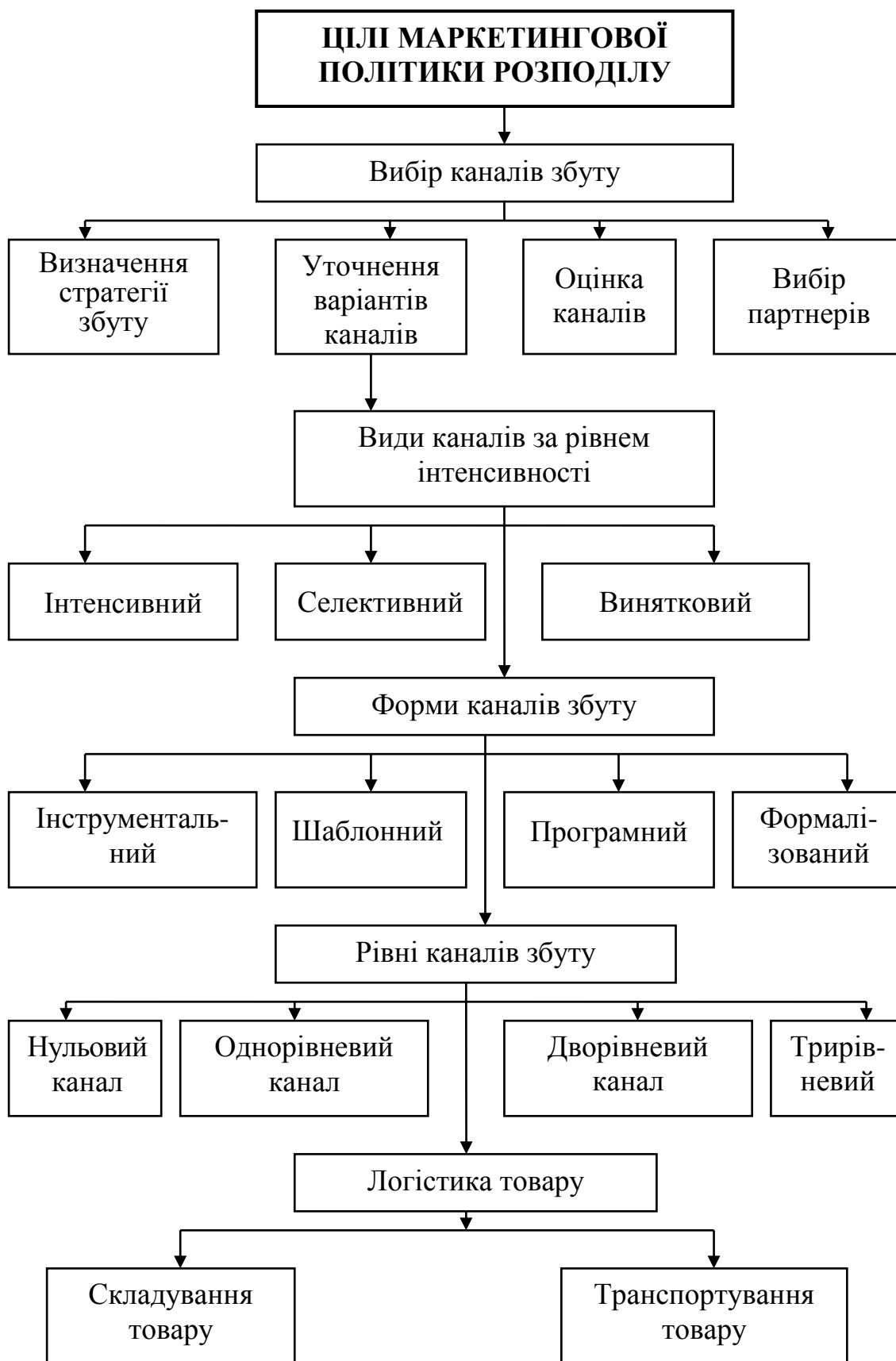


Рис. 3.10. Механізм управління збутом на малому підприємстві

Для керівника важливо визначитися з рівнем каналу збуту, на якому діятиме підприємство залежно від виду товару і ринкових можливостей: нульовий канал, одне, два або трирівневий, а також у системі горизонтальних або вертикальних каналів. Існують канали з великою кількістю рівнів, але вони зустрічаються рідше. З погляду виробників, чим більше рівнів має канал розподілу, тим менше можливостей контролювати його.

Важливе місце в системі збуту займає логістика (транспортування і зберігання товару). Значення цих функцій постійно збільшується по мірі того, як зростає відстань між виробником і споживачем. Це пов'язано з централізацією виробництва і збільшенням об'ємів торгівлі. Розглядаючи функцію транспортування необхідно відзначити, що при відвантаженні товарів на склад або споживачеві, менеджер має можливість вибору з таких основних видів транспорту, як залізничний, автомобільний, водний, повітряний і трубопровідний.

Вибираючи засіб доставки конкретного товару, відправники враховують шість чинників: швидкість, частоту відправок, надійність, перевізну здатність, доступність і вартість.

Кожному виробничому бізнесу доводиться зберігати товар до моменту його продажу. Одному з найважливіших завдань підвищення ефективності змісту складських запасів, що стоять перед підприємством, є визначення оптимального розміру складського запасу щодо конкретного виду товару. Ухвалюючи рішення про величину складських запасів потрібно насамперед визначити, яка повинна бути швидкість реалізації. При цьому необхідно враховувати, що середній запас товару повинен реалізовуватися найбільшу кількість разів у перебігу певного періоду.

Вирішення питання використання власного або найманого транспорту залежить насамперед від того, чи є можливість найму транспортного засобу, а лише потім пов'язаних із цим витрат. Необхідно враховувати, чи має у своєму розпорядженні підприємство засоби для змісту власного транспортного парку. Деякі фірми надають особливого значення рекламі на кузові власних автомобілів, що часто є вирішальним чинником щодо його використання.

Четвертою складовою комплексу маркетингу на малому підприємстві є політика комунікацій, що включає рекламну діяльність бізнесу, методи стимулювання продажу та роботу з громадськістю з метою збільшення попиту. Механізм управління рекламною діяльністю на малому підприємстві наведено на рис. 3.11.

Рекламна діяльність є систематичною дією, на думку і поведінку споживачів, шляхом передачі відомостей про товари засобами масової інформації і поділяється на дві складові частини: рекламу іміджу і рекламу продажу. Необхідно по кожній рекламній компанії визначати економічний ефект.

Реклама слугує рушійною силою бізнесу. До рекламної діяльності належить: визначення рекламного бюджету, підготовка звернення

(реклами в газету, радіо, телебачення, Інтернет тощо); складання і розрахунок графіка рекламної компанії, а також визначення ефективності реклами. При визначенні рекламного бюджету слід виходити з цілей реклами. Проте на практиці більшість підприємств орієнтуються на поточний або очікуваний оборот. За цих умов певний відсоток від обороту близько 2% приймаємо як орієнтовну величину.

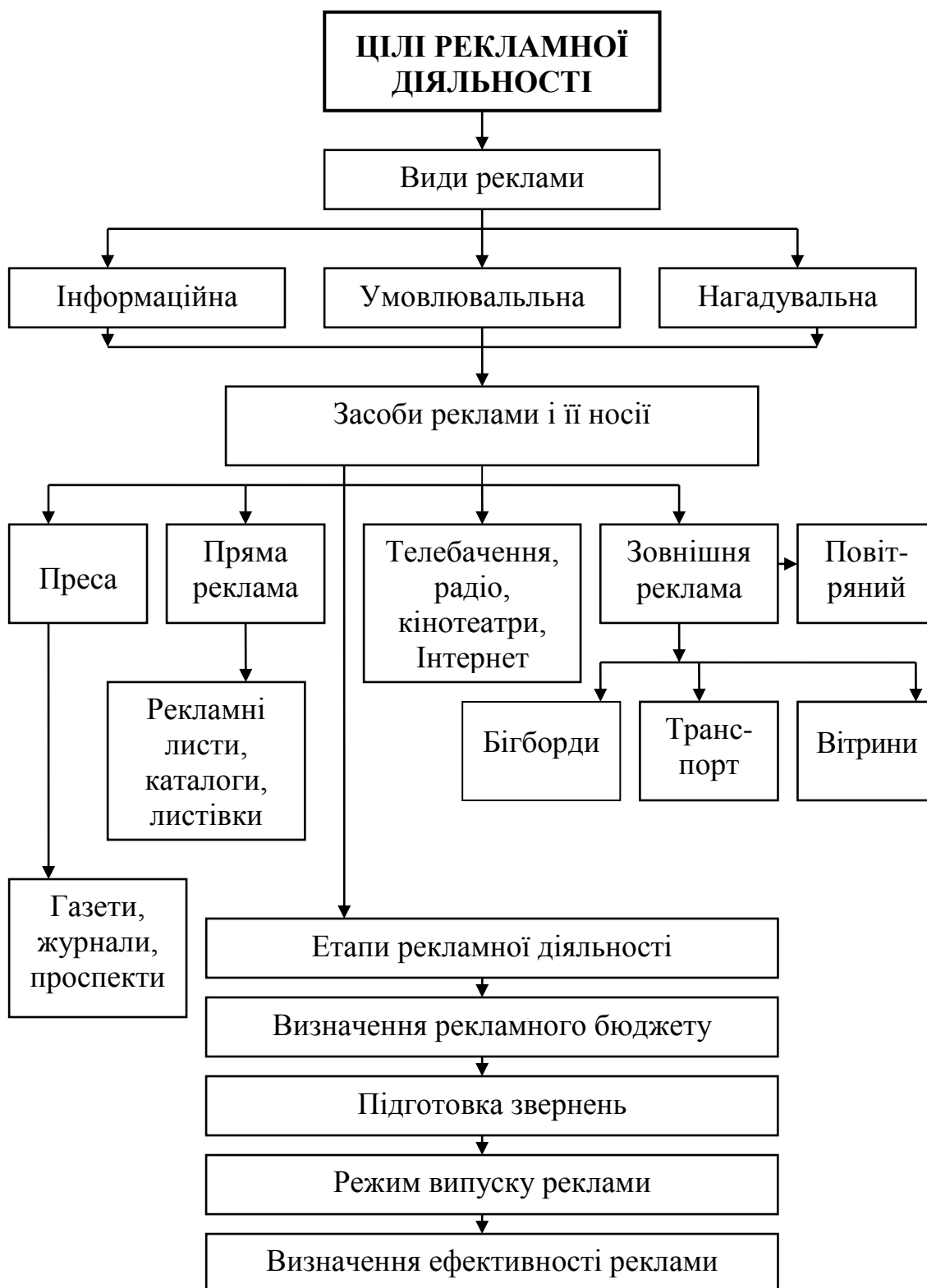


Рис. 3.11. Механізм управління рекламною діяльністю на малому підприємстві

Форми стимулювання продажу на підприємстві повинні бути найрізноманітнішими: розповсюдження зразків, премії за покупку, залікові талони, конкурси, лотереї, ігри, виставки й ярмарки, дисконтні карти.

У рамках стимулювання продажу сьогодні малий бізнес використовує такий інструмент як прямий маркетинг, оскільки він відіграє все більш важливу роль у комунікаційній політиці. Базова ідея прямого маркетингу, щодо нового вигляду, полягає в тому, щоб якомога більш цілеспрямовано, безпосередньо, особисто й систематично звертатися до потенційних і фактичних споживачів. Основою прямого маркетингу є електронна обробка даних та адресний банк даних. Правильна адреса клієнта слугує ключем до прямого, особистого звернення. Ядром сучасного прямого маркетингу є індивідуалізована, цілеспрямовано розпорошена рекламна розсилка, а раціональна робота з великим обсягом інформації неможлива без застосування комп'ютерів. До розсилки включають такі матеріали: рекламні листи, проспекти, каталоги, подарунки, преїскуранти. Листи добре оформлені, створюють враження, що воно виготовлені тільки особисто для конкретного одержувача, крім того, припускають можливість відповіді у вигляді листа, поштової картки або бланка замовлення. Указані вище заходи дозволяють додатково залучити потенційних покупців до придбання товарів.

Розглянуті складові комплексу маркетингу вимагають від керівників малих підприємств ухвалення раціональних управлінських рішень з подальшим контролем їх виконання. Для цілеспрямованого управління маркетингом на малому підприємстві розробляється конкретна програма маркетингу, створюється ринкова структура управління і здійснюється стимулювання праці персоналу. Завдяки поєднанню системного і функціонального підходів забезпечується комплексне ефективне управління маркетингом на малому підприємстві.

Магічної формули, що б гарантувала ефективну реалізацію всіх планів маркетингу, не існує. Для вирішення цього завдання потрібні і хороші управлінські навички, й ефективні практичні методи управління. Керівникам підприємств малого бізнесу необхідно застосовувати на практиці сучасну концепцію управління. Для цілеспрямованого й ефективного управління комплексом маркетингу на малому підприємстві доцільно використовувати комплексний підхід.

3.6. Ризик-менеджмент малих підприємств

3.6.1. Сутність і методи виміру ризиків у малому бізнесі.

Проведені у країні економічні реформи, процес формування і розвитку підприємництва викликали необхідність дослідження цілого ряду питань, яким раніше не приділялося достатньої уваги. До їхнього числа

відносяться питання теорії і практики управління господарським ризиком у малому бізнесі, тобто – ризик-менеджменту.

Недостатня підтримка з боку держави малого підприємництва, ламання раніше сформованого господарського механізму об'єктивно підвищили стохастичність умов виробництва і мінливість всього економічного середовища. Малий бізнес виявився один на один зі стихією ринку, а всі ризики ведення малого бізнесу стали природним атрибутом його господарської діяльності. Ризик став неминучим фактором, який необхідно враховувати при прийнятті управлінських рішень.

У зв'язку з цим, істотно зростає роль ризик-менеджменту на основі дослідження факторів і джерел виникнення та оцінки величини ризику, пошуку альтернативних варіантів розвитку підприємницьких структур.

Утворення і функціонування підприємницьких структур проходить в умовах усеосяжного ризику. При цьому в економічній літературі, незважаючи на велику наявність теоретичних розробок в історії розвитку економічної думки з проблем ризику, донині немає загально визначених визначень економічних категорій ризику і господарського ризику.

Перші наукові дослідження бізнесового ризику, з'явилися в 40-і роки минулого століття. Ці праці тісно перепліталися й переважно у своїй більшості впливали з фундаментальних досліджень, пов'язаних із системним аналізом, теорією управління, теорією прийняття рішень, теорією дослідження операцій, теорією ігор тощо. У їхньому визначенні категорія ризику має такі характерні риси: ризик безпосередньо пов'язують із прийняттям рішень; вибір рішень носить ймовірний характер; ймовірність кожного альтернативного рішення певна; ризик пов'язують з можливістю понести втрати чи збитки. Під ризиком розуміється вибір альтернативних рішень, що мають визначену ймовірність одержання можливих результатів.

Господарський ризик притаманний усім формам господарювання і виявляється в різних економічних системах. Проте він найбільш характерний для підприємницької діяльності.

Підприємницьку діяльність у нашій країні приходиться здійснювати в умовах наростаючої невизначеності ситуацій і мінливості економічного середовища, що стало однією з найбільш визначальних рис сучасного рівня розвитку ринкових відносин. Звідси зростає зв'язок підприємництва з ризиком, що обумовлюється також і самою сутністю даного способу ведення господарської діяльності. З одного боку, підприємницька діяльність, як нетрадиційна й інноваційна, має досить високий ступінь невизначеності і непередбачуваності результатів. З іншого ж боку, тією ж мірою існує непередбачене і невизначене поведіння конкурентів і споживачів.

Аналіз ризику, як внутрішньої складової підприємця, приводить до більш глибокого розуміння сутності й економічного змісту господарського ризику як економічної категорії. Накопичені в науці дослідження з ризику дозволяють створити концепцію господарського ризику як феномена

сучасної економіки, основними рисами якої є вільне підприємництво й інноваційний тип розширеного відтворення. Оволодіння господарським ризиком, створення можливостей керування ним, сприяють створенню потенційно ефективних економічних систем, що гарантує їхнє стійке функціонування.

Дослідження економічної сутності і змісту господарського ризику дозволили дати таке визначення даної економічної категорії. Господарський ризик – це спосіб ведення господарства в умовах ризику і невизначеності, заснований на вільному підприємстві, що створює необхідність і можливість запобігання несприятливого впливу на процеси відтворення та його результати випадкових факторів і стохастичних ситуацій з метою одержання стійкого доходу й мінімізації суми можливих утрат.

Під ризик-менеджментом розуміється управління процесами виявлення рівня невизначеності в очікуваному результаті, мінімізації наслідків несприятливого впливу на результати підприємницької діяльності випадкових факторів і збільшення шансів на підвищення ефективності виробництва на основі оцінки ризику і прийнятті отриманих стратегічних і тактичних рішень.

Для ефективного управління господарським ризиком необхідно чітко розрізняти основні види ризику і класифікувати чинники, які його зумовлюють.

За джерелами господарського ризику прийнято виділяти виробничий, фінансовий, ринковий, правовий ризики, ризик старіння, ризик від стихійних лих, людський фактор ризику. За часом виникнення ризику є минулими, поточними і майбутніми; за сферою дії – внутрішніми і зовнішніми; за об'єктивністю прояву – об'єктивними і суб'єктивними. По мірі регулювання ступеня ризику варто розрізняти ризики керовані і некеровані.

Дана класифікація господарського ризику дозволяє спростити його якісний аналіз, визначити фактори, що впливають, та потенційні сфери виникнення, визначити всі основні ризики і вибрати стратегію управління ними.

Управління господарським ризиком повинне здійснюватися в кілька етапів, головними з яких є: аналіз ризику; контроль ризику; фінансування ризику.

Якісний аналіз ризиків являє собою виявлення всіх можливих ризиків, його головне завдання – визначити фактори ризику, етапи роботи, при виконанні яких він виникає. Якісна оцінка пов'язана з впливом прийнятих рішень на економічні інтереси, з тимчасовими факторами, з регулюванням економічних відносин на різних рівнях народного господарства.

Кількісний аналіз ризику – це чисельне визначення розміру конкретних видів ризику як за відмежованістю, так і в сукупності. В основі кількісної оцінки будь-якого ризику лежить залежність між визначеними розмірами втрат і ймовірністю їхнього виникнення..

Прийнято виділяти кілька варіантів стратегії підприємця, пов'язаних із прийняттям управлінських рішень в умовах ризику.

Перший варіант – запобігання ризику. Фактично це припускає стагнацію підприємницької діяльності, тому що в цьому випадку підприємець не має можливості одержати додатковий дохід, що є його ціллю.

Другий варіант – прийняття ризику. Ця стратегія припускає, що підприємець свідомо йде на ризик і діє доти, поки збитки від наслідків ризиків, що настали, не призведуть до непоправних утрат.

Третій варіант – управління ризиком, тобто його виявлення й оцінка, а також розробка і впровадження превентивних заходів для мінімізації втрат одержання додаткового доходу. Якісне управління ризиком підвищує шанси підприємця домогтися успіху в довгостроковій перспективі, значно зменшує небезпеку погіршення його фінансового положення.

На етапі фінансування ризику розробляється система заходів, яка дозволяє покрити значною мірою фінансовий збиток від ризиків, які за своїми наслідками неприпустимі для підприємця чи не контролюються ним. Головна мета фінансування ризику полягає в розподілі його вартості за часом так, щоб пом'якшити фінансовий тиск, під яким виявиться підприємець у випадку зазнання серйозних збитків. Як можливі варіанти фінансування ризику варто розглядати створення резервних фондів, застосування різних способів передачі ризику тощо.

В умовах ринкової економіки ризик – неминучий елемент підприємництва, тому що його неодмінною умовою є воля пошуку і вибору способів економічних дій при їхній розмаїтості. Тому підприємницька діяльність пов'язана в переважній більшості випадків зі значною невизначеністю і ризиком, особливо до нестійкості чуттєва сфера малого бізнесу.

Невизначеність – це ситуація, при якій цілком чи частково відсутня інформація про ймовірні майбутні події. Невизначеність – це те, що не піддається оцінці. Вона найчастіше пов'язана з несподіванкою, непевністю, припущеннями.

Для підприємця ризик – це ймовірність утрат, чи збитків недоотримання доходів порівняно з первісними розрахунками. Тобто, на відміну від невизначеності, ймовірність певною мірою може бути передбачуваною.

Ризик – це визначена будь-яким способом ймовірність кожного з можливих небажаних подій. Щоб кількісно вимірити ризик, треба знати всі можливі наслідки якої-небудь окремої дії й ймовірність самих наслідків. З даної проблеми маємо ряд останніх публікацій [9,12,47,50,52]. На основі публікації В.М. Гранатурова можна виділити кілька модифікацій ризику:

- суб'єкт, що робить вибір з декількох альтернатив, має в розпорядженні об'єктивні ймовірності одержання передбачуваного результату, що ґрунтуються, наприклад, на обробці статистичних даних;

- імовірності настання очікуваного результату можуть бути отримані тільки на основі суб'єктивних оцінок, тобто суб'єкт має справу із суб'єктивними ймовірностями (до них відносяться насамперед експертні оцінки, за яким ймовірність настання ризику може бути визначена відповідними економіко-математичними методами);

- суб'єкт у процесі вибору й реалізації альтернативи володіє як об'єктивними, так і суб'єктивними ймовірностями.

В умовах політичної й економічної нестійкості, а також нестабільного законодавчого і нормативного забезпечення підприємницької діяльності, ступінь ризику значно зростає. Прагнучи зменшити ризиковану ситуацію, підприємець робить вибір і прагне реалізувати його. Цей процес робить ризик передбачуваним, а невдачу більш прогнозованою.

У явищі ризику виділяють такі основні елементи, взаємозв'язок яких і складає його сутність:

- можливість відхилення від передбачуваної мети, заради якої здійснювалася обрана альтернатива;

- імовірність досягнення бажаного результату;

- відсутність упевненості стосовно досягнення поставленої мети;

- можливість матеріальних, моральних й інших утрат, пов'язаних зі здійсненням обраної в умовах невизначеності альтернативи [47, с. 28].

У роботі за редакцією Б.І. Чайкіна і В.Ж. Дубровського зазначено, що малі підприємства мають серйозні труднощі у своїй діяльності: малий обсяг первісного капіталу, фінансове забезпечення, невисокий рівень професійного менеджменту, відносно високий ризик на першому етапі життєвого циклу підприємства, непевність у партнерах при складанні контрактів, труднощі залучення висококваліфікованих кадрів, високий рівень зайнятості керівника малого підприємства [50, с.5].

У роботі В.В. Витлинського і Г.І. Великоіваненко сформульовано поняття ризику щодо економіки і підприємництва. Автори вважають, що ризик – це економічна категорія, яка відображає особливості сприяння заінтересованими суб'єктами економічних відносин об'єктивно наявних невизначеностей і конфліктності, іманентних процесів досягнення мети, управління, прийняття рішень, оцінювання, що обтяжує можливі погрози і не використання можливостей [9, с. 171].

Розглянемо основні методи виміру ризиків в умовах невизначеності. Ризик пов'язаний з вибором визначених альтернатив, розрахунком ймовірностей їхнього результату – у цьому його суб'єктивна сторона. Крім цього, він виявляється й у тому, що люди неоднаково сприймають економічний ризик у зв'язку з розходженнями психологічних, моральних, ідеологічних орієнтацій, принципів, установок тощо.

Людина, яка зробила вибір та здійснює певні дії, може вважати їх ризикованими, а інші люди можуть розцінювати ці дії, як обережні і позбавлені всякого ризику.

Однак ризик має й об'єктивну сторону. Об'єктивне існування ризику обумовлює ймовірна сутність багатьох природних, соціальних і

технологічних процесів, багатоваріантність господарських відносин, в які вступають суб'єкти підприємництва. Об'єктивність ризику виявляється в тому, що це поняття відбиває реально наявні в житті явища, процеси, сторони діяльності. Причому ризик існує незалежно від того, чи усвідомлюють його наявність чи ні, ураховують чи ігнорують ним.

Суб'єктивно-об'єктивна природа ризику визначається тим, що він породжується процесами, як суб'єктивного характеру, так і такими, існування яких, у кінцевому підсумку, не залежить від волі і свідомості людини.

Насамперед це невизначеність зовнішнього середовища, яка містить у собі об'єктивні економічні, соціальні і політичні умови, у рамках яких здійснюється підприємницька діяльність і до динаміки яких вона змушена пристосовуватися. Це можливі зрушення в суспільних потребах і споживчому попиті, поява технічних і технологічних нововведень, зміна політичної обстановки, що впливає на підприємницьку діяльність, непередбачені природні явища тощо. Великий вплив на кінцеві результати підприємницької діяльності робить невизначеність економічної кон'юнктури, що впливає з мінливості попиту-пропозиції на товари, гроші, фактори виробництва, з багатоваріантності сфер застосування капіталів і розмаїтості критеріїв переваги інвестування коштів, через недостатню інформацію, з обмеженості знань про сферу бізнесу і комерції та багатьох інших обставин, уключаючи наявність кримінальних і корумпованих структур, у т.ч. в управлінському апараті державної виконавчої влади, а також на різних рівнях в органах правопорядку.

Відповідно до сфер підприємницької діяльності звичайно виділяють: виробничий, комерційний, фінансовий ризик, а також ризик страхування. Розглянемо деякі з них.

Виробничий ризик пов'язаний з невиконанням підприємством зобов'язань за виробництва продукції (робіт, послуг). Серед найбільш важливих причин – низька дисципліна постачань, зростання матеріальних й енергетичних витрат через ціни на сировину й енергоносії, несприятливий вплив кон'юнктури ринку, неадекватне використання нової техніки й технології, втрати майна МП та ін.

Цей вид ризику найбільш чуттєвий до зміни намічених обсягів виробництва й обсягів реалізації продукції, рівня її якості.

Причиною невиконання господарських договорів нерідко є неплатоспроможність партнерів. Несприятливий вплив кон'юнктури ринку найчастіше пов'язаний з неправильним вибором ринків збуту, неточною інформацією про конкурентів, їхньою несумлінністю і використанням ними недозволених методів.

Комерційний ризик виникає у процесі реалізації товарів і послуг, виготовлених чи закуплених підприємцем. Основні причини комерційного ризику: підвищення закупівельної ціни товарів, втрати товару у процесі обороту, підвищення витрат обороту, зміна валютних курсів тощо.

Підприємницький ризик – небезпека виникнення непередбачених проектним задумом матеріальних і фінансових утрат, збитків у процесі проведення підприємницької діяльності, здійснення угод. Кількісно підприємницький ризик оцінюється ймовірністю визначеної величини чи визначеного рівня збитку, прогнозованого на основі розрахунку, експертних оцінок, накопиченого досвіду. Оцінка підприємницького ризику повинна обов'язково передувати рішенню про доцільність даного виду підприємництва.

Фінансовий ризик пов'язаний з можливістю невиконання фірмою своїх фінансових зобов'язань. Основними причинами фінансового ризику є: знецінювання інвестиційно-фінансового портфеля, унаслідок зміни валютних курсів; низька платоспроможність; нездійснення платежів і поява внаслідок цього дебіторської і кредиторської заборгованостей; незадовільне використання оборотних фондів, банківських кредитів; невиконання зобов'язань з виплати боргу та ін.

Для того, щоб у підприємця була впевненість щодо виконання своїх фінансових зобов'язань, необхідно переконатися у фінансовій стійкості МП.

Характеристика фінансової стійкості проводиться за допомогою показників, що характеризують фінансову незалежність, концентрацію залученого капіталу, реальну вартість основних засобів у майні, мобільність власних оборотних коштів.

Нестачу власних оборотних коштів відчуває більшість малих підприємств, тому вони прагнуть мати у своєму обороті позикові кошти. Тут ризикує і кредитор (чи повернуться вчасно суми кредитів) і підприємець (при невиконанні зобов'язань доведеться нести відповідну майнову відповідальність).

Насамперед МП повинне мати достатній рівень платоспроможності. Для його оцінки існують традиційні показники – коефіцієнти платоспроможності: коефіцієнт абсолютної ліквідності, проміжний коефіцієнт покриття і загальний коефіцієнт покриття. Кожен з них розраховується розподілом окремих елементів чи всієї суми оборотних активів МП на величину його короткострокової заборгованості.

У кінцевому підсумку ставиться завдання – довідатися, у скільки разів всі оборотні активи перевищують короткострокові борги підприємства. Цей показник повинен перевищувати 1, тому що передбачається, що після сплати боргів у МП повинні залишитися оборотні активи в розмірах, необхідних для продовження безперебійної діяльності.

Для забезпечення стійкої платоспроможності слід дотримуватися ряду умов:

- не допускати надлишків матеріальних запасів у структурі оборотних коштів, а якщо вони є, то чи достатньо вони ліквідні, тобто можуть бути реально продані і перетворені в гроші;

- оцінити наявність безнадійної дебіторської заборгованості, установити причини її виникнення, знайти джерело покриття цих утрат.

Оцінка платоспроможності вимагає ретельного аналізу структури і складу оборотних активів на кожному підприємстві. Рівень традиційного загального коефіцієнта покриття, що складається на основі балансових даних, ще не характеризує платоспроможність підприємства, тому що той самий рівень коефіцієнта може бути достатнім для одного підприємства і недостатнім для іншого, з іншою структурою оборотних активів.

Фінансовий ризик істотно пов'язаний із **системою оподаткування**: поява нових податків; зміна величини податкових ставок; уведення додаткових платежів (непряме оподаткування); ліквідація чи скорочення податкових пільг; зміна умов сплати податків тощо.

Як показала практика, держава зацікавлена у встановленні таких ставок оподаткування, які б:

- з одного боку, не перешкождали розвитку підприємництва;
- з іншого боку, забезпечували максимальне надходження коштів до бюджету.

Господарський ризик – ризик у комерційній та виробничій діяльності в ситуації невизначеності через недолік інформації, що не гарантує в таких умовах повного й однозначного досягнення позитивного результату; невід'ємний компонент ринкової економіки. Підприємець в умовах господарського ризику мусить вибирати з набору можливих альтернативних варіантів, бажаний для себе, оцінюючи його з позицій прийняттого виправданого рівня ризику. Кількісна оцінка рівня господарського ризику – обов'язковий елемент техніко-економічного обґрунтування будь-якого проекту, ідеї. Доповнена якісними оцінками кількісна величина господарського ризику дозволяє дати інтегральну оцінку наслідкам реалізації конкретного підприємницького рішення.

Ризик стихійних лих. Не залежить від волі підприємця в результаті настання форс-мажорних обставин. Серед них – ризик стихійного лиха – небезпеки, що можуть виникнути для об'єкта страхування, наприклад, для виробничих будівель, у зв'язку з катастрофічними подіями (стихійними лихами). Згідно зі ст. 79 Конвенції ООН про договори закупівлі-продажу, сторони звільняються від відповідальності за контрактами у випадку настання таких обставин. Відшкодування втрат, викликаних форс-мажорними обставинами, здійснюється, як правило, за допомогою страхових угод у спеціалізованих страхових компаніях.

Щоб уникнути значних утрат, підприємець прагне до оптимального поєднання виграшу і величини ризику. В основі управління ризиком лежить цілеспрямований пошук і організація роботи з його зниження. Очевидно, що підприємці розрізняються своєю готовністю піти на ризик. Деякі не хочуть ризикувати, іншим це подобається, а інші до ризику байдужні (нейтральні). Найбільш розповсюджене відношення до ризику – це несприйняття його. Крім того, люди страхуються від ризикованих ситуацій, тобто укладають договори зі страхування життя, автомобіля, житла, виробничих об'єктів, прагнуть знайти роботу чи створити умови з відносно стабільною заробітною платою.

Підприємець, що страхує свій будинок від пожежі чи автомобіль від ушкодження в результаті дорожньо-транспортного випадку (обидва види власності можуть з'явитися і предметом застави при оформленні кредиту), погоджується з визначеною втратою невеликої суми грошей, (страхового внеску) переважаючи невизначеність.

І навпаки, підприємець, який купує деяку кількість акцій, піддає себе великій імовірності втрати коштів порівняно з невеликою сумою грошей (ціна акцій) і малої імовірності перепродажу акцій з великим вирашем для уникнення обох ризиків. Він вибирає невизначеність з перевагою перед визначеністю. Цей вибір наявний і при рішенні інших економічних питань. Кожною своєю дією підприємець прагне до досягнення не тільки корисного результату, але і досить високого рівня корисності.

Не схильною до ризику вважається та людина, яка при даному очікуваному доході вибирає визначений гарантований результат серед ряду невизначених ризикових результатів.

Ризик для людей, несхильних до нього – серйозний іспит, і вони готові зважитися на нього лише в тому випадку, якщо їм запропонують визначену компенсацію.

Нейтральною до ризику вважається особа, яка при певному очікуваному доході байдужа до вибору між гарантованим і ризикованим результатами.

І, нарешті, схильною до ризику вважається особа, яка при даному очікуваному доході віддає перевагу результату, пов'язану з ризиком.

Свідченням схильності до ризику є те, що багатьом подобається підприємництво, гра на біржі тощо.

Винагородженням за ризик є сума коштів, яку людина, що не схильна до ризику, готова заплатити, щоб уникнути його. Ця величина залежить від тих пов'язаних з ризиком альтернативних варіантів, з якими він зіштовхується.

Узагалі несхильні до ризику люди віддають перевагу ризику, пов'язаному з меншою дисперсією в доходах. Чим більше мінливість, тим більше людина готова заплатити, щоб уникнути ризикованих варіантів.

3.6.2. Діяльність малого підприємства в умовах невизначеності

Незважаючи на ряд прийнятих останнім часом вищими органами державної влади й управління нормативних документів, розвиток малого підприємництва в Україні здійснюється в несприятливому макро- та мікросередовищі, в умовах невизначеності. На розвиток малого і середнього бізнесу негативно впливають фактори загальної макроекономічної динаміки, інфляція, низький рівень платоспроможності населення та ін. Переважна більшість гальмуючих факторів виходить за межі чисто регуляторної політики і мають макроекономічну природу. Самим небезпечним є те, що заходи щодо підтримки малого підприємництва дуже часто входять у суперечність з іншими напрямками

економічної політики держави, зокрема – її бюджетно-податковими, грошово-кредитними, валютними та іншими складовими. Звідси, дієздатна політика стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу в Україні вимагає застосування комплексу взаємопов'язаних заходів і виходить далеко за межі компетенції спеціалізованих державних структур. Одним з визначальних останніх завдань на нинішньому етапі може бути пошук заходів і підготовка пропозицій щодо узгодження потреб усебічного стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу з потребами забезпечення в Україні макроекономічної стабільності і довгострокового збалансованого інноваційно орієнтованого економічного зростання.

Важливим завданням усіх підприємців в умовах невизначеності є зниження ризику.

Основні економічні й організаційні методи зниження ризиків такі:

1. *Диверсифікованість* – метод, спрямований на зниження ризику шляхом розподілу його між декількома ризиковими варіантами використання коштів чи одержання доходу, результати яких безпосередньо не пов'язані. Метод диверсифікованості (розподілу) ризиків шляхом розподілу інвестицій на різні проекти. Цей метод застосовується при наявності декількох, приблизно з однаковим ступенем надійності, об'єктів інвестицій для інвестора. Диверсифікованість може бути в будь-якій сфері діяльності організації.

Диверсифікованість не може цілком усунути ризик, але дозволяє його значно скоротити, тому що підвищення ризику, наприклад, від покупки чи продажу одного виду акцій, перекривається можливим зниженням ризику від відповідних дій з іншим видом акцій.

2. *Об'єднання ризику* – метод, спрямований на зниження ризику шляхом перетворення випадкових збитків у відносно невеликі постійні витрати. Він лежить в основі страхування.

Як уже відзначалося, не схильні до ризику люди готові відмовитися від частини доходу, аби уникнути ризику. У цьому випадку придбання страховки гарантує суб'єкту одержання однакового доходу незалежно від того, понесе він втрати чи ні. Адже доходи при одержанні страховки дорівнюють очікуванім втратам, де цей стабільний дохід дорівнює очікуваному доходу, пов'язаному з ризиком. Для несхильного до ризику підприємця гарантія однакового доходу, незалежно від результату, забезпечує більшу корисність, ніж у випадку, коли рівень доходу залежить від невизначеності результатів.

Очевидно, що гранична корисність, як без утрат, так і при фінансових утратах, однакова для людини, яка набуває страховки, оскільки його добробут залишається колишнім. Але з врахуванням того, що при несхильності до ризику гранична корисність зменшується при збільшенні доходу, то у випадку відсутності страховки вона при збитках вища, ніж при їхній відсутності. Отже, перехід добробуту з одного стану в інший,

який здійснюється за допомогою страхування, повинен підвищити загальну корисність.

Підприємці звичайно оформляють страховку у страхових компаніях, які будують свою діяльність таким чином, щоб сума виплат і витрати на організацію не перевищували величини отриманих внесків. Головна умова ефективності об'єднання ризику при страхуванні полягає в тому, щоб ризики застрахованих осіб були незалежними один від одного.

Таким чином, диверсифікованість являє собою один з варіантів страхування – *самострахування*. Однак в умовах мінливої економіки, соціальних успіхів і законодотримання страхові компанії розглядаються підприємцями нерідко як ризиковий варіант опори.

3. *Розподіл ризику* – це метод, при якому ризик імовірного збитку поділяється між учасниками таким чином, коли можливі втрати кожного відносно невеликі. Розподіл ризику – це зменшення ризику учасника проекту за рахунок його передачі іншим учасникам, звичайно на обговорених умовах. Саме завдяки використанню даного методу фінансово-промислові групи мають можливість фінансування великих проектів і фундаментальних досліджень. Розподіл ризиків між клієнтом і банком відбувається відповідно до принципів цивільного обороту та обов'язків сторін договору.

Метод розподілу ризиків між учасниками проекту, його співвиконавцями, субпідрядниками застосовується при великій потенційній ефективності проекту, очікуванні позитивних зрушень в економіці, але одночасно великої невизначеності поточної і стратегічної ситуації. Використання цього методу малими підприємствами дуже проблематичне.

4. *Одержання повної інформації про можливі варіанти вибору і результати*. Якщо інформація доступна і повна, то підприємці можуть зробити більш точний прогноз можливого розвитку подій і знизити ризик. Наприклад, надзвичайно важливою є інформація про платоспроможність покупця, якому мають намір відвантажити продукцію. Іншими словами, якщо хочеш управляти майбутнім, то володій інформацією.

Як уже було зазначено, більшість людей не схильні до ризику, однак багато хто вкладають заощадження в акції чи інші активи, пов'язані з ризиком. Перш ніж відповісти на запитання, яким чином приймаються ці рішення, слід визначити ряд понять.

Отже, активи – це кошти, що забезпечують грошові доходи їхньому власнику у формі як прямих виплат (прибуток, дивіденди, рента тощо), так і прихованих (збільшення вартості фірми, нерухомості, акцій тощо).

Вони підрозділяються на:

- безризикові – активи, що дають грошові надходження, розміри яких заздалегідь відомі;

- ризикові – активи, дохід за якими частково залежить від випадку.

Прикладом ризикових активів є акції промислових підприємств, банків та інших фінансових структур.

Метою придбання активів є одержання доходу. Щоб визначити, який з них вигідніший, треба зіставити грошові надходження від них з їхньою ціною. Таким чином, прибуток від активу являє собою відношення загального обсягу грошових надходжень від активу до його ціни. Наприклад, облігація, ціна якої складає на даний момент 1000 грн., приносить у даному році 100 грн. надходжень, це означає, що вона приносить 10% прибутку.

Укладаючи свої заощадження в акції, облігації та інші активи, люди розраховують на одержання прибутку, що підвищує рівень інфляції. У цьому випадку, відкладаючи своє споживання, вони зможуть у майбутньому купити більше, ніж у даний момент, витрачаючи весь свій дохід. Отже, прибуток від активів повинен бути визначений в реальному (із виправленням на інфляцію) вираженні. Реальний прибуток від активу являє собою номінальний прибуток за винятком інфляції. Наприклад, якщо рівень інфляції складає 5% у рік, то реальний прибуток від облігації буде 5%.

Оскільки більшість активів пов'язані з ризиком, вкладник не може точно знати, який прибуток він одержить надалі. Порівняння ризикових активів здійснюється за допомогою розрахунку очікуваного прибутку (тобто прибутку, який актив принесе в середньому).

Існує зв'язок між очікуваним прибутком і ризиком: чим вищий прибуток на капіталовкладення, тим вищий ризик. Отже, не схильний до ризику підприємець (і будь-який вкладник) має порівнювати очікуваний прибуток з ризиком.

5. Метод агресивного бізнесу дозволяє підприємцю негайно оцінити свій бізнес і прийняти рішення з його розвитку і захоплення ринку. Єдино правильне прийняте рішення дозволяє не тільки уникнути ризику, але й одержати прибуток, випередити конкурентів, зміцнити позиції на довгу перспективу.

6. Метод відхилення від ризиків заснований на відхиленні інвестиційного проекту у випадку виявлення яких-небудь ненадійних дій партнерів, контрагентів, постачальників, розроблених і представлених замовнику документів. Чим вищий рівень невизначеності зовнішніх факторів ризику, тим більше буде відхилених проектів чи їхніх виконавців.

7. Метод локалізації джерел ризику використовується в тих порівняно рідкісних випадках, коли вдається досить чітко й конкретно вичленувати та ідентифікувати джерела ризику. Виділивши економічно найбільш небезпечний етап чи ділянку діяльності, можна зробити його контрольованим і в такий спосіб знизити рівень фінального ризику підприємства. Подібні методи давно застосовує велика кількість виробничих компаній, наприклад, при впровадженні інноваційних

проектів, освоєнні нових видів продукції, комерційний успіх яких викликає великі сумніви тощо. Для ризикових частин проекту створюються венчурні дочірні фірми, за умови допущення їх до науково-виробничого потенціалу материнської компанії.

8. *Метод дисипації ризику* являє собою більш гнучкі інструменти управління ризиками. Один з основних методів дисипації полягає в розподілі загального ризику шляхом об'єднання (із різним ступенем інтеграції) з іншими учасниками, зацікавленими в успіхові загальної справи. Метод дисипації відрізняється від методу розподілу ризиків тим, що в першому випадку ризик (інвестиції) поділяється зі сторонніми фізичними чи юридичними особами, а в другому – з учасниками того самого проекту. Інтеграція може бути або вертикальною (чи діагональною) – об'єднання декількох підприємств одного підпорядкування чи однієї галузі для проведення узгодженої цінової політики, для поділу зон господарювання, для спільних дій проти «піратства» та ін., або горизонтальної – за послідовністю технологічних переділів, операцій постачання і збуту.

Особливий інтерес має запобігання ризику втрат у результаті придбання підприємствами малого бізнесу цінних паперів.

Жоден з цінних паперів не може мати одночасно усі властивості, тому що вони взаємовиключають один одного. Так, наприклад, цінний папір з високою безпекою буде мати низьку прибутковість і навпаки. Це відбувається тому, що інвестори, які надають перевагу надійності, будуть купувати цінні папери за високою ціною, що відповідно знизить прибутковість. Аналогічне положення при виборі інших інвестиційних властивостей цінних паперів. Якщо очікується зростання капіталу, спостерігається підвищення попиту на відповідні цінні папери, у результаті чого ціни будуть зростати, знижуватиметься прибутковість.

Таким чином, вибір тих чи інших цінних паперів підприємствами малого бізнесу залежить насамперед від цілей інвестора. Однак основною метою будь-якого інвестора буде оптимальний варіант формування портфеля різних цінних паперів. Портфель, що відповідає цілям інвестора, вважається збалансованим. Іншими словами, збалансований портфель - це портфель, при формуванні якого, буде досягнутий компроміс між інвестиційними властивостями цінних паперів у портфелі і представниками малого бізнесу.

При формуванні інвестиційного портфеля кожен інвестор повинен використовувати способи зниження ризику за придбаними цінними паперами. Один з таких способів полягає в попередньому аналізі діяльності акціонерного товариства, цінні папери якого здобуваються. При цьому найбільш важливою є оцінка поточних витрат і прибутку акціонерного товариства, тому що це основні показники, які впливають на дивіденди інвестора. Так, перевищення обсягів продажу над поточними витратами а, отже, збільшення виторгу і зростання прибутку є позитивними результатами для потенційних інвесторів. Крім цих

показників, може аналізуватися ряд інших: динаміка доходу на акціонерний капітал, виторг на одну акцію, коефіцієнти ліквідності, коефіцієнт оборотності коштів та інші показники.

Таким чином, вивчення діяльності акціонерного товариства може запобігти ризику втрат у результаті придбання цінних паперів.

На рішення про покупку облігацій інвестором впливають рівень позичкового відсотка (чим він вищий, тим нижча ціна облігацій), фінансове положення позичальника, його кредитний рейтинг, термін погашення (за довгостроковими облігаціями відсотки, як правило, вищі) та ін.

Одним з найбільш ефективних методів збалансованості портфеля і зниження ризику втрат за придбаними цінними паперами є диверсифікованість.

Диверсифікованість – це розподіл цінних паперів портфеля таким чином, щоб досягти максимального доходу при мінімальному ризику. Як правило, це досягається шляхом розподілу капіталу між безліччю цінних паперів різної якості й різних термінів погашення для зниження портфельного ризику.

Існують різні класифікації портфельних ризиків. Найбільш відомим у світовій практиці можна назвати поділ портфельного ризику на систематичний і несистематичний ризики.

Несистематичний ризик ще називають характерним ризиком компанії. Він може бути викликаний страйками, невдалими маркетинговими програмами, розривами великих контрактів цієї фірми тощо.

Систематичний, чи ринковий ризик може бути викликаний війнами, катастрофами, інфляцією, зростанням відсоткових ставок та ін.

За допомогою диверсифікованості можна зменшити тільки несистематичний ризик. Систематичний ризик не усувається диверсифікованістю. Вплив розміру портфеля на портфельний ризик наведено на рис. 3.10.

Як правило, для інвестиційного портфеля частина несистематичного ризику становить близько 15,1% усього портфельного ризику. Як видно з рисунку, зі збільшенням числа активів (диверсифікованістю) гіпербола впритул підходить до цієї межі.

При диверсифікованості рекомендується обмежувати інвестиції у визначений вид цінних паперів у розмірі 10% загальної вартості всіх вкладень.

По мірі розширення вкладень ця межа може знижуватися до 5% і менше.

Розрізняють диверсифікованість за видами цінних паперів, за сферами економіки, регіонами і країнами. Крім того, для облігацій можлива диверсифікованість за термінами погашення.

Основною метою диверсифікованості щодо якості цінних паперів є мінімізація ризику невиконання боржником своїх зобов'язань.

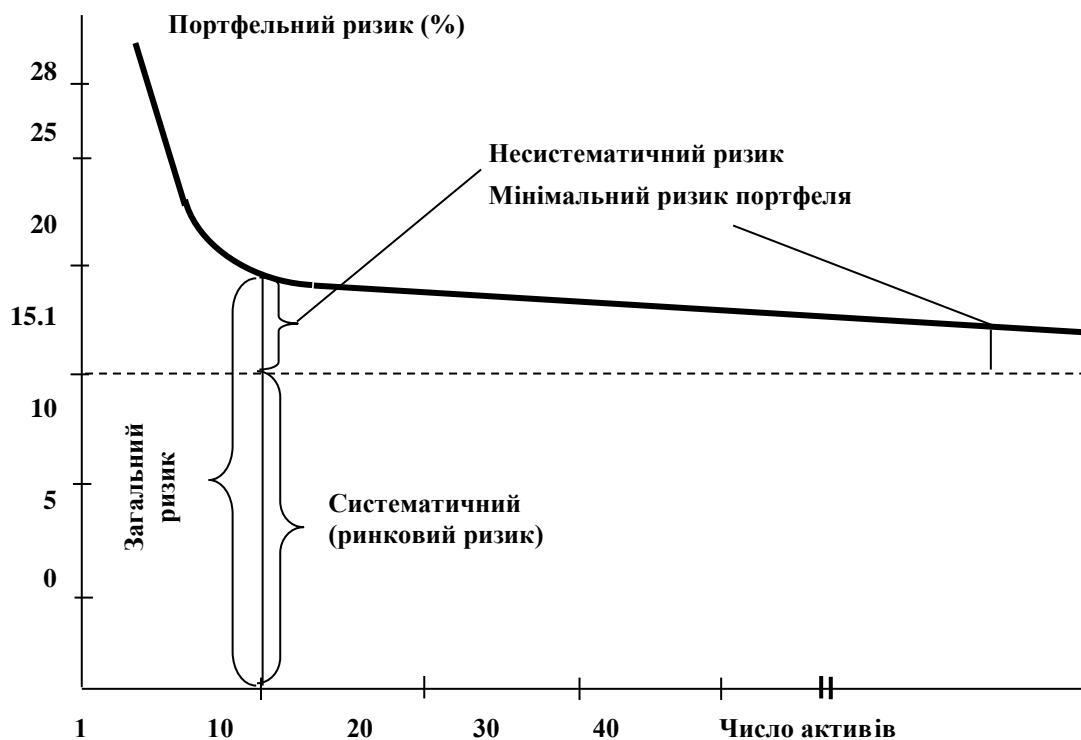


Рис. 3.12. Вплив розміру портфеля на портфельний ризик підприємств малого бізнесу [34].

Основна мета диверсифікованості за термінами полягає у зниженні ризику, пов'язаного з коливаннями відсоткових ставок відповідно до прогнозованої ліквідності і прибутковості.

Таким чином, диверсифікованість зменшує ризик за рахунок того, що можливі низькі доходи за одними цінними паперами перекриваються високими доходами за іншими.

Для зниження ризику інвестиційних операцій рекомендується використовувати східчасту структуру термінів погашення цінних паперів. Вона припускає вкладення коштів таким чином, щоб після закінчення визначеного періоду минав термін погашення визначеної частини вартості цінних паперів. Звільнені кошти реінвестуються в нові цінні папери.

Іншим методом зменшення ризику можна назвати стратегію "штанги". Використовуючи цей метод, інвестор вкладає капітал у довгострокові і короткострокові зобов'язання при невеликій наявності чи взагалі при відсутності середньострокових цінних паперів.

Таким чином, довгострокові і короткострокові цінні папери врівноважують один одного. Якщо в майбутньому очікується зниження короткострокових відсоткових ставок, то інвестор додатково купує короткострокові зобов'язання.

При зниженні довгострокових відсоткових ставок здійснюється покупка довгострокових цінних паперів.

Недоліком цього методу можна назвати можливість невірогідності прогнозів за відсотковими ставками. Однак при наявності точних прогнозів цей метод є більш ефективним, ніж метод східчастої структури.

Таким чином, кожен інвестор при формуванні свого інвестиційного портфеля повинен визначити цілі інвестиційної політики, пріоритети щодо вибору цінних паперів і способи захисту портфеля від потенційних ризиків. У нашій країні процес інвестування має свою специфіку.

В умовах економічної кризи й інфляції користуються попитом цінні папери тільки з високою прибутковістю та достатнім рівнем ліквідності. Тільки такі цінні папери можуть залучити інвестора за сучасних умов. В основному, такими фондовими інструментами є цінні папери, за якими емітенти або їхні представники проводять самокотирування.

Однак незважаючи на масовану рекламу, яка інформує тільки про високі дивіденди в майбутньому, складно зробити висновок про фінансове положення емітента, напрями його майбутньої діяльності, конкретні проекти, в які будуть вкладатися гроші інвестора та ін. Крім того, в Україні відсутні кваліфіковані фахівці, що могли б здійснювати аналіз якості цінних паперів.

В основному, український фондовий ринок представлений цінними паперами приватизованих підприємств, власником яких може бути будь-який громадянин. Але майбутню рентабельність і стабільність гарантують далеко не всі. Найбільш привабливими підприємствами в цьому плані фахівці називають виробництво паливно-енергетичного комплексу і машинобудування. Для іноземних інвестицій найбільш перспективними є галузі металургії, гірничодобувної промисловості, електроенергетика й ін.

Бізнес неможливий без ризику. **Посилення ризику** – це, за суттю справи, зворотний бік волі підприємництва, своєрідна плата за неї.

Щоб вижити і процвітати в умовах ринкових відносин, потрібно зважуватися на впровадження технічних нововведень і на сміливі, нетривіальні дії, а це підсилює ризик.

Звідси випливає, що підприємцю не слід уникати ризику, а навчитися оцінювати його ступінь і керувати ризиком, щоб зменшити його.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 3

1. Агзамходжаев С. Японский опыт развития малого и среднего предпринимательства // Персонал. – 2001. - № 10. - С. 47-50.
2. Берл Г., Киршнер П. Миттєвий бізнес-план. – М.: Справа ЛТД, 1995.
3. Бизнес-план (опыт, проблемы) / Т.П. Любанова, Л.В.Мясоєдова, Т.А. Грамотенко, Ю.А.Олейникова. – М., 2002. - 96 с.
4. Бізнес-план / Під ред. Р.Г. Манілівського – М.: Фінанси і статистика, 1994. – 216 с.
5. Білоусова І. Роль управлінського обліку в підвищенні ефективності виробництва – відповідно до плану дій "Україна – ЄС" // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. - № 4 . – С. 44 – 47.
6. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. – К.: ІВЦ «Видавництво Політехніка», 2003. – 384 с.
7. Большаков А.С., Михайлив В.И. Современный менеджмент: теория и практика. – СПб.: Питер, 2000. – 416 с.
8. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. пособие / ВЗФЭИ. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 1999. – 359 с.
9. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.Т. Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 480с.
10. Голов С.Ф. Управленческий бухгалтерский учет. – К.: Лібра, 2003. – 703 с.
11. Голов С.Ф., Єфременко В.І. Фінансовий та управлінський облік. - К.: ТОВ “Автоінтерсервіс”, 1996. – 544 с.
12. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учеб. пособие. – М.: Дело и сервис, 1999. – 328 с.
13. Грещак М.Г., Коцюба О.С. Управління витратами. Навчально-методичний посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 131 с.
14. Дафт Р.Л. Менеджмент. – СПб: Питер, 2001. – 832 с.
15. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента: Учеб. пособие: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 398 с.
16. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет: Учеб. пособие для вузов: Пер. с англ. / Под ред. Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аудит - ЮНИТИ, 1998 – 783 с.
17. Друри К. Учет затрат методом “стандарт-кост”. – М.: Аудит, ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1071 с.
18. Иванов В.В., Михальченков Л.И. Система управления развитием малого бизнеса // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. - № 2. – С. 128-140.
19. Коэн Аллен Р. Курс МВА по менеджменту / Пер. с англ. – М.: Альбина Бизнес Букс, 2004. – 507 с.

20. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 152 с.
21. Курс по бізнес-плануванню / Міжнародна фінансова корпорація, 1997.
22. Лучко Т.Р. Бухгалтерський облік в управлінні бізнесом: зарубіжний досвід. – К.: Облікінформ, 1997. – 144 с.
23. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні: Зб. наук. статей / За ред. Я.А. Жаліла. – К., 2002. – 118 с.
24. Малое предпринимательство в промышленном регионе: социально-экономическое развитие, формы и методы регулирования, механизмы экономического роста / Под ред. академика Академии экономических наук Украины Н.И. Рединой. Изд. 2-е переработанное и дополненное. – Днепропетровск: ДГФЭИ, 2004. – 352 с.
25. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 430 с.
26. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
27. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 701 с.
28. Методичні рекомендації по складанню бізнес-плану (зарубіжний досвід). – К.: МФУ, 1996.
29. Миддлтон Д. Бухгалтерський учет и принятие финансовых решений: Пер с англ. / Под ред. И.И. Елисейевой. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997.
30. Моисеева Н.К., Коньшева М.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учеб. пособие / Под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 304 с.
31. Нападовська Л.В. Управлінський облік: Монографія. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. – 450 с.
32. Падерин И.Д. Бизнес-планирование. – Учебное пособие. Днепропетровск: ДГФЭИ, 2001. – 56 с.
33. Падерин И.Д. Маркетинг: Учебное пособие для студентов экономических специальностей высших учебных заведений. – Днепропетровск: ДГФЭИ, 2001. – 152 с.
34. Пересада А.А. Основы инвестиционной деятельности. – Либра. – 1996. – 92 с.
35. Петренко С.Н. Контролінг: Учебное пособие. – К.: Эльга Ника-Центр, 2004. – 325 с.
36. Пилипчук В.П., Оснач О.Ф., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 264 с.

37. Промисловий маркетинг: Навч. посібник / Під ред. О.О. Шубіна. – К.: НМЦВО МОІН України, Студцентр, 2002. – 432 с.
38. Пушкар М.С. Управлінський облік. – Тернопіль, 1997. – 160 с.
39. Расказов С.В., Расказова А.Н. Стоимостные методы оценки эффективности менеджмента компании // Управление финансами предприятия. – 2002. – № 4. – С. 13-25.
40. Розвиток соціально-економічних відносин в умовах трансформації економіки України: Збірник доповідей ІХ міжвузівської студентської науково-практичної конференції, присвяченої Дню науки / Дніпропетровськ: ДДФА, 2006. – 427 с.
41. Семенюта В.В., Олійник Л.Ш. Управлінський облік як інструмент забезпечення ефективного управління підприємством / В.В. Семенюта, Л.Ш. Олійник // Вісник ДДФА: Економічні науки. - Дніпропетровськ: ДДФА, 2005. – 2 (14). – С. 132-137.
42. Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей: Пер. с англ. – М.: Дело, 1097. – 672 с.
43. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Вовчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук та ін.; За наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – 584 с.
44. Томпсон-мл., Артур, А., Стрикленд Ш, А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. – 12-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002.
45. Уткин Э.А. Мотивационный менеджмент. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»: Издательство ЭКМОС, 1999. – 256 с.
46. Фаэй Лайм, Рэндел Роберт. Курс МВА по стратегическому менеджменту / Пер. с англ. – М.: Альбина Паблишер, 2002. – 608 с.
47. Фирсова С.Н. Измерение предпринимательского риска с помощью финансового рычага // Економічний вісник Донбасу, 2005. – №1 (2). – С. 105-107.
48. Царьов В.В. Внутрифирменное планирование – СПб.: Питер, 2002. – 496 с.
49. Шевченко Л.С. Введение в маркетинг: Учебно-практическое пособие. – Харьков: Консум, 2000. – 672 с.
50. Экономика предприятия / Научн. ред. Б.И. Чайкин, В.Ж. Дубровский. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2002. – 550 с.
51. Ясинский В.В., Гайдей О.О. Бизнес-планирование – К.: Каравела, 2004. – 232 с.
52. Brighman E., Fundamentals of Financial Management. – New York: The Dryden Press, 1992.

ГЛАВА 4. ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В РЕГІОНІ

4.1. Інвестиційно-інноваційний розвиток малих підприємств

Рушійним чинником і виразником досягнення прогресивних змін та становлення відповідного рівня розвитку продуктивних сил суспільства виступає активна і цілеспрямована інвестиційно-інноваційна діяльність. Наслідки проведення фундаментальних досліджень українських і зарубіжних вчених беззаперечно свідчать про те, що економічне поновлення і зростання зумовлюються насамперед розміром і структурою інвестицій, їх цілеспрямованістю, якістю і швидкістю здійснення. Результативність інвестиційно-інноваційної діяльності залежить не лише від рівня розвиненості економічної системи, де вона відбувається, а насамперед від пріоритетів діяльності, що відповідають обґрунтованим критеріям оцінки соціально-економічних досягнень.

Феномен інвестиційно-інноваційної діяльності як засобу соціально-економічного зростання і розвитку полягає в її позитивному впливі на модернізацію економіки, підвищення її конкурентоспроможності на основі інтенсивного технічного та технологічного оновлення виробництва. Інноваційна складова інвестування перетворюється у критичний елемент успіху. Він залежить від здатності держави, суспільства, суб'єктів господарювання підпорядковувати свою діяльність інтересам прогресивного розвитку, найбільш повного використання нових знань і досвіду, спроможності створити сприятливе середовище для генерації нових ідей, їх апробації та впровадження у виробничу діяльність.

Інвестиційна та інноваційна виробнича діяльність як об'єкт економічних досліджень відслідковується в пошуку факторів збільшення багатства ще з античних часів, що, власне, і зумовило зародження економічної науки. В наступні часи зазначена діяльність у різноаспектному її прояві неодмінно фігурує в наукових обґрунтуваннях в усіх відомих школах розвитку наукової економічної думки [11, с. 10]. Проте як послідовна теорія економічного зростання і розвитку вона була сформована на рубежі XIX-XX сторіч. Вагомий вклад у її формування вніс знаменитий український вчений-мислитель, класик-економіст М.І. Туган-Барановський, який визначив основні положення цієї теорії. Зокрема до них належать положення про природу і процеси економічних криз та економічної кон'юнктури, які ним розглядались у тісному взаємозв'язку та взаємодії багатьох факторів макро- й мікроекономіки, включаючи і культурно-психологічні та системно-структурні чинники процесу розширеного суспільного відтворення [21, 22, 23]. Концепційно-методологічні засади М.І. Тугана-Барановського (і передовсім його інвестиційно-

інноваційного вчення) мали вирішальний вплив на розробку теорії «довгих хвиль», здійсненої його учнем - відомим російським ученим М.Д. Кондратьєвим, а також на інноваційну теорію Й. Шумпетера та на новаторства в економічній теорії і практичній політиці Дж.М. Кейнса, що згодом викристалізувались як інвестиційна теорія економічного циклу [13, 12, 27].

Оскільки інвестиційно-інноваційна діяльність в теорії економічного зростання і розвитку стосується сфери генерації, обігу і відтворення капіталу, то цілком зрозуміло, що за радянських часів цей процес був об'єктом критики як буржуазна доктрина, шкідлива для соціалістичного господарювання. Лише в період так званої «перестройки» (коли чітко визначалась неспроможність соціалістичної системи господарювання) та в період ринкової трансформації економіки (для подолання глибокої і затяжної кризи економіки, породженої соціалістичною системою господарювання) зазначена теорія стала базовою платформою пошуку дієвих фінансово-економічних механізмів суспільного прогресу.

В обґрунтування положень виходу національної економіки на траєкторію зростання і розвитку, розгортання з цією метою інвестиційно-інноваційної діяльності великий вклад зробили В. Александрова, Ю. Бажал, О. Білорус, І. Бланк, В. Геєць, М. Долішній, І. Лукінов, Ю. Пахомов, А. Пересада, В. Семиноженко, А. Чухно, С. Юрій та інші. У сфері сільського господарства, переробної і харчової промисловості вагому роль відіграли П. Борщевський, А. Бутнік-Сіверський, П. Гайдуцький, Л. Дейнеко, М. Дем'яненко, А. Зайнчковський, П. Макаренко, М. Малік, Л. Мельник, Б. Пасхавер, П. Саблук, В. Трегобчук, В. Юрчишин та інші.

Зусиллями зазначених науковців розроблено і обґрунтовано різноманітні концепції, які склали кістяк державних програм подолання економічної кризи, забезпечення економічного зростання і розвитку, розгортання інвестиційно-інноваційної діяльності, її фінансово-економічних та правових механізмів. У проведених дослідженнях вивчались чинники, які впливають на економічні процеси переважно на макрорівні як елемент державної політики нарощування інвестиційних ресурсів для збільшення маси функціонуючого в національній економіці капіталу.

У фінансово-економічних дослідженнях інвестиційно-інноваційна діяльність розглядається як цілісний процес у сукупному прояві двох його складових частин – інвестицій та інновацій, що переплітаються і доповнюють одна одну. Разом з тим економічна сутність і наслідок інвестиційної та інноваційної діяльності як чинників розвитку різні. Це видно, наприклад, із відмінності змістовності термінів, що визначають зазначені процеси.

Термін «інвестиції» походить від англійського investment (складання коштів, капіталу), а «інновації» (innovation) – здійснювати нововведення, обновляти. У сучасній англійській економічній термінології інвестиції сприймаються як збільшення обсягу функціонуючого в економічній

системі капіталу, матеріалізованого в засобах виробництва, що в цілому визначає динаміку суспільного розширеного відтворення. Інновації ж як термін використовується для позначення технологічного удосконалення виробництва, надання йому нових характеристик і комбінацій. Інновації забезпечують якісні зміни виробництва, надання йому новаторських рис шляхом нововведень внаслідок розвитку знань, появи нових винаходів, відкриттів, здійснення наукових та науково-технічних робіт, які втілюються в нових технологіях, а відтак призводять до збагачення сортаменту і урізноманітнення продукованих благ для збагачення для насичення товарного ринку і задоволення ними зростаючих потреб суспільства [18, с. 195-201].

Таким чином, інвестиційно-інноваційна діяльність містить одночасно компоненти кількісних параметрів економічного зростання, уособлених в русі капіталу в системі суспільного розширеного відтворення. У зв'язку з цим в фінансовому менеджменті капіталу необхідно чітко виражати цільову спрямованість вкладень фінансових ресурсів стосовно виробу типу розвитку – екстенсивного чи інтенсивного. Оскільки виробництво без додаткових вкладень капіталу неможливе, а кількість інвестиційних ресурсів (вільних, не задіяних у виробництво коштів) завжди обмежена, то на кожному етапі економічного розвитку завжди постає питання визначення пріоритетів інвестиційно-інноваційної діяльності як конкретизації економічної політики в частині вибору типу економічного розвитку, а відтак і надання переваг в стимулюванні екстенсивних чи інтенсивних чинників зростання.

В економічній системі екстенсивний еволюційний чинник динамізму проявляється переважно в збільшенні масштабів виробництва шляхом розширення виробничої бази, посилення концентрації і спеціалізації виробництва при узвичаєних технологіях. Безумовно, певне поновлення технологій відбувається, але воно має побічний характер і проявляється, як правило, в еволюційному вдосконаленні традиційних технологій без істотних (корінних) змін. Зазначений процес забезпечується додатковими вкладеннями капіталу, тобто інвестуванням.

Інтенсивний чинник розвитку (інновації) має революціонуючий вплив на виробництво і проявляється у використанні додаткових капіталовкладень переважно на кардинальну зміну технологій. Якщо при екстенсивному розвитку відбувається приріст обсягів виробництва переважно за рахунок нарощування виробничих потужностей, то при інвестиційному зростанні здійснюється оптимізація виробничої структури (зокрема, поява нових галузей, зміна структури товарної маси виготовлюваної продукції тощо), а головне – істотний розвиток технологій.

За своєю змістовністю екстенсивний тип росту – затратний (пряма залежність приросту продукції від суми інвестицій), а інтенсивний – ресурсозаощаджувальний. У другому випадку додаткові вкладення капіталу якісно перетворюють виробництво, за рахунок нововведень

відбувається зменшення капіталомісткості виробництва, здешевлення собівартості і підвищення цінової конкуренції продукції. Останнє зумовлює не просто зростання, а прогрес, зумовлений розвитком технологій. Таким чином, інвестиційний тип зростання також потребує інвестицій, але на відміну від екстенсивного типу росту ці інвестиції мають інше цільове спрямування, орієнтовані на інший спосіб досягнення мети – технологічний розвиток, а тому мають окреме визначення: інвестиції інноваційні, інновації.

В останній чверті XX ст. та на початку XXI ст. стало очевидним, що інноваційно-інвестиційний процес соціально-економічного розвитку є не тривіальним видом людської активності, що прискорює традиційний розвиток цивілізаційного прогресу людства. Цей процес не обмежується лише загально визнаними складовими модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності, інтенсивного технічного та технологічного оновлення виробництва. Мова йде про якісну зміну змістовності явища прогресу (що зазвичай асоціюється з процесом розвитку як кумулятивним поступальним рухом) як новий ступінь еволюції продуктивних сил та трансформації в їх складі визначальних факторів, що призводять до зміни рангу значущості окремих із них за критерієм дієвості. Інноваційно-інвестиційний процес як еволюційний етап цивілізаційного поступу характеризується тим, що головним і вирішальним фактором прогресу став людський інтелект. Будучи виражений в абстрагованій формі як інтелектуальний капітал, він інтегрує продуктивний потенціал суспільства (сукупність факторів – природних ресурсів, промислового, торговельного і банківського капіталу, робочої сили), створюючи нову, якісно відмінну продуктивну силу, більш могутню продуктивну енергію, що реалізує явище синергії.

У функціонуючій економічній системі провідною цільовою спрямованістю є виробництво благ для задоволення зростаючих потреб людини. У процесі цивілізаційного поступу змінюється розуміння абстракції «благо» до посилення пріоритетності від початкових і більш простих (типу – «хліба і видовищ») до більш складних потреб із зростанням домінанти цивілізаційного розвитку самої людини. Це сприяє еволюції виробничих технологій, що формалізуються за своїми типами в послідовності технологічних укладів, рушійною силою появу яких виступає сама людина, її творча здатність. Оскільки згідно із законом збереження матерії та енергії ніщо не створюється із нічого, а лише перетворюється з однієї форми в іншу, то й економіка як сфера створення все більшої і різноманітнішої за кількістю і якістю благ може нарощувати їх першопочатково лише за умови збільшення обсягу «втягування» у виробничий процес необхідних ресурсів. Цей тип розвитку – екстенсивний. Природна обмеженість виробничих ресурсів для певного технологічного укладу та спад ефективності використання виробничих ресурсів з позиції зростаючих потреб аж до недоцільності стимулюють їх

заміну на більш прогресивні. Тобто науково-технічний прогрес є об'єктивною складовою розвитку економіки, давно відомим явищем і досить вивченим процесом, як і механізм його «проникнення» у виробництво через нововведення.

В інноваційно-інвестиційному процесі «нововведення» інколи безпідставно трактується як синонім інновацій. На нашу думку, це різні поняття. Нововведення виступає об'єктом упровадження в підприємстві нової продукції, техніки, технології, методів організації виробництва та управління. Інновація ж сприймається як цілеспрямована діяльність щодо формування, реалізації і подальшого поширення нововведення, яке може бути елементом інновації, але не її аналогом. За сучасними уявленнями «інновація» – економічна категорія, вираз економічних відносин з приводу генерування, прийняття й впровадження нових ідей, процесів, продуктів і послуг, що одночасно виступає своєрідним результатом виробничої діяльності, індикатором розвитку продуктивних сил, продуктивної спроможності самої людини. Тобто «інновація» сама по собі уже має сприйматись як своєрідний продукт функціонуючого суспільного виробництва, а одержаний ресурс – джерело подальшого розвитку, потенціал, що визначає продуктивну спроможність та місце країни у світовій ієрархії. Враховуючи те, що «інновація» як продукт є результатом специфічного фактора – розумової цілеспрямованої діяльності людини (сфера науки в теоретичних і прикладних аспектах, що раціоналізують виробництво), застосування «інновацій» дає не лише суто виробничі переваги, а й комерційні.

Виробничі переваги проявляються у таких різновидах:

- продуктові – створення нових товарів або товарів із поліпшеними якісними властивостями, орієнтованими на потреби споживача;
- техніко-технологічні – введення у виробничий процес прогресивних засобів виробництва та вдосконалення методів і форм виробничого (технологічного) процесу, що спрямовані на покращання якості виготовлюваних товарів та зниження виробничих витрат;
- ринкові – створення і застосування нових форм та форматів реалізації товарів (обмін);
- організаційні – удосконалення та введення нових форм організаційних структур управління фінансово-господарською діяльністю суб'єктів господарювання.

Зазначені переваги інноваційного виробництва трансформуються в переваги конкурентні, тобто генерують конкурентні переваги, конкурентоспроможність. У фінансовому відношенні це втілюється у зменшенні необхідних витрат, що посилює потенціал нарощування фінансових ресурсів для збільшення масштабності виробництва з новою, більш високою його якісною визначеністю, тобто генерує фінансові ресурси майбутніх інвестицій. Отже, інновації є результатом цілеспрямованих інвестицій і одночасно - джерелом майбутніх інвестицій.

Посилення цього процесу втілюється в інтенсивному характері виробництва, але одночасно має такі дві переваги: прискорений (інтенсивний) розвиток та ресурсозбереження.

Носієм інноваційного процесу розвитку, безумовно, є головна продуктивна сила – людина, що може бути працівником (спроможним завдяки відповідній кваліфікаційній підготовці здійснювати інноваційні технології) та керівником – менеджером конкурентоспроможного бізнесу, сприйнятливим до прогресивних надбань інноваційного характеру та організації високотехнологічного виробництва. Ось чому широкомасштабна інноваційна діяльність в сучасних умовах є фундаментом стабільного й ефективного економічного зростання як національної економіки в цілому, так і окремих галузей та підприємств.

Інвестиційно-інноваційна діяльність є одним із визначальних критеріїв оцінки ділової активності суб'єктів господарювання сектору малих підприємств – виразником їх гнучкості в умовах ринкової кон'юнктури та реакції на своєчасну підтримку своєї життєдіяльності в конкурентному середовищі. Інвестиційна діяльність є виразником зміцнення капіталу як потенціалу виробничої спроможності, а інноваційна діяльність – виразником якісних зрушень виробничого потенціалу.

Динаміка інвестиційно-інноваційної діяльності малих підприємств Дніпропетровської області наведена в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Динаміка інвестиційно-інноваційної діяльності малих підприємств, тис. грн.

Сфери діяльності	2004 р.			2005 р.			2006 р.		
	капітал	інвестиції	інновації	капітал	інвестиції	інновації	капітал	інвестиції	інновації
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сільське і лісове господарство, мисливство	508945	24280	84	518131	35392	118	618025	38034	322
Рибальство і рибництво	11134	-	-	4072	65	-	2510	48	7
Промисловість	15552442	75731	2016	1350030	66511	1615	965281	118414	1689
Будівництво	690981	32128	1300	699057	45624	1220	3519071	108994	1748

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Торгівля, ремонт	9457299	161011	3383	10175347	142885	3635	16697076	192035	5207
Готелі і ресторани	92775	4442	100	144751	14300	380	128207	16220	164
Транспорт та зв'язок	358679	19787	1100	371394	41023	1000	508595	73630	1044
Фінансова діяльність	1078660	3364	728	1092528	35702	1324	1801503	7948	1373
Операції з нерухомістю	140081	246880	9012	6076294	229289	8465	9005601	591119	14196
Державне управління	122	4	3	552	4	2	367	27	7
Освіта	23474	1855	211	20604	1483	459	18882	1775	616
Охорона здоров'я	25550	19142	87	30302	1151	72	30217	2616	174
Комунальні послуги	178934	10531	663	225788	9548	715	266782	10978	535
Разом	18119079	580955	18688	20708853	622978	19006	42249652	1161840	27085

Джерело: за даними головного управління статистики в Дніпропетровській області

Із наведених у таблиці даних видно, що інвестиційно-інноваційна діяльність бізнесу малих підприємств характеризується високою динамічністю: щорічно відбувається зростання сум інвестиційних та інноваційних вкладень у розвиток господарської діяльності. Ця тенденція є характерною для всіх сфер господарської діяльності підприємств. Разом з тим, оцінка інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств різних сфер потребує визначення темпів прояву як інвестиційної, так і інноваційної діяльності.

Темпи приросту інвестицій характеризують нарощування капіталу, що свідчить про загальне розширення виробничих можливостей. Хоча слід пам'ятати про те, що інвестиції – не просто джерело приростання капіталу. Це лише грошовий вираз вартості матеріально-технічних засобів. виробництва, а кошти безумовно витрачаються на купівлю сучасних машин та обладнання. Таким чином ступінь приросту капіталу характеризує неоднозначність екстенсивного, а й інтенсивного розвитку.

Темпи приросту інноваційних інвестицій мають чітку спрямованість на підвищення якісного складу: збільшення в структурі капіталу тих засобів виробництва, які забезпечують технологічне поновлення виробництва.

Темпи розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності малих підприємств Дніпропетровської області наведено в табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Темпи розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності малих підприємств, %

Сфери діяльності	2004 р.		2005 р.		2006 р.	
	інвестиції до капіталу	інновації до інвестицій	інвестиції до капіталу	інновації до інвестицій	інвестиції до капіталу	інновації до інвестицій
Сільське і лісове господарство, мисливст.	4,8	0,3	6,8	0,3	6,1	0,8
Рибальство і рибництво	–	–	1,6	–	–	–
Промисловість	4,9	2,7	4,9	2,4	1,9	14,6
Будівництво	4,6	4,0	6,5	2,7	12,3	1,4
Торгівля, ремонт	1,7	2,1	1,4	2,5	3,1	1,6
Готелі і ресторани	4,8	2,2	9,9	2,6	12,6	1,0
Транспорт та зв'язок	5,5	5,5	11,0	2,4	14,5	1,4
Фінансова діяльність	0,3	21,6	3,7	3,7	0,4	17,2
Операції з нерухомістю	6,0	3,6	3,8	3,7	6,5	2,4
Державне управління	3,3	75,0	0,7	50,0	7,3	25,9
Освіта	7,9	11,4	7,2	30,9	9,4	34,7
Охорона здоров'я	7,6	4,5	3,8	6,2	8,6	6,6
Комунальні послуги	5,9	6,3	4,2	7,5	4,1	4,9
<i>Разом</i>	<i>3,2</i>	<i>3,2</i>	<i>3,0</i>	<i>3,0</i>	<i>2,7</i>	<i>2,3</i>

Наведені у таблиці дані свідчать про те, що інвестиційно-інноваційна діяльність малих підприємств не рівномірна: більш високими темпами вона здійснюється у невикробничому секторі, зокрема в сфері державного управління, освіти, фінансової системи.

Усі малі підприємства інноваційну діяльність здійснюють шляхом поліпшення інформатизації: витрати коштів спрямовані на комп'ютерне обладнання, програмне забезпечення та отримання консультацій щодо створення інформаційних систем.

Узагальнені показники темпів розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності по сукупності підприємств, які її здійснювали в 2004-2006 рр., досить скромні: темп інвестиційного приросту капіталу коливається у межах 2,7 – 3,2%, а ступінь інноваційної спрямованості інвестицій – в межах – 2,3 – 3,2%. Низькі темпи інвестиційно-інноваційної діяльності обумовлені недостатньою кількістю коштів, ці ж низькі темпи не можуть в майбутньому генерувати необхідний дохід.

Виходом із цього взаємозалежного стану не може бути шлях залучення кредитів, оскільки банки надають його під заставу, якої у підприємств немає. Крім того, банки схильні давати кредит лише в сфері їх швидкого обороту: у фінансову діяльність, державне управління тощо.

Для основної маси малих підприємств найбільш дієвим для розгортання інвестиційно-інноваційної діяльності є лізинг. Цей засіб дозволяє брати прогресивні засоби виробництва на умовах виплати в рострочку. В цій операції однаково заінтересовані лізингодавець, лізингоотримувач та фінансова установа, яка надає кошти для здійснення лізингових операцій.

Загальна зацікавленість лізингодавця, лізингоотримувача і фінансового – посередника у високій ефективності своєї частки операції лізингу спонукає реалізовувати найбільш ефективні проекти, а саме – інноваційні. Саме вони потрібні для технологічного прориву і взаємовигідні усім учасникам лізингових відносин і зумовлюють оптимальну модель грошових потоків між верхньою і нижньою межею лізингових платежів.

Верхня межа лізингових платежів визначається максимально можливим рівнем плати, за якого досягається просте і розширене відтворення капіталу учасників лізингових відносин при середній галузевій нормі прибутку у суб'єкта господарювання – лізингоотримувача. Крім відшкодування усіх витрат лізингодавця в такому випадкові за лізингових платежів включається максимальний рівень прибутку власника майна.

Нижня мета – мінімально можливий рівень лізингових платежів, за якого досягається просте відтворення майна, зданого в лізинг. За економічною сутністю, лізингові платежі не можуть бути меншими від вартості відшкодування об'єкта лізингу, інакше не буде забезпечене його просте відтворення.

Конкретний розмір лізингової плати перебуває між верхньою та нижньою межами і визначається шляхом домовленості вільно і усвідомлено діючих сторін, а при конкурентному доборі – на основі попиту і пропозиції.

Для розгортання лізингу як дієвого засобу інноваційного розвитку АПК в Україні в 2001 р. створено НАК «Укragролізинг». За п'ять років існування (2001-2005 рр.) компанія використала 903,4 млн. бюджетних коштів у системі фінансового лізингу у широкій мережі сервісно-технічного забезпечення аграрного виробництва. За цей час було загалом закуплено і передано в лізинг 18,1 тис. техніки і обладнання з передачею на строк 3-7 років. З кожних 100 млн. грн. бюджетних коштів, використаних у фінансовому лізингу, за 5 років держава отримує 129,4 млн. грн., крім того, до соціальних фондів надходить 5,7 млн. грн. Таким чином, вкладені у фінансовий лізинг бюджетні кошти не витрачаються безповоротно, вони приносять користь усьому АПК і бюджету.

4.2. Джерела фінансування фермерських господарств

На сьогодні основна проблема сільськогосподарських підприємств – нестача коштів на фінансування своєї діяльності.

Основним джерелом фінансування капітальних вкладень у сільському господарстві має бути амортизація, але, на жаль, більшість основних засобів уже відслужили свій амортизаційний термін.

Прибуток поки що не відіграє суттєвої ролі у формуванні інвестиційних ресурсів сільськогосподарських підприємств. Фермерські господарства в Україні працюють загалом ефективно. За підсумками роботи у 2003 р. розмір чистого прибутку становив 206,8 млн. грн., а середній рівень рентабельності – 17%. Лише в трьох областях: Житомирській, Херсонській та Чернівецькій, загальний підсумок діяльності фермерів був негативним. Найбільше чистого прибутку отримано фермерськими господарствами Кіровоградської (36,4млн.грн.), Харківської (20,4млн. грн.) та Дніпропетровської (19,6млн. грн.) областей.

Здавалось би, не все так погано, але, розрахувавши суму чистого прибутку на одне господарство, з'ясуємо, що в середньому кожний фермер отримав 4807,4 грн. прибутку. А якщо врахувати, що фермеру та його родині на ці кошти ще треба жити, то вести мову про оновлення і придбання нової техніки дуже проблематично. За підсумками 2002 р. фермерські господарства працювали краще ніж у 2003 р. (33,8млн.грн. чистого прибутку проти 19,6млн.грн). У 2002 р. на кожне фермерське господарство припадало 9879,7 грн. прибутку, тоді як в 2003 р. – 5627,3 грн.

Враховавши, що найдешевший трактор ЮМЗ-8040.2 коштує 75700 грн., фермеру доведеться 8-10 років накопичувати кошти, при цьому нічого не витрачаючи. Отже, вважати прибуток достатнім джерелом для фінансування діяльності фермерських господарств немає підстав.

Бюджетні кошти (табл. 4.3) як джерело фінансування теж не відіграють суттєвої ролі. З суми кредитів, передбачених у бюджеті в 2006 р. в загальному фонді, частка кредитування фермерських господарств склала 6,5%, а в 2007р. – 2%. Тобто кредитування підприємств інших галузей збільшується більш швидкими темпами, ніж кредитування фермерських господарств. Якщо ж говорити про всю суму кредитування (враховуючи і кошти спеціального фонду), то з них фермерські господарства не отримують навіть 1%. Фермери України відчули на собі усі суперечності й складнощі етапу становлення. Особливо це стосується відсутності стартового капіталу у тих, хто бажає стати фермером, і коштів для розширення виробництва, належної технічної оснащеності у фермерських господарств, що вже функціонують. Цілком зрозуміло, що фермерство як нова організаційно-правова форма господарювання для України потребувало значної державної підтримки за різними напрямками і, насамперед, цінової, кредитної, а також субсидій тощо. Для підтримки фермерських господарств і забезпечення стабільних фінансових умов при одержанні банківських кредитів створен спеціальний Український державний фонд підтримки фермерських господарств, розмір якого щорічно визначається Кабінетом Міністрів України в бюджеті. В 2006 та 2007 рр. кошти цього фонду становили відповідно 0,02% та 0,022% від витрат бюджету. Його ресурсів явно недостатньо. Що стосується загальної фінансової підтримки фермерських господарств (враховуючи кошти фонду і кредити), то в загальній сумі витрат бюджету вона становить близько 0,035%. Враховуючи, що на початок 2006 р. існувало близько 46600 фермерських господарств, то кожне з них могло отримати 1030 грн. у вигляді кредитів або фінансової підтримки, в 2007 р. сума державної підтримки дещо зросла і становила 1300 грн., що є катастрофічно мало. А якщо враховувати, що фермерське господарство для свого розвитку потребує в середньому 100 тис. грн., то державну підтримку протягом року можуть отримати лише 600 фермерських господарств, тобто одне з 77, або 1,3% всіх фермерських господарств України. Такі розрахунки свідчать не на користь держави. Отже, фермерські господарства змушені розраховувати лише на власні фінансові можливості або шукати підтримки в банківських установах. І перше, і друге досить проблематично.

**Фінансування фермерських господарств за рахунок коштів
Державного бюджету**

Показники	2006 р.			2007 р.			Відхилення 2007 р. до 2006 р.	
	Загальний фонд	Спеціальний фонд	Всього	Загальний фонд	Спеціальний фонд	Всього	Млн. грн.	%
Надання кредитів фермерським господарствам, млн.грн.	15	5	20	20	5	25	5	125
Всього надання кредитів, млн. грн.	230,5	2540,1	2770,6	992,9	2712,2	3705,2	934,6	133,7
Питома вага кредитів фермерським господарствам в загальній сумі кредитів, %	6,5	0,2	0,72	2,01	0,18	0,67		
Фінансова підтримка фермерських господарств, млн.грн.	28		28	38		38	10	135,7
Витрати Державного бюджету всього, млн.грн.	109491,6	30707,7	140199,3	142768,2	31863,3	174631,5	34432,1	124,6
Питома вага фінансування фермерських господарств в загальній сумі витрат, %	0,039	0,016	0,034	0,041	0,0002	0,036		

Таблиця складена на основі Законів України про Державний Бюджет України на 2006 та 2007 рр.

Що стосується Дніпропетровської області, то в обласному бюджеті на фінансування сільського господарства коштів не передбачається.

Аграрний сектор України не тільки не одержує належної фінансової підтримки з бюджету, але й обмежений у кредитуванні. Факторами, що обмежують можливості фермерських господарств одержати банківський кредит, є більш тверді вимоги банків до малих підприємств стосовно надання гарантій повернення кредиту внаслідок відсутності у останніх

досить тривалої кредитної історії, мобільності капіталу, наявності підвищених виробничих ризиків. Крім того, банківський сектор у більшій мірі зорієнтований на обслуговування великих підприємств, що істотно підвищує витрати кредитування фермерських господарств і призводить до підвищення кредитних ставок.

Однією з проблем фермерських господарств є обмеженість погляду на можливі джерела залучення коштів. Фермери погано поінформовані про банки, які кредитують малі підприємства. Пошук прийнятних умов кредитування по широкому колу банків занадто обтяжливий для фермерських господарств. Це призводить до того, що після переговорів у трьох-чотирьох банках фермери або приходять до переконання, що залучити фінансові ресурси неможливо, або йдуть на неоптимальні стосовно ринкової пропозиції запозичення.

Проблемою фермерських господарств при залученні кредитів є те, що банки надають короткострокові кредити. Банки побоюються працювати з фермерами, аргументуючи це тим (крім іншого), що вони ведуть подвійну бухгалтерію і їхня звітність не відображає реального стану речей. Виходячи з цього практично неможливо отримати довгострокові кредити за доступною ціною. Вітчизняними дослідниками вже ставилося питання щодо необхідності широкого використання іпотечного кредиту – довгострокових позичок, які банки надають під заставу нерухомості. Найбільш привабливим і ліквідним видом нерухомості, яка є предметом іпотеки, в аграрному секторі є земля, але щоб її можна було використовувати як заставу для отримання кредиту, повинен бути розвинений ринок землі, де землю можна продати чи купити, а в Україні вартість землі і досі не визначена. Також відсутня і правова база іпотечного кредитування. Необхідно прискорити введення землі в економічний оборот, що означало б упровадження повноцінної застави. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває прийняття Земельного кодексу, що набрав чинності з 1 січня 2002 р., законів про іпотеку і Земельний банк. Закон України "Про іпотечне кредитування, операції з консолідованим іпотечним боргом і іпотечними сертифікатами" був прийнятий 19 червня 2003 р. і набрав чинності з 1 січня 2004 р. Але в цьому законі об'єктами іпотечного кредитування визначені нерухоме майно, об'єкти незавершеного будівництва, права на нерухомість, а також майнові права на нерухомість, будівництво якої не завершено. Про землю в законі не говориться ні слова. В усіх розвинених країнах земля є основним об'єктом застави при іпотечному кредитуванні. Тому в закон необхідно внести доповнення, що визначать механізм використання землі як застави.

З огляду на специфіку сільськогосподарської галузі, можна відзначити, що селянам потрібні кредити в першому півріччі, особливо на початку весни, коли починаються польові роботи. У серпні, коли йде реалізація виробленої продукції, потреба в кредитах відпадає, у цей час селяни починають їх повертати. Саме сезонність сільськогосподарського виробництва змушує селян залучати кредити. Враховуючи специфіку галузі, кредити повинні складати 35-40% від ресурсів підприємства. У

розвинених країнах, де фермерські господарства працюють ефективно і повністю забезпечують населення продовольчими товарами, питома вага кредитів у джерелах фінансування виробничої діяльності саме така. В Україні цей показник становить близько 2%. Важливо також зазначити, що кредити повинні надаватися в повному обсязі й у певний час. Якщо виробник одержить не всі кошти, які йому потрібні, він не зможе реалізувати всі свої плани, що значно зменшить ефективність його роботи, а враховуючи специфіку галузі - з запізненням наданий кредит може бути вже не потрібним.

Гарантії держави значно знижують ризик комерційних банків і стимулюють їх надавати кредити. Але більшість кредитів надаються крупним товаровиробникам, створеним на основі колишніх КСП. Тобто, в стосунках фермерів і банків відсутній налагоджений механізм кредитування, тому одержання фермерами кредитів поки що залишається проблематичним. Щоб виправити таке становище і сприяти залученню необхідних кредитів, держава повинна не компенсувати частину відсотків за користування кредитами, а гарантувати банкам повернення кредитів, якщо це не може з якихось причин зробити позичальник, а для цього застосовувати страхування.

4.3. Фінансовий лізинг в розвитку агробізнесу

Унаслідок ринкової трансформації сільськогосподарського виробництва в Україні та розпаювання землі раніше створені і функціонуючі крупні підприємства як цілісні майнові комплекси розпалися. У приватну власність були передані не тільки земельні угіддя, а й основні засоби виробництва: виробничого призначення будівлі і споруди (приміщення ферм, майстерень, автогаражів, механізовані токи, склади тощо), а також технічні засоби виробництва (автомобілі, комбайни, трактори, сільськогосподарські машини, обладнання тощо). Цілісні виробничі майнові комплекси були розпорошені між великою кількістю власників, що негативно вплинуло на продуктивне використання зазначених засобів виробництва та їх технічне обслуговування. Крім того, спроектовані на потребу крупних підприємств технічні засоби, мали системну завершеність, тобто були системою машин, орієнтованих на певну технологію землеробства чи тваринництва.

У процесі роздрібненої приватизації технічних засобів виробництва система машин була порушена: один власник одержав плуг, інший сівалку, на декількох власників припав трактор чи комбайн. Прийшла занедбаність, значна кількість технічних засобів за непотрібністю та й зносом пішла у брухт.

Ситуація ускладнювалася тим, що машино-тракторний парк аграрної техніки на час розпаювання уже був фізично і морально застарілим, малопродуктивним, а то й аварійним. До того ж згідно із існуючим

розподілом праці в межах СРСР на території України здійснювався випуск лише тракторів (в м. Харкові та м. Дніпропетровську), курудзозбиральних (м. Херсон) і цукрозбиральних комбайнів (м. Дніпропетровськ і м. Тернопіль) та виробництво окремих технічних засобів на заводах місцевого значення. Основні підприємства сільськогосподарського машинобудування на час незалежності України опинилися за кордоном. Це ускладнило надходження техніки в аграрне виробництво України та спонукало організувати її виробництво в умовах глибокої кризи, коли і діючі підприємства призупиняли свою діяльність.

Внаслідок зазначених причин за часів існування України як незалежної держави машинно-тракторний парк сільськогосподарських підприємств майже не поновлювався. А та техніка, яка уціліла і є в розпорядженні сільськогосподарських виробників, в більшості своїй застаріла і відслужила належний їй амортизаційний термін. За даними Інституту аграрної економіки УААН, вітчизняні сільгосппідприємства забезпечені технікою лише на 40-50%, з яких понад 90% – відпрацювали свій амортизаційний ресурс. Унаслідок цього держава щороку втрачає третину врожаю, а це 15-20 млрд.грн.

Структура сільськогосподарської техніки за роками випуску наведена в табл. 4.4.

Таблиця 4.4

Структура сільськогосподарської техніки за роками її випуску

Найменування	Рік випуску заводом згідно з технічним паспортом (% до наявних на 01.01.1999р.)					
	до 1985 р.	1986- 1990 рр.	1991- 1992 рр.	1993- 1994 рр.	1995- 1996 рр.	1997- 1998 рр.
Трактори	24,6	41,8	19,0	9,5	2,9	2,2
Зернозбиральні комбайни	20,7	59,2	13,5	3,6	2,5	0,4
Кукурудзо- збиральні комбайни	13,8	52,0	24,7	7,2	0,6	0,6
Кормозбиральні комбайни	13,5	46,3	23,8	11,9	3,2	1,3
Бурякозбиральні комбайни	12,0	49,4	22,4	9,3	4,7	2,2
Картоплезби- ральні комбайни	16,6	55,0	22,4	6,4	0,3	0,3
Льонозбиральні комбайни	11,1	62,5	25,0	1,4	–	–
Вантажні автомобілі	35,3	43,6	16,0	4,0	0,9	0,2

Як видно з табл. 4.4, майже половина всієї наявної у сільськогосподарських виробників техніки – випуску 1986-1990 рр., четверта частина – ще старіша, в останні роки техніка майже не поновлювалась. Знос основних засобів більш ніж у 10 разів перевищує їх відновлення. Виробництво тракторів, комбайнів та інших сільськогосподарських машин зменшилось у десятки і сотні разів.

У сучасних умовах в цілому в Україні забезпеченість фермерських господарств технікою як за кількістю, так і за якістю поки ще далека від реальних потреб. Як виробники сільськогосподарської техніки, так і виробники сільськогосподарської продукції є партнерами і ті, й інші опинились у важкому становищі. Через низьку платоспроможність аграріїв як споживачів техніки скоротився попит – замовлення для її виробників. А не знаходячи ринків збуту (вітчизняна техніка все ще програє порівняно з закордонною), виробники сільськогосподарської техніки зменшують обсяги виробництва, тобто обсяг пропозицій. Тим часом ціни на техніку внаслідок подорожчання металу продовжують зростати, збільшуючи її недоступність для споживачів.

Рівень технічного оснащення фермерів тракторами і сільськогосподарськими машинами є одним з основних факторів стримування їх розвитку.

Селяни купують сільгосптехніку в десять разів менше, ніж раніше. Хоча потреба в її поповненні залишається великою. За підрахунками спеціалістів, для того, щоб вийти хоча б на рівень 1990 року, сільгоспвиробникам потрібно приблизно 400 тис. тракторів і 80 тис. зернозбиральних комбайнів. У грошовому обчисленні, для підвищення технічної оснащеності сільськогосподарського виробництва та оновлення машинно-тракторного парку протягом десяти наступних років щороку потрібно 15-20 млрд. гривень. Ні державний бюджет, ні тим більше самі сільгоспвиробники такого собі поки що не можуть дозволити.

За даними МФК, для оновлення основних засобів у сільському господарстві України потрібно 8,5 млрд. дол. інвестицій.

Низька купівельна спроможність фермерських господарств гальмує їхнє технічне переозброєння. І на сьогодні проблема не в нестачі техніки (на ринку представлені як вітчизняні, так і зарубіжні виробники), а в обмеженості фінансових ресурсів сільськогосподарських виробників.

В Україні експлуатація значної кількості застарілої техніки призводить до скорочення обсягу робіт, що виконується машинно-тракторним парком. При такій технічній оснащеності не можна розраховувати на високу ефективність підприємницької діяльності фермерських господарств. Тому відновлення парку тракторів, комбайнів й іншої техніки є головним завданням підвищення ефективності роботи фермерських господарств. Але їх низька купівельна спроможність гальмує технічне переоснащення. Це істотно ускладнює ситуацію з огляду на потреби забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

Забезпечення достатньої конкурентоспроможності аграрного сектору національної економіки в умовах вступу України до СОТ потребує значних коштів для техніко-технологічного оновлення функціонування цієї важливої галузі народногосподарського комплексу. Проблема ускладнюється тим, що при наявній технічній базі та значному її фізичному і моральному зносі галузь не може забезпечити належної продуктивності, а відтак генерувати потрібні кошти за рахунок внутрішніх джерел. Зазначений недолік зумовлює низьку привабливість аграрного виробництва як для зовнішніх інвесторів, так і для банківського кредитування. За цих обставин найбільш надійним засобом інноваційного прориву АПК є застосування фінансового лізингу.

Лізинг (англ. leasing – прокат, оренда) полягає у створенні фінансово-економічних відносин між лізингоотримувачем і лізингодавцем з приводу передачі у виняткове користування на певний час, обумовлений угодою, матеріальних цінностей, машин та обладнання з подальшою виплатою лізингоотримувачем певних платежів лізингодавцю. Лізинг переконливо ілюструє слушність висказаної Арістотелем ще у 350 р. до н. е. тези про те, що «...багатство полягає не у володінні майном на основі права власності, а в його використанні...».

Формування лізингу як підприємницької діяльності пов'язується із створенням у 1952 р. корпорації «Юнайтед стейтс лізинг корпорейшн», Сан-Франциско, США. Чим було започатковано цей новий засіб, інвестиційно-інноваційної діяльності, що набув великого поширення. Частка лізингових інвестицій досягає у США – 30%, Великобританії – 25%, Франції – 22%, Німеччині – 20%, проте найбільшого застосування (понад 50%) лізинг має в Австрії, Новій Зеландії та Гонконгу. Інтенсивно використовується лізинг країнами східної Європи – Угорщиною, Чехією, Польщею тощо.

У практичній діяльності використовуються дві форми лізингу – фінансовий та оперативний. При фінансовому лізингу лізингоодержувач має намір або придбати майно, або користуватися ним протягом усього терміну амортизації. При оперативному ж лізингу лізингоотримувач отримує від лізингодавця об'єкт лізингу лише у платне користування на строк менший, за який амортизується 90% вартості об'єкта лізингу. Цей об'єкт лізингу підлягає поверненню лізингодавцю і може бути повторно переданий у користування тому ж або іншому лізингоотримувачу. Із зазначеного випливає висновок про те, що фінансовий лізинг є особливим видом – залучення інвестицій, включаючи й іноземні, та дозволяє отримати у користування новітні засоби виробництва та технології. Це посилює роль лізингу як інструменту інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств.

Позитивні властивості фінансового лізингу зумовлені такими його особливостями:

- капіталозберігаючий спосіб. При лізингу із фінансового обороту підприємства не вилучаються великі суми коштів, як у випадку купівлі устаткування. Лізингові платежі належать до валових витрат виробництва

в складі амортизаційних відрахувань, що дозволяє істотно зменшити базу оподаткування прибутку;

- відсутність застави. Забезпечується тим, що об'єкт лізингу сам є заставою;

- доступність. Лізингодавці повністю беруть на себе фінансування лізингової операції в частині ризику за товарною угодою та кредитом;

- зручність. Процедура оформлення лізингу набагато простіша в порівнянні з оформленням кредиту;

- гнучкість лізингових платежів. Графік лізингових платежів може узгоджуватись в оперативному режимі, вигідному для всіх сторін.

Особливу користь від використання фінансового лізингу як засобу інвестиційно-інноваційного розвитку можуть отримувати технологічно пов'язані комплекси різногалузевих підприємств, яким є агропромисловий комплекс.

Відомо, що конкурентоспроможність аграрного виробництва не може бути забезпечена успішною діяльністю лише однієї якоїсь сфери чи ланки АПК. Проблема інвестиційно-інноваційного розвитку АПК є системною, яка включає три рівні:

- на територіальному рівні функціонують чотири взаємопов'язаних сектори АПК: сільськогосподарські товаровиробники, заготівельні і переробні підприємства, ресурсовиробники і агросервісні підприємства, торгівля;

- на міжтериторіальному рівні: підприємства окремих галузей, зокрема сільськогосподарського машинобудування, а також агросервісну, постачання, збуту;

- на загальнодержавному рівні: Міністерство аграрної політики, Академія аграрних наук, галузеві науково-дослідні центри тощо.

Наявність цілісного комплексу взаємопов'язаних підприємств та системи державної координації розкриває широкі можливості для формування ефективних схем лізингових відносин та фінансових бюджетних ресурсів реалізації лізингових сфер. Адже учасники лізингових відносин (лізингодавець, лізингоотримувач та фінансовий посередник - банк) – всі мають вигоду від лізингової операції. Для підприємств-виробників засобів виробництва (сільськогосподарського машинобудування, виробників технологічного обладнання, хімічних засобів аграрного призначення, насінництва, племінного поголів'я худоби та птиці тощо) лізинг забезпечує гарантований ринок збуту своєї продукції з гарантованою виручкою; для підприємств-споживачів лізинг забезпечує гарантоване постачання необхідних засобів виробництва без попередньої оплати як при придбанні;

Для посередників (фінансових закладів) лізинг забезпечує гарантоване використання фінансових ресурсів зобумовленим рівнем рентабельності.

Далеко не усі фермерські господарства в сучасних умовах мають можливість відразу оплатити вартість дорогих машин і механізмів. От і виникає проблема: одні не можуть реалізувати вже випущену техніку, інші

не можуть її придбати, хоча вона конче необхідна їм. У цьому випадку на допомогу повинні прийти лізингові компанії, які купуватимуть у заводів техніку і надаватимуть її у користування сільськогосподарським виробникам на правах довготермінової оренди з можливим правом викупу у майбутньому за залишковою вартістю.

Фінансовий лізинг в агропромисловому комплексі є вигідною формою діяльності для всіх учасників цього виду інвестицій – і селянам, і машинобудівникам. Необтяжливий він і для державного бюджету.

Для селян фінансовий лізинг дає можливість заощаджувати кошти для інвестування в інші, більш ефективні види діяльності або купувати техніку, вартість якої перевищує річні фінансові можливості.

Наприклад, витрати на придбання машини вартістю 100 тис. грн. у перший рік складатимуться з:

1. Попереднього лізингового платежу за користування технікою в частині відшкодування її вартості (15% ціни машини з ПДВ) – 15 тис. грн.

2. Винагороди лізингодавцю за передану в лізинг техніку (7% від невідшкодованої вартості) – 6 тис. грн.

3. Чергового лізингового платежу та винагороди лізингодавцю відповідно 10 і 3 тис. грн. Разом за рік – 34 тис. грн.

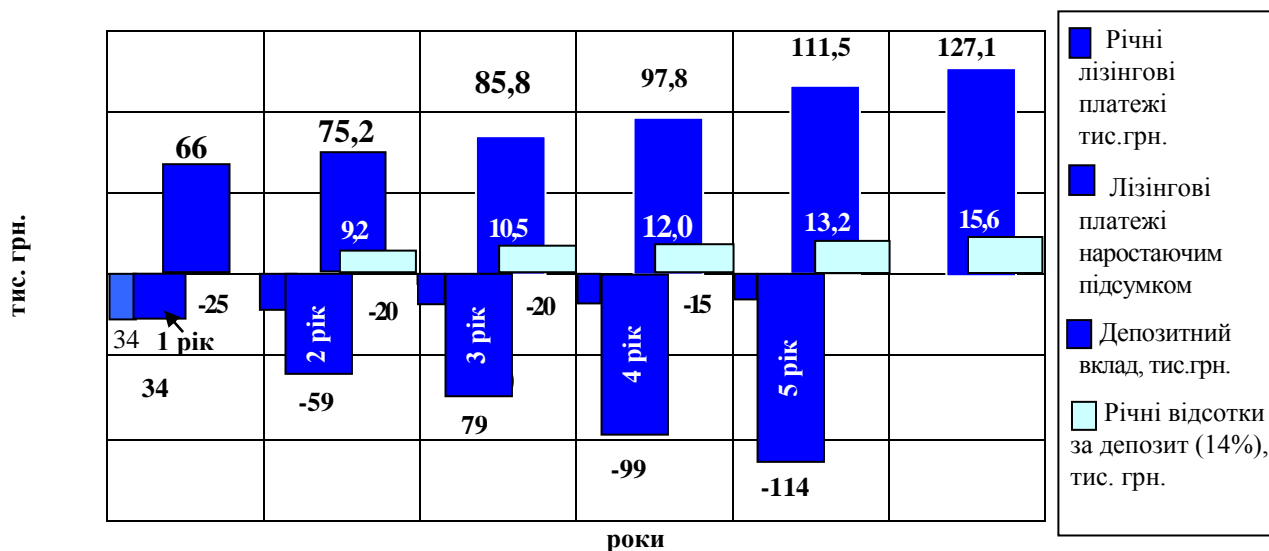


Рис.4.1. Баланс лізингових платежів і надходжень від використання заощаджених коштів

Заощаджені 66 тис. грн. господар може використати для інвестування у виробництво з рентабельністю не нижче розміру депозитних відсотків.

Але й депозитні вклади з рівнем 14% за 5 років нарощують заощаджену суму до 127 тис. грн.

У підсумку за 5 років:

- виплати за придбану машину дорівнюватимуть 114 тис. грн., а з урахуванням інфляції (6% річних) - 103 тис. грн.;

- надходження від інвестування у виробництво заощаджених коштів дорівнюватимуть 61 тис. грн., а з початковими 66 тис. грн. – 127 тис. грн.;

- у власності залишається машина первісною вартістю 100 тис. грн., яка може працювати ще 5 років або була продана за залишковою ціною.

Для машинобудівників фінансовий лізинг – захід, що сприяє нарощуванню обсягів виробництва, бо дозволяє на кожні 100 млн. грн. наявних у сільськогосподарських товаровиробників коштів придбати техніки на суму 260 млн. грн., тобто збільшити валове виробництво підприємств сільгоспмашинобудування на 160 млн. грн.

Додаткове виробництво техніки на 160 млн. грн. означає для машинобудівників:

- збільшення робочих місць на 2 тисячі;
- вирішення соціальних проблем виробничих колективів;
- збільшення прибутків на 30-32 млн. грн.;
- збільшення потенційних можливостей для оновлення матеріально-технічної бази підприємств;
- гарантію передоплати виготовленої продукції;
- оптові і несезонні форми торгівлі;
- можливість використання лізингодавців як партнерів у створенні дилерської мережі;
- стабілізацію становища у конкурентному середовищі, бо лізингові інвестиції спрямовуються лише на техніку вітчизняного виробництва.

Упродовж часу діяльності фінансового лізингу в Україні для деяких заводів це були вагомі інвестиції. В окремі роки обсяги закупівель для них склали більше половини валового виробництва.

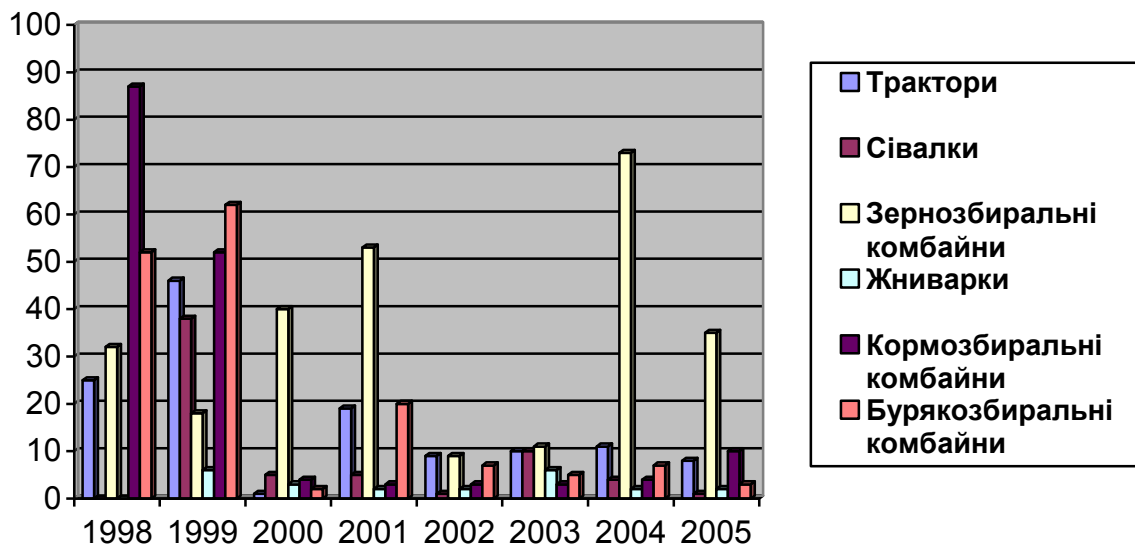


Рис. 4.2. Обсяги закупівель у фінансовий лізинг окремих видів машин (% до вироблених в Україні)

Для державного бюджету фінансовий лізинг є необтяжливим заходом, бо з кожних 100 млн. грн. видатків на фінансовий лізинг бюджет отримує такі надходження:

- у перший рік видатків – 54,45 млн. грн.;
 - у наступні 4 роки – 75 млн. грн.
- Разом – 129,45 млн. грн.

Крім того, до соціальних фондів надійде 5,7 млн. грн.

Збільшення надходжень до бюджету проти видатків обумовлюється збільшенням податкових надходжень від машинобудівних підприємств.

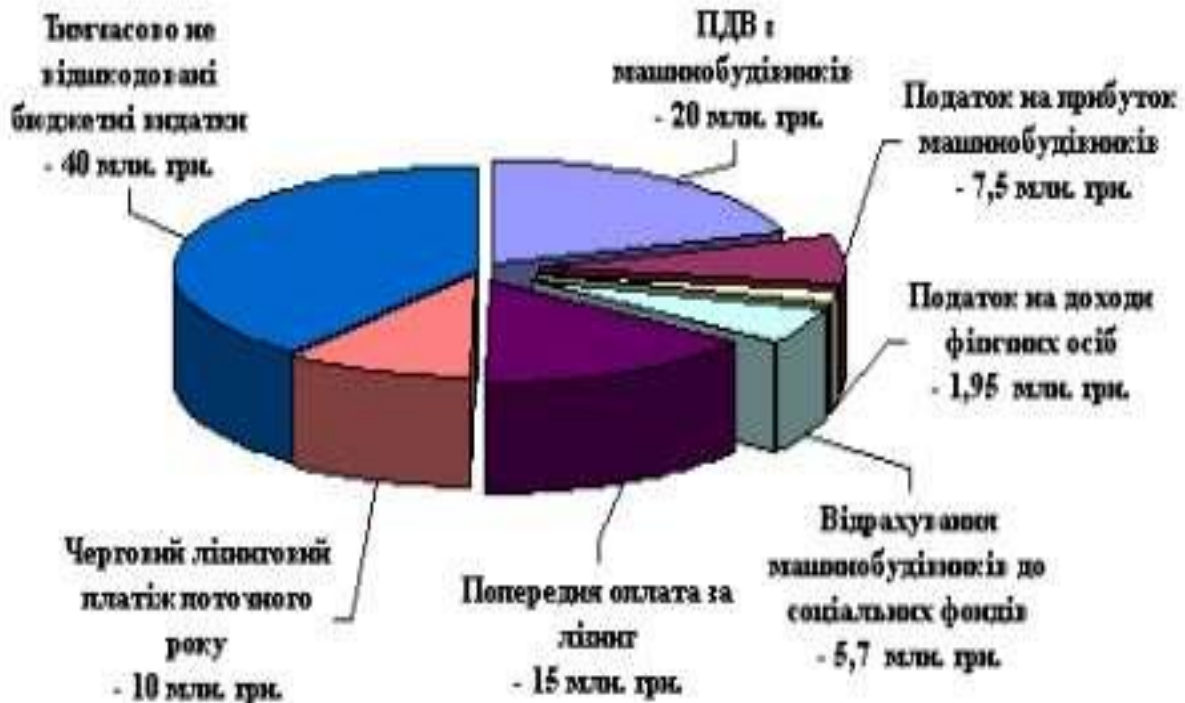


Рис.4.3. *Питома вага повернень у перший рік зі 100 млн. грн. бюджетних видатків на фінансовий лізинг*

Найвагоміша в Україні компанія, що працює за схемою державного лізингу, – НАК “Украгролізинг”, яка була створена на виконання Указу Президента України від 23 лютого 2001 р. № 111 “Про додаткові заходи щодо подальшого розвитку лізингу в аграрному секторі економіки” та постанови Кабінету Міністрів України від 11 квітня 2001 р. № 354 “Про утворення Національної акціонерної компанії “Украгролізинг”.

Компанія пропонує найпривабливіші умови фінансового лізингу і найширшу мережу сервісно-технічного забезпечення техніки й обладнання, яке надається в лізинг. Головною метою підприємства “Украгролізинг” є раціональне використання бюджетних коштів у ринкових умовах, налагодження системи повернення коштів, системи кооперації між заводами та лізингодавцями, сприяння прискоренню оновлення основних фондів сільськогосподарських підприємств.

Фінансові витрати Державного бюджету на закупівлю техніки за період 2001-2005 рр.

Роки	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
Фінансові витрати на закупівлю техніки (тис.грн.)	170863,1	59432,9	182925,7	362975,1	127204,1
Передано с/г техніки на умовах фін. лізингу, шт.	1920	963	1922	2768	1337
Повернуто коштів (%)	13%	41%	71%	82%	98%

Як бачимо з табл. 4.5, з бюджету щорічно витрачається від 59 млн.грн. до 363 млн.грн., це незначні кошти в загальній сумі видатків бюджету. Крім того, не спостерігається жодної закономірності збільшення або зменшення витрат на закупівлю техніки, що ускладнює аналіз. Але спостерігається позитивна тенденція щодо повернення витрачених коштів. Якщо в 2001 р. було повернуто лише 13%, то в 2005 р. – майже 100%, що ще раз підтверджує незбитковість витрат державного бюджету на придбання техніки на умовах лізингу,

Загалом за роки існування компанії вдалося закупити 18,1 тисячі одиниць техніки і обладнання на суму понад 1,34 млрд. грн.

Сільськогосподарська техніка і обладнання передаються у фінансовий лізинг терміном на три-сім років. При цьому плата за користування коштами дорівнює 7% від невідшкодованої суми, що у перерахунку на п'ять років становить 3,1% річних від первісної вартості. Більш дешевих коштів для лізингоодержувачів не існує. До того ж 3,1% річних значно менші від рівнів річної інфляції, що фіксуються впродовж останніх років, тож відсоткові платежі лізингоодержувачів компенсуються з надлишком.

Протягом 2006 р. практично вся сільгоспмашинобудівна галузь і галузь сільського господарства були позбавлені державної підтримки, бо фінансування компанії відкрилося лише у четвертому кварталі. Окрім цього, 230 млн. грн., із загальної суми коштів, виділених 2006 р. НАК «Укragenrolizing», уряд перекинув на інші бюджетні програми. Цей рік був дуже складним для компанії.

Під час розробки Держбюджету на 2007 р. компанія та профільний комітет Верховної Ради пропонували виділити на оновлення машино-тракторного парку АПК 1 мільярд гривень. Ця сума розрахована на підставі замовлень сільгосппідприємств. Однак виділено лише

270 млн. грн, хоча на перше півріччя року від селян надійшло замовлень на 650 млн. грн.

У 2006 р. було прийнято рішення про збільшення статутного фонду НАК «Украгролізинг», що знайшло своє відображення в Державному бюджеті на 2006 р. Ці кошти планувалось витратити на придбання сільськогосподарської техніки з подальшою передачею її у лізинг. Саме цей захід і спричинив збільшення питомої ваги фінансування НАК «Украгролізинг» в загальній сумі витрат бюджету, проте в 2007 р. вже спостерігалось суттєве його зменшення.

Кошти, передбачені в бюджеті на 2007 р., були освоєні протягом 9 місяців. За цей період НАК «Украгролізинг» придбано і передано на умовах фінансового лізингу 1480 одиниць техніки на суму 270 млн.грн.

Таблиця 4.6

Фінансування НАК «Украгролізинг» за рахунок коштів Державного бюджету, млн. грн.

Найменування	2006 р.			2007 р.		
	Загальний фонд	Спеціальний фонд	Разом	Загальний фонд	Спеціальний фонд	Разом
Збільшення статутного фонду НАК «Украгролізинг»	230	183	413	–	–	–
Заходи з операцій фінансового лізингу вітчизняної сільськогосподарської техніки	–	–	–	120	150	270
Повернення коштів у частині відшкодування вартості сільськогосподарської техніки, переданої суб'єктам господарювання на умовах фінансового лізингу	–	-175	-175	–	-150	-150
Питома вага фінансування НАК «Украгролізинг» в загальній сумі витрат бюджету	0,21	0,59	0,29	0,08	0,47	0,15

Таблиця складена на основі Законів України про Державний бюджет України на 2006 та 2007 рр.

До створення Дніпропетровської філії НАК «Украгролізинг» господарства області отримували сільськогосподарську техніку через «Юм-Агро», обласну

базу “Дніпроагротехсервіс”, ВАТ “Дніпроагротехсервіс-2000”, “Кільченський агротехсервіс”. У травні 2001 р. до філії було приєднано обласну базу, а в квітні 2002 р. – ВАТ “Дніпроагротехсервіс-2000”. До передачі права вимоги боргових зобов’язань до філії заборгованість по вищезазначених лізингодавцях становила 8526 тис. грн., а відсоток сплати лізингових платежів – 19,8 %.

Створена у 2001 році Дніпропетровська філія НАК “Украгролізинг” протягом першого року роботи уклала договори з 50 лізингоодержувачами, придбавши для них за рахунок коштів Державного лізингового фонду 207 одиниць техніки на суму 25625,4 тис. грн.

На 01.01.2003 р. Дніпропетровська філія НАК "Украгролізинг" співпрацювала з 337 лізингоотримувачами, 23% з яких – фермерські господарства. Отже, лізингова компанія більш охоче співпрацює з крупними підприємствами, які в змозі запропонувати більш цікавий інвестиційний проект. Але аналіз погашення лізингових платежів свідчить на користь фермерських господарств. Якщо в середньому відсоток погашення заборгованостей склав 44,8%, то фермерські господарства області виконали свої зобов'язання перед компанією на 58,4%, що значно перевищує показник погашення лізингових платежів сільгоспвиробниками інших форм господарювання. Дещо покращилась ситуація на початок 2006 р. З 419 лізингоотримувачів, 100 – фермерські господарства, що становить 23,9% від господарств, з якими співпрацює Дніпропетровська філія НАК “Украгролізинг”. Отже збільшується кількість фермерських господарств, які укладають угоди фінансового лізингу. Але вартість отриманої фермерськими господарствами техніки становить 11,5% від загальної суми. Це можна пояснити тим, що крупні підприємства обирають дорожчу, але більш якісну техніку (наприклад, трактор ХТЗ), тоді як фермерські господарства задовольняються більш дешевою (наприклад, трактор ЮМЗ). І в 2005 році фермерські господарства краще виконували свої зобов'язання перед компанією, ніж підприємства інших форм господарювання. Рівень проплат фермерів становить 77,5%, тоді як в середньому по області відсоток виконання зобов'язань – 61,3%. Крім того, в загальній сумі заборгованості питома вага фермерських господарств – 6,7%. Тобто, співпраця компанії з фермерськими господарствами менш збиткова, ніж з підприємствами інших форм господарювання. З 419 лізингоотримувачів 191 (45,6%) повністю виконують свої зобов'язання перед компанією, 50 (26,2%) з них – фермерські господарства. 68 господарств (з них 3 ФГ) мають стовідсоткову заборгованість, тобто вони є претендентами на вилучення техніки.

Надана НАК «Украгролізинг» господарствам Дніпропетровської області техніка на початок 2006 р.

Форма господарювання	Кількість господарств		Підлягає сплаті до 01.01.06, тис. грн.	Повернуто, грн.	Заборгованість, грн.	Відсоток розрахунку, %
	од.	%				
ФГ	100	23,9	5407,1(11,5%)	4190,5(14,5%)	1216,6(6,7%)	77,5
Інші	319	76,1	41651,99	24635,59	17016,4	59,1
Разом	419	100	47059,09	28826,09	18233,00	61,3

Розподіл фермерських господарств, що уклали угоди фінансового лізингу з Дніпропетровською філією НАК «Украгролізинг», по районах області на початок 2006 р. наведено в табл. 4.8.

Як свідчать дані таблиці, лише 2,94%, тобто 100 фермерських господарств з 3405 на початок 2006 р. користувались технікою, яку отримали у фінансовий лізинг. У Нікопольському районі з 63 фермерських господарств, а в Софіївському з 103 - жодне не скористалось даною послугою.

Таблиця 4.8

Фермерські господарства, що співпрацюють з Дніпропетровською філією НАК «Украгролізинг» в розрізі районів області на 01.01.2006 р.

Регіон	Кількість господарств, одиниць	Кількість ФГ, що отримали техніку у лізинг		Питома вага ФГ, лізингоотримувачів, у загальній їх кількості
		одиниць	%	
1	2	3	4	5
Всього по області	3405	100	100	2,94
Апостолівський	213	1	1,00	0,47
Васильківський	283	11	11,00	3,89
Верхньодніпровський	71	8	8,00	11,27
Дніпропетровський	178	3	3,00	1,69
Криворізький	158	3	3,00	1,90
Криничанський	280	5	5,00	1,79
Магдалинівський	262	6	6,00	2,29

1	2	3	4	5
Межівський	78	1	1,00	1,28
Нікопольський	63	–	–	–
Новомосковський	274	5	5,00	1,82
Павлоградський	113	3	3,00	2,65
Петриківський	78	10	10,00	12,82
Петропавлівський	80	3	3,00	3,75
Покровський	98	1	1,00	1,02
П'ятихатський	199	3	3,00	1,51
Синельниківський	235	17	17,00	7,23
Солонянський	212	9	9,00	4,25
Софіївський	103	–	–	–
Томаківський	124	3	3,00	2,42
Царичанський	84	2	2,00	2,38
Широківський	150	3	3,00	2,00
Юр'ївський	69	3	3,00	4,35

*Таблиця складена на основі даних Дніпропетровської філії НАК “Украгролізинг”.

Найбільш активно співпрацюють з НАК “Украгролізинг” фермерські господарства Синельниківського району, в загальній кількості укладених угод їм належить 17%. На другому і третьому місці знаходяться відповідно Васильківський (11%) та Петриківський (10%) райони. У Петриківському та Верхньодніпровському районах функціонує небагато фермерських господарств (відповідно 78 та 71), тому питома вага тих, які є лізингоотримувачами, досить вагома (по 12,82 та 11,27%).

Застосування схеми фінансового лізингу для сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі має істотні переваги перед звичайним банківським кредитуванням.

НАК “Украгролізинг” передає сільськогосподарську техніку в лізинг на п'ять-сім років з виплатою середньорічної кредитної ставки 3,1%. Це дає можливість сільгоспвиробникам витратити на необхідну техніку значно менше грошей, ніж при покупці її за кредити комерційних банків.

Значно легше отримати техніку за лізингом, ніж кредит. НАК “Украгролізинг” не вимагає від лізингоотримувача додаткових гарантій. Забезпеченням угоди є надана в оренду техніка, яка вилучається у

лізингоотримувача при невиконанні ним своїх зобов'язань перед компанією.

Лізингова угода більш гнучка, ніж кредит. Кредит завжди передбачає обмежені строки і розміри погашення. При лізинговій же угоді орендар може розрахувати надходження своїх доходів і запропонувати зручну для нього схему фінансування. Лізингові платежі можуть бути щомісячні, щоквартальні, піврічні; суми платежів можуть відрізнятись одна від одної.

Сільгоспвиробники не завжди можуть запропонувати відповідне забезпечення, а з огляду на сезонність і ризикованість сільського господарства, українські банки не надають фермерським господарствам середньо- і довгострокові кредити. У такій ситуації лізинг залишається єдиним доступним і ефективним способом придбання сільсько-господарської техніки.

Крім вищесказаного, можна виділити такі позитивні моменти використання лізингу:

При застосуванні лізингу орендар може використовувати одразу значно більше техніки, ніж при купівлі. А тимчасово вивільнені завдяки лізингу кошти він може використати на інші цілі.

Ще одна з переваг лізингу – можливість оплачувати лізингові платежі не тільки грошима, а й частково або повністю товарами, в першу чергу зерном та цукром, чим і користуються деякі лізингоотримувачі.

Сільськогосподарському підприємству, яке співпрацює з лізинговою компанією, значно простіше отримати кредит у банку.

У розвинутих країнах лізинг стимулюється за рахунок зниження податків, що позитивно впливає на зменшення розмірів лізингових платежів порівняно зі ставками за банківськими кредитами. В Україні операції з передачі й повернення об'єкта лізингу, а також лізингові платежі згідно з договором фінансового лізингу звільнені від сплати ПДВ. Також лізингоотримувач може скористатися податковими пільгами – лізингові платежі відносяться на собівартість продукції, включаються в суму валових витрат і, таким чином, зменшують суму прибутку, що підлягає оподаткуванню.

Але, як і будь-яке явище, лізинг не є досконалим. Одним з недоліків лізингу є те, що у випадку поломки обладнання платежі здійснюються у встановлені строки, незалежно від стану техніки. У зв'язку з цим організація технічного обслуговування машин, наданих у лізинг, повинна стати одним з пріоритетних напрямів роботи лізингових компаній.

Українська техніка має відповідати сучасним вимогам, а також реалізовуватись за помірною ціною. Сьогодні господарства, які мають вільні кошти, купують не вітчизняну техніку, а імпорту, що була у користуванні. Це є своєрідною негативною оцінкою вітчизняного машинобудування.

4.4. Управління фінансовим станом малих підприємств

Індикатором ступеня бізнесової спроможності підприємств в ринкових умовах функціонування є їх фінансовий стан. Саме він одночасно свідчить про результативність фінансово-господарської діяльності підприємства та про його потенційні можливості успішно функціонувати в кон'юнктурному бізнесовому середовищі в майбутньому періоді. Підтримка постійної дієздатності суб'єктів господарювання забезпечується засобами фінансової санації - оперативної (як комплексу антикризових заходів з попередження банкрутства) та перманентної (як комплексу ординарних заходів фінансового менеджменту з постійної підтримки належного рівня фінансового стану).

Для оцінки фінансового стану підприємства і визначення ступеня ймовірності його банкрутства використовується система фінансових показників – коефіцієнтів платоспроможності і ліквідності активів та валюти балансу, фінансової стійкості, ділової активності та ряд інших.

На основі агрегування комплексного інтегрованого вимірника фінансового стану підприємств побудовано ряд методів, як правило по імені їх авторів: моделі Альтмана, Спрінгейта, Таффлера, Романа Ліса, Бівера, Фулмера, О.Терещенка, універсальна дискримінантна функція, К-модель прогнозу банкрутства, грошових потоків тощо. Система моделей та окремих показників має чітке розмежування, але ряд показників мають подвійні назви і різні алгоритми їх розрахунку, що вносить різнобій в діагностиці фінансового стану підприємств.

Показники системи раннього попередження, реагування та прогнозування банкрутства потребують розмежування за трьома критеріями оцінки:

- за рівнем забезпеченості й ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства;
- за ступенем загрози банкрутства на основі оперативної діагностики;
- за прогнозом фінансового стану та ймовірності банкрутства.

Особливе значення в системі діагностики фінансового стану має моніторинг показників-дистимуляторів (депресантів): зменшення основного чи оборотного капіталу, зростання величини непокритих збитків, сум простроченої дебіторської та кредиторської заборгованості, втрата платоспроможності, негативна диспропорція динаміки виручки і валюти балансу тощо.

Загальна методологія вирішення зазначених питань була сформована в працях провідних вчених України – А. Гальчинського, П. Гайдуцького, М. Дем'яненка, С. Дорогунцова, П. Лайка, І. Лукінова, М. Маліка, О. Онищенко, Б. Пасхавера, П. Саблука, В. Трегобчука, О. Шпичака, Ю. Юрчишина та інших.

По мірі вирішення проблеми стабілізації економіки й виходу її на орбіту зростання (з 2000 р.) питання ринкової стійкості підприємств, її оцінки та управління поступово змістились у площину пошуку шляхів

забезпечення стійкості фінансового стану підприємств як чинника генерації ними в системі індивідуального економічного відтворення фінансових ресурсів, достатніх для вирішення питань нарощування темпів соціально-економічного розвитку.

Зазначений аспект проблеми зумовлює актуальність пошуку шляхів активізації процесу капіталізації доходів як одночасного чинника підтримки фінансової стійкості підприємств у конкурентному середовищі та формування інвестиційних ресурсів на основі ендогенних джерел їх генерації.

На сучасному етапі розвитку національної економіки України значна частина підприємств ще перебуває в інерційному стані фінансової депресії посткризового періоду або в стартовій стадії розгортання фінансово-господарської діяльності. Ці підприємства генерують ще недостатній за розміром прибуток або залишаються збитковими. Вони не можуть вчасно погашати свої зовнішні зобов'язання та внутрішні платежі, тобто зберігають кризові ознаки – хронічну неплатоспроможність та в цілому незадовільний фінансовий стан. Це заставляє прискорити їх адаптацію до все більш жорстких вимог конкурентного середовища. Адже для них існує реальна загроза банкрутства, тому та й надалі залишається актуальним проведення системи заходів, спрямованих на забезпечення оздоровлення та зміцнення фінансового стану. Особливо важливе це для аграрних підприємств, для яких в силу їх специфіки (викликані тим, що їх продукція - товари щоденного вжитку, ціни на які через малий сучасний прожитковий мінімум формуються не за принципом еквівалентності) генерований прибуток залишається ще недостатнім для здійснення розширеного відтворення на власній фінансовій основі внаслідок підтримування державою штучної диспропорції цін ринкового обміну.

Слід також зазначити, що підтримка міцного фінансового стану немало важлива і для фінансово стійких підприємств, оскільки вона формує відповідний ринковий рейтинг (а відтак і відповідний імідж), що впливає на режим ринкових відносин суб'єктів господарювання в конкурентному середовищі, посилюючи їх надійність.

Зазначене дає підставу вважати доцільним виділяти в системі фінансового менеджменту два види фінансової санації. Вони мають єдине цілеспрямування, але відмінні за своєю ідеологією. Ці види фінансової санації підприємств ми пропонуємо іменувати як операційна фінансова санація та перманентна фінансова санація.

Операційна фінансова санація підприємств повністю відповідає розумінню санації, яка склалась у літературі. Виходячи із латинського визначення терміна (лат. *sanatio* – оздоровлення, лікування) операційна санація є заходом неординарним, вимушеним, своєрідною фінансовою операцією (за медичною аналогією – хірургічним втручанням), що виступає альтернативою банкрутства («смерті») депресивних суб'єктів господарювання, тобто повної їх ліквідації як суб'єктів економічних відносин.

Операційна фінансова санація підприємств застосовується примусово за рішенням судових органів у тих випадках, коли депресивне підприємство як кандидат у банкрути за певними ознаками ще має достатні шанси після використання рішучих санаційних дій (визначених у судовому порядку, тобто примусових) відновити (відтворити) свою фінансову дієздатність як суб'єкт господарювання. Звідси чітко і однозначно видно ідеологію застосування операційної санації – запобігання банкрутства як краху суб'єкта господарювання, що проводиться не тільки і не стільки в інтересах депресивного підприємства, як в інтересах інших суб'єктів господарювання, пов'язаних з ним економічними відносинами і взаємними економічними і фінансовими зобов'язаннями. Тож операційна фінансова санація одного із депресивних підприємств – це своєрідний карантинний захід проти ланцюга передачі «бацили» фінансової неспроможності ряду інших підприємств.

Критерієм оцінки доцільності проведення операційної фінансової санації депресивного підприємства є достатній ступінь спроможності нормалізувати свій фінансовий стан та імперативи формувати в подальшому фінансові ресурси, достатні для поступального розвитку і вмотивовані результатами обґрунтованого прогнозу.

На прийняття рішення про доцільність проведення операційної фінансової санації підприємства впливає розуміння природи кризового стану, в якому перебуває суб'єкт господарювання (за характером кризи – стратегічної, збутової чи неплатоспроможності), причини його виникнення (форс-мажорні обставини, об'єктивність чи суб'єктивність, зокрема, невиключеним може бути бізнесовий непрофесіоналізм керівництва, авантюризм, невиправданий ризик тощо) та глибина репресивності – періодичність, системність, безнадійність. У відповідності до цього при визначенні конкретних заходів операційної санації використовуються адекватні реальній ситуації оцінні показники доцільності проведення санації: результати експертизи та аудиту, а також фінансово-економічного аналізу й оцінювання наявного фінансового потенціалу, здійснюваного з позиції ресурсної міцності. В останньому випадку використовується обмежене коло індикаторів, придатних для зазначеної оцінки, тобто визначальних показників.

До визначальних показників оцінки шансів спроможності депресивного підприємства нормалізувати фінансовий стан належать такі:

- загальна величина сукупного капіталу підприємства та досконалість його структури (співвідношення основного і оборотного капіталу, власного, залученого і позикового); генерація капіталу (створення нерозподіленого прибутку, ступінь реінвестування, амортизаційний фонд);

- якісні показники функціонуючого капіталу (коефіцієнт відновлення основного капіталу; дебіторська і кредиторська заборгованість і їх співвідношення; забезпеченість власними коштами запасів і витрат; коефіцієнт маневреності власного капіталу; коефіцієнт ліквідності активів - поточної, швидкої, миттєвої, абсолютної);

- продуктивність та фінансова результативність функціонуючого капіталу (оборотність основного і оборотного капіталу, товарно-матеріальних запасів, дебіторської заборгованості; рівень рентабельності – активів, власного капіталу, виробництва продукції, продаж).

При обґрунтуванні завдань операційної фінансової санації підприємства та послідовних етапів її здійснення на основі отриманих результатів оцінки доцільності й можливості відновлення фінансової спроможності суб'єкта господарювання формуються мотивовані передумови:

- ідентифікація глибини фінансової кризи (депресії) підприємства та виявлення її причин (у системі аналізу причинно-наслідкових зв'язків на снові документально підтвердженої фінансової звітності) з метою визначення заходів щодо їх подолання та усунення;

- виявлення резервів та можливостей покращання ситуації. Метою цього етапу є реалізація першочергових заходів відновлення платоспроможності підприємства;

- здійснення прогнозу можливого розвитку фінансово-економічних процесів у перспективному періоді згідно з певним сценарієм реалізації його фінансової стратегії. Метою цього етапу є розробка конкретної системи дій, спрямованих як на поточну фінансову стабілізацію підприємства, так і надовготривалу фінансову стійкість його функціонування як суб'єкта господарювання в ринковому середовищі. Це насамперед, визначається спроможністю генерувати інвестиційні ресурси та рівнем капіталізації доходів, тобто постійно підтримувати достатній рівень фінансового стану.

Перманентна фінансова санація підприємства (на відміну від операційної) включає заходи, що реалізуються за власною ініціативою суб'єкта господарювання. Вони спрямовані на підтримку потрібної дієздатності суб'єкта господарювання в його фінансово-економічних відносинах у ринковому конкурентному середовищі. Передовсім це підтримка належної платоспроможності, достатньої фінансової стійкості, позитивного сальдо грошових потоків. У цілому це сфера ефективного наступального фінансового менеджменту, досконалість якого і підтверджується дієвістю перманентної фінансової санації як профілактики виникнення фінансової кризи, що здійснюється упереджувальними засобами.

У зв'язку із цим в системі фінансового менеджменту доцільно мати службу регулярного внутрішнього контролінгу та оперативного моніторингу фінансового стану, фіксувати та оцінювати динаміку позитивних і негативних тенденцій. Слід пам'ятати, що міцність фінансового стану підприємств завжди є величиною відносною. Адже нормальним сприймається такий фінансовий стан, коли контрольні його показники-індикатори лише відповідають нормативним значенням їх величини. Успішність же бізнесової діяльності вимагає не лише стандартної величини параметрів фінансового стану, а й динамічного його розвитку, досягнення провідних позицій як переваг високої фінансової спроможності суб'єкта господарювання. У цьому розумінні механізм

перманентної фінансової санації (на відміну від операційної) є заходом ординарним, системним, постійно діючим елементом фінансового моніторингу в складі фінансового менеджменту підприємств.

Таким чином, між операційною і перманентною фінансовою санацією є відмінності, що проявляються в їх організації та інформаційному супроводженні. У системі операційної фінансової санації для прийняття рішень має значення абсолютна величина вирішальних оцінних показників, які характеризують параметри фінансового стану суб'єкта господарювання як факт на певну дату – статика. В системі ж перманентної санації ці величини сприймаються як вихідна позиція. Проте для прийняття рішення в системі перманентної фінансової санації більш важливим є змістовність змін - тих позитивних чи негативних тенденцій, відсутність чи наявність оптимістичних перспектив, тобто – динаміка процесу формування фінансового стану підприємства.

Зазначені відмінності інформаційного плану мають враховуватись при виборі методів (методик) проведення діагностики фінансового стану підприємств і визначення ймовірності їх банкрутства та порівняльної оцінки досконалості з позиції універсальності їх застосування – з метою обґрунтування заходів операційної та перманентної санації.

Операційна санація депресивних підприємств включає використання таких заходів: погашення боргу; злиття збиткових підприємств із фінансово міцними; переоформлення короткотермінових кредитів у довгострокові (відстрочка платежу); випуск цінних паперів (залучення акціонерного капіталу); продаж майна боржника або передача його в оренду; репрофільювання підприємства-боржника за іншими видами виробничої спеціалізації; надання урядом пільгових кредитів і пільг по податках; зниження мінімальної вартості старих акцій тощо. Перманентна ж санація спрямована на посилення реальної і потенційної спроможності підприємства підтримувати такий фінансовий стан, який би був достатнім для фінансування поточної діяльності, саморозвитку, реалізації потенційних можливостей, своєчасного погашення зобов'язань перед державою та своїми партнерами по бізнесу.

Отже, відмінності між операційною та перманентною фінансовою санацією полягають у тому, що в першому випадку завдання полягає у необхідності вивести підприємство на траєкторію фінансової стійкості господарського функціонування, а перманентна санація - на траєкторію сталого розвитку як здатність забезпечувати зростання за умов дотримання оптимальних пропорцій свого внутрішнього розвитку і збалансованості із взаємодіючими з нею економічними системами. В останньому випадку необхідний такий режим господарського функціонування, який би забезпечував своєчасну генерацію інвестиційних ресурсів. Зазначена обставина зумовлює необхідність більш критичного ставлення до існуючих традиційних методик оцінки фінансового стану підприємства щодо ступеня їх відповідності вимогам операційної чи перманентної санації.

У випадку перманентної санації уже недостатньо таких традиційних

показників, як оцінка майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності активів, прибутковості, ділової та ринкової активності: тут посилюється значення таких показників, які характеризують кредитоспроможність підприємства, його інвестиційну привабливість, ліквідність бізнесу, ринкову вартість підприємства.

Критична оцінка різних методик дає підстави для висновку, що оперувати необхідно оптимальною кількістю груп фінансових показників (якомога меншою) та ранжувати їх за значенням. Доцільним є формування трьох рівнів показників: група першого рівня – оборотність основного та оборотного капіталу, структура капіталу, ступінь інноваційності реінвестицій; група другого рівня – продуктивна результативність капіталу, його рентабельність; група третього рівня – фінансова стійкість, стабільність динамічного росту; група четвертого рівня – ліквідність бізнесу, динамізм вартості фірми. Задача класифікації (тобто поділу на класи певної сукупності об'єктів, що аналізуються) може бути розв'язана за допомогою дискримінантного аналізу, який є розділом класичного факторного статистичного аналізу.

Вперше задачу прогнозування банкрутства було розв'язано американським ученим Е. Альтманом [29]. Обрахований ним показник імовірності банкрутства, як оцінна характеристика поточного фінансового стану підприємства, одержав назву коефіцієнта Альтмана. Змістовно цей коефіцієнт є індексом кредитоспроможності.

При побудові свого індексу Е. Альтман обстежив 66 підприємств, половина з яких збанкрутіла в період 1946-1965 рр., а половина працювала успішно. При цьому Е. Альтман дослідив 22 аналітичних коефіцієнти, які могли бути корисними для прогнозування можливого банкрутства. З цих 22-х показників він відібрав 5 найбільш вагомих і побудував регресійне рівняння багаточинника. Отже, індекс Альтмана є функцією від деяких показників, що характеризують економічний потенціал підприємства і результати його роботи. Він набув такого вигляду:

$$Z = 1.2 A + 1.4 B + 3.3 C + 0.6 E + 1.0 E, \quad (4.1)$$

де Z - інтегральний показник рівня загрози банкрутства;

A - співвідношення робочого капіталу і загальної вартості активів;

B - співвідношення чистого прибутку і загальної вартості активів;

C - співвідношення чистого доходу і загальної вартості активів;

O - співвідношення ринкової капіталізації компанії (ринкової вартості) до суми заборгованості;

E - співвідношення обсягу продажу (виторгу) до загальної вартості активів.

В залежності від величини показника Z – коефіцієнта імовірність банкрутства підприємства, за Альтманом, була визначена такою: $Z < 1.8$ – дуже висока; $1.8-2.7$ – висока; $2.7-3.0$ – можлива; 3.0 – низька.

Цінність моделі Е. Альтмана полягає у методологічному підході до розв'язання задачі, а не у самій відповіді, тобто в отриманих значеннях

одержаної величини індексу. Як зазначають деякі вітчизняні та зарубіжні дослідники, формулу (4.1) не можна використовувати в фінансових розрахунках, оскільки:

а) вона одержана на основі поведінки фірм в умовах західної економіки 50-60-х років минулого століття, що несе в собі помилки екстраполяції процесів, актуальних для того часу, на сучасність, і тому він мало придатний для загальної якісної оцінки сучасного стану бізнесу. Порогові значення Z – коефіцієнта ніяк не пов'язані з вірогідністю сучасних підприємств;

б) Z – коефіцієнт може використовуватись лише у разі оцінки фінансового стану відносно великих компаній, які котирують свої акції на біржах, саме курс їх акцій і впливає на величину коефіцієнта;

в) відсутня статистика банкрутства та врахування багатьох чинників, що впливають на фінансовий стан підприємства; нестабільність і невідпрацьованість нормативної бази.

Коефіцієнт Альтмана (Z – коефіцієнт, індекс кредитоспроможності) побудований на основі дискримінантного аналізу (Multiple-discriminate analis – MDA) дає змогу в MDA першому наближенні поділити господарючі суб'єкти на потенційних банкрутів і не банкрутів.

Ідеологія побудови системи оцінки фінансового стану підприємства, що її застосував Є. Альтман, була творчо використана у побудові цілого ряду методик, що в економічній науковій літературі фігурують як модель Спрінгейта, універсальна дискримінантна функція, модель Романа Ліса, прогнозна модель Таффлера, модель Фулнера, коефіцієнт Бівера, дискримінантна функція О. Терещенка, R -модель прогнозу ризику банкрутства, рейтингової оцінки фінансового стану, співвідношення Cash Flow до заборгованості, коефіцієнт відновлення платоспроможності тощо. Позитивні елементи різних відомих методик оцінки фінансового стану увійшли до офіційних методик визначення фінансового стану підприємств, оцінки кредитоспроможності підприємств, оцінки інвестиційної привабливості підприємств тощо.

Таким чином, в сучасних умовах переходу національної економіки України у фазу соціально-економічного зростання нагромаджений досвід оцінки фінансового статусу підприємств є цінним передовсім з позиції ідентифікації їх поточного стану для конкретної змістовності фінансового менеджменту: проведення операційної санації чи санації перманентної.

Для більшості українських підприємств найбільш актуальними є питання перманентної санації з націленістю її на забезпечення високої і стійкої платоспроможності, генерацію коштів для інтенсифікації виробництва та інноваційно-інвестиційного розвитку. Їх розгортання потребує величезних коштів, джерелом яких є виключно ефективний процес індивідуального розширеного відтворення та реалізація потенціалу інтелектуального капіталу. Проведене нами дослідження фінансового стану аграрних підприємств Дніпропетровської області за останні 7 років (2000-2006 рр.) свідчать про те, що не всі існуючі системи раннього попередження, реагування і прогнозування банкрутства рівнозначні і

достатньо адекватно відображають фінансовий стан підприємств, рівень їх депресивності. Найбільш достовірно показують ступінь депресивності фінансового стану підприємств моделі Бівера, Спрінггейта, Романа Ліса, Таффлера. Моделі ж Альтмана, *R*-модель, універсальна дискримінантна функція та функція О. Терещенка мають завищене значення та свідчать про наявність певних ресурсів для позитивної зміни ситуації. Ці моделі та методи не уловлюють швидких динамічних змін в операційній сфері діяльності підприємств, не фіксують термін виникнення загрози, а для передбачення перспективи потребують використання додаткової інформації щодо пошуку резервів протистояння загрозі.

Проведені дослідження оцінки фінансового стану підприємств та детермінантних процесів, генерованих окремими чинниками, встановили, що аграрні підприємства за весь 7-річний період не мали достатніх інвестицій як і з зовнішніх, так із внутрішніх фінансових джерел. В цілому подолано депресивність стану за рахунок істотного посилення режиму економії, але фактичний їх фінансовий стан малонадійний. Підприємства відчують дефіцит виробничих запасів в оборотних активах (коефіцієнт дорівнює 0,32 при нормі 0,50), нестійкий коефіцієнт маневреності власного капіталу, низький коефіцієнт абсолютної ліквідності (0,12 при нормі 0,20) і коефіцієнт ліквідності (0,32 при нормі 0,50). Це свідчить про те, що підприємства ще не мають необхідних ресурсів для погашення термінової заборгованості і своєчасного формування необхідного обсягу оборотних коштів для забезпечення здійснення комплексу виробничо-технічних операцій і досягнення стратегічної цілі.

Проведена діагностика фінансового стану аграрних підприємств засвідчує те, що вони розпочали використовувати у своїй діяльності безпосередньо ринкові інструменти фінансової стабілізації насамперед в операційній сфері виробничо-господарської діяльності із запобіжними заходами щодо ризикових операцій, тобто в розрахунку на вивірені схеми. Проте досягнутий фінансовий стан ще не стійкий.

З метою досягнення надійного рівня платоспроможності аграрним підприємствам необхідно здійснити такі заходи:

- чітко сформулювати методичні підходи і побудувати систему діагностики фінансового стану і заходів запобігання банкрутства для кожного підприємства окремо з урахуванням його специфіки;
- розмежувати систему показників раннього попередження, реагування і прогнозування банкрутства за такими критеріями оцінки: загальний рівень забезпеченості і ефективності використання ресурсного потенціалу; оцінка рівня банкрутства при оперативному аналізі; прогнозу фінансового стану та ступінь ймовірності банкрутства;
- проводити систематичний моніторинг фінансового стану з метою превентивного та факторного аналізу передбачення дії дистимулюючих факторів, що негативно впливають на ситуацію. Це дозволить своєчасно здійснювати запобіжні антикризові заходи, стимулювати прибутковість та підвищити платоспроможність підприємств.

4.5. Ціноутворення як чинник регулювання економічних відносин малих підприємств

В умовах становлення ринкової економіки важливим чинником фінансової стратегії малих підприємств є проведення зваженої цінової політики на товарному ринку. У зв'язку з цим необхідно мати уяву про функції ціни, види цін, володіти найбільш розповсюдженими методами ціноутворення, розуміти їхньої особливості.

За даною проблемою є ряд публікацій [3, 6, 10, 25, 28].

У роботі під редакцією С.Ф. Покропивного ціна визначається як грошові вираження вартості товару і послуг, що завжди коливається біля ціни виробництва і відображає рівень суспільно необхідних витрат [10, с. 423].

У роботі Бойко В.В. розглянуті функції ціни, які полягають у тому, що ціна виступає як засіб обліку і виміру витрат суспільної праці на виробництво товарів; здійснює зв'язок між пропозицією та попитом; є найважливішим стимулом відповідно до руху платоспроможного попиту; дозволяє державі здійснювати політику перерозподілу національного доходу [3, с. 219].

У роботі за редакцією Б.И. Чайкіна і В.Ж. Дубровського розглянута внутрішня ціна підприємства, яка містить перемінні витрати, прибуток підрозділу, постійні витрати, і все це складає внутріфірмову ціну, а трансферна ціна додатково враховує вплив регіональних і ринкових факторів [28, с. 398].

Для нормального ходу відтворювального процесу в ринковій економіці ціна має особливе значення, що визначається її основними функціями: вимірювально-інформаційною й обліковою, розподільною, регулюючою, стимулюючою.

Вимірювально-інформаційна та облікова функції ціни полягає в тому, що вона обслуговує обіг з реалізації товарів і разом з тим інтереси всіх щодо самостійних учасників товарного обороту: виробника – посередника – покупця. За допомогою ціни створюється вираження в єдиній грошовій формі різноманітних за своїм натуральним виміром ресурсів, витрат і результатів, а також різних вартісних показників, використовуваних у господарській практиці. Тут виявляється її облікова функція.

Стимулююча функція ціни полягає в тому, що вона є стимулом до застосування найбільш економічних методів виробництва і найбільш повному використанню ресурсів. Ціна входить до складу економічного механізму, що здійснює вплив на виробництво через вартісні економічні важелі: прибуток, рентабельність, податки, санкції і т.п.

Особливо варто підкреслити роль ціни як одного з основних показників конкурентоспроможності продукції і стимулюючого фактора підвищення її якості.

Розподільча функція ціни полягає в розподілі доходу між виробниками і споживачами. Якщо ціна товару нижча за його вартість, то виробник працює собі в збиток. Споживач, використовуючи продукцію, також має різну економічну вигоду. Іншими словами, за допомогою цін здійснюється

ринковий перерозподіл знов створеної вартості.

Регулююча функція ціни полягає в тому, що вона є центральним ядром складної високоорганізованої системи сучасних ринків, механізмом ринкових зв'язків.

Різноманітність функцій ціни зумовлюють появу в економіці системи цін. Усі види цін можна підрозділити в такий спосіб:

За характером обороту, що обслуговується: оптові, роздрібні, закупівельні ціни, кошторисна вартість (об'єктів будівництва і капітально-відбудовного ремонту), ціни і тарифи на послуги населенню.

За ступенем конкуренції на ринку, а також державного впливу і регулювання: вільні (ринкові) ціни, фіксовані ціни і тарифи, регульовані, паритетні, індикативні ціни.

За способом встановлення: тверді (постійні), поточні, змінні ціни.

З урахуванням фактора часу: постійні, сезонні, тимчасові ціни.

За способом одержання інформації про рівень цін: довідкові, прейскурантні, розрахункові ціни.

Залежно від видів ринку: аукціонні ціни, біржові котирування, ціни торгів.

Внутріфірмові: трансферні ціни.

За умовами постачання і продажу: ціна нетто, ціна брутто (фактурна ціна), франко.

Світові ціни: по сировинних товарах визначаються рівнем експортерів чи імпортерів, цінам бірж, аукціонів; по виробках виробничо-технічного призначення – цінами провідних світових виробників; по товарах народного споживання – цінами, опублікованими провідними великими каталогами. Широко застосовується система знижок до цін.

Зазначена система цін забезпечує взаємозв'язок усіх елементів ринкового господарського механізму. Нині існуюча система цін у процесі свого становлення пройшла декілька послідовних етапів.

В економічних умовах перехідного періоду використання колишніх (до 1991 р.) нормативних підходів до визначення цін стало неможливим, а умови застосування ринкових методів ще не сформувалися. Проте, централізоване планування і регулювання стало поступово замінятися вільним ринковим ціноутворенням. З 1992 р. підприємствам і фірмам було надане право встановлювати ціни на основі взаємної угоди між продавцями і покупцями. Так з'явилося нове для української економіки поняття – вільна ціна.

Лібералізація цін розглядалася як основний засіб перетворення економіки, переходу її за ринкових відносин. Передбачалося, що питання структурної перебудови виробництва, приватизація державної власності, демонополізація виробництва, фінансової підтримки пріоритетних сфер економіки й інші не менш важливі питання будуть вирішуватися, в основному, шляхом саморегулювання економічних процесів у результаті функціонування вільних цін, тобто на взаємних інтересах продавця і покупця. У сутності це означало, що підприємства самі повинні

приспосовуватися до нових умов господарювання. Ті з них, що виявлялися нездатними вижити в такій ситуації, повинні були стати банкрутами.

Проте, лібералізація процедури ціноутворення з поступовим зниженням ролі, а потім і ліквідацією системи державного комітету з ціноутворення, в умовах монополю спеціалізованих підприємств автоматично привела й до монополю роздування цін з початку 1992 р.

Найбільшою мірою подорожчали, у порівнянні з 1991 р., паливно-енергетичні ресурси, сировина і матеріали. Ціни в паливній промисловості збільшилися в 69,9 раза, у тому числі у вугільній – у 78,7 раза, нафтовидобувній – у 62,6 раза, у чорній металургії – у 51 раз, у кольоровій – у 33,4 раза (за даними Мінстату України). Це призвело, як відомо, до гіперінфляції (у 1993 р. – 10255%). Однак не тільки зростання цін виявилось її причиною, а й інші фактори: дефіцит бюджету, падіння виробництва, неконтрольований приріст швидкості обороту грошей у комерційних банках (так звані «короткі гроші»), зростання бартерних розрахунків і залікових операцій, затримки з виплатою заробітної плати, ріст безробіття, використання у внутрішніх розрахунках іноземної валюти, витік капіталу за кордон, кредитування Національним банком комерційних банків, неринкове поведіння підприємців, високі процентні ставки під кредити і позички, високі податки (80-120%), до них додалася проблема неплатежів, що буквально захлиснула всю країну. Чи ледве не всі підприємства стали банкрутами. Причому самим головним банкрутом стала держава.

Крім того, неприйнятними для України стали умови, за яких надаються кредити і допомога міжнародними фінансовими організаціями. Одна з них – вимога про безумовну лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності – призвела Україну до «кіоскової революції» за допомогою напливу імпортованих товарів, яка стала істотною перешкодою для розвитку в країні ринкової економічної системи.

У 1992-1993 рр. і частково в 1994-1995 рр. основою цінової політики вітчизняних підприємств стала модель інфляційного ціноутворення. В основі такого ціноутворення лежали інфляційні чекання, тобто припущення менеджерів про те, наскільки потрібно підвищити діючі на даний момент ціни, щоб компенсувати інфляційний ріст витрат і зберегти прибутковність. При цьому практично припинилася серйозна робота з обліку витрат і не проводилася належним чином робота з маркетингового обґрунтування ціни з позицій економічної вартості товарів для покупців. Зниження інфляції в 1995-1996 рр., і особливо різке в наступні роки, привело до істотної зміни ситуації.

За роки спаду виробництва та інфляції українські підприємства розгубили велику частину тих своїх конкурентних переваг, що були пов'язані з більш низьким рівнем витрат, у порівнянні із закордонними виробниками. Очевидне те, що в умовах масового вторгнення на ринок іноземних конкурентів колишня інфляційна модель ціноутворення стала не прийнятною. Лише згодом, поставивши ціни на ґрунт реальних витрат, з'явилась можливість переходу до комерційного ціноутворення на основі

обліку економічної вартості товару і її зіставлення з можливими витратами на виробництво та збут.

У сучасних умовах ціноутворення на передній план висунулися питання ціноутворення на основі зміни попиту та пропозиції на ринках як товарів, а також і факторів виробництва (земля, робоча сила, капітал). Це є основою відтворювальних процесів. Однак на рух ринкових цін впливає також складний комплекс факторів: продуктивність праці, ефективність виробництва, циклічний характер відтворення, стан грошового обігу, платіжного балансу і державних фінансів, характер державного регулювання господарських процесів (оподатковування, процентні ставки, валютний курс, дотації, субсидії, пільги і т.п.). Це стосується, насамперед, мікроекономічного аспекту ціноутворення, тобто встановлення цін певною фірмою чи підприємством на окремі групи і види товарів (робіт, послуг).

Аналітичний огляд публікації [3,6, 10, 25, 28] дозволив виділити такі найбільш розповсюджені методи в методології ціноутворення:

- на основі витрат виробництва;
- валові витрати плюс норма прибутку;
- середні витрати плюс норма прибутку;
- граничне ціноутворення;
- ціноутворення з орієнтацією на ціни конкурентів;
- одночасний облік витрат виробництва і ринкової ситуації, у першу чергу попиту;
- ціноутворення на основі аналізу графіків беззбитковості і забезпечення цільового прибутку;
- конкурентне ціноутворення (установлення ціни на основі відкритих чи закритих торгів).

Існують і модифікації вищевказаних методів. Розробляючи цінову стратегію, підприємство може вибрати й апробувати альтернативні методи ціноутворення. При сучасних можливостях економіко-математичного моделювання, програмного і комп'ютерного забезпечення з використанням постійно оновлюваної вихідної інформації в блоці даних можуть оперативно оцінюватися різні методи ціноутворення. Проте перевага надається концепції ціни за витратами виробництва

До оцінки методів визначення ціни на основі витрат виробництва економісти підходять по-різному. Вважається, що цей метод характеризує нижню межу цін, що індексуються з урахуванням інфляційних очікувань.

Визначення нижньої границі межі здійснюється за формулою:

$$C_n = (Z_c + H_n) \times K_{inf}, \quad (4.2)$$

де Z_c – власні витрати на одиницю продукції;

H_n – нормативний прибуток, встановлений з урахуванням ціни конкурентів;

K_{inf} – коефіцієнт інфляції.

Витратний підхід до ціноутворення – нібито, на перший погляд,

найбільш надійний. В його основі лежить така реальна категорія, як витрати фірми на виробництво і збут товару.

Проте у багатьох випадках величину витрат на одиницю продукції, що, власне, і повинна бути основою ціни при цьому підході, неможливо визначити до того, як ціна буде встановлена.

Практика застосування цін, визначених на основі витрат виробництва, що базуються на калькулюванні витрат за бухгалтерським обліком, привела до необхідності оцінки умов беззбитковості. При цьому до числа факторів, що забезпечують беззбитковість, включаються обсяг виробництва, виторг від реалізації і прибуток.

Як відомо, валовий прибуток є функцією обсягу виробництва продукції, собівартості і ціни. У реальному житті в умовах ринкової економіки обсяг виробництва не завжди тотожний обсягу продажу. Тому для забезпечення цільового прибутку потрібно не тільки забезпечити прибуток на одиницю продукції. В умовах еластичного попиту підвищення ціни обумовлює збільшення прибутку на одиницю продукції, але при цьому приводить до зниження обсягу продажу і зменшенню розміру загального прибутку.

Таким чином, максимальний прибуток можна одержати необов'язково при встановленні максимальної ціни на товар. І тут виникає проблема оптимізації ціни, тобто потрібно знайти таку ціну на товар (при визначеному обсязі його продажу), за якої прибуток буде максимальним (чи цільовим).

При ринковій організації збуту продукції рівень ціни визначає можливий обсяг продажу і, відповідно, можливий масштаб виробництва. Тим часом і економічна теорія, і бухгалтерський облік визнають, що від масштабу виробництва безпосередньо залежить величина витрат на виробництво одиниці продукції. При зростанні масштабів випуску знижується сума постійних витрат, що припадає на один виріб, і, відповідно, величина середніх витрат на його випуск.

Саме такий підхід дозволяє уникнути серйозних недоліків витратного ціноутворення – установа високих цін на «слабких» ринках (тобто ринках з кон'юнктурою, що погіршується) чи занадто низьких цін на «сильних» ринках (тобто ринках зі зростаючим попитом).

Звичайно, відмовлення від витратного ціноутворення дається менеджерам фірми нелегко, оскільки реально він вимагає визначення їхньої позиції з питання про ціну навіть до початку інвестування у виробництво нової продукції. Це особливо незвично для українських підприємств, де двигуном розвитку був завжди виріб як таке. Тому у використанні цінового підходу до ціноутворення нерідко допускаються помилки.

Задача вартісного підходу до ціноутворення полягає зовсім не в тому, щоб клієнти фірми були задоволені. Таку прихильність, зрештою, неважко придбати і за рахунок великих знижок з цін. Вартісне ціноутворення покликане забезпечити, насамперед, одержання більшого прибутку за

рахунок досягнення вигідного для фірми співвідношення «вартість/витрати», а зовсім не за рахунок максимального нарощування обсягів продажів (це елемент іншої стратегії).

Процедура розробки цінової політики, а потім і визначення на її основі конкретних рівнів цін, побудована на зведенні воедино різних факторів, здатних вплинути на умови збуту і прибутковість операцій фірми при тих чи інших варіантах цін на її продукцію.

Стратегічна мета фірми є основою для визначення напрямків її діяльності протягом тривалого часу і тому звичайно встановлюються без чіткого тимчасового обмеження. Реалізація стратегії припускає рішення ряду конкретних завдань у найрізноманітніших сферах діяльності фірми: виробництві, керуванні витратами, просуванні товарів і ціноутворенні. При цьому такі завдання мають конкретні терміни реалізації і чіткі критерії оцінки виконання.

Найбільш загальними – генеральними, є завдання:

- забезпечення продажів;
- одержання прибутку.

Список таких завдань може бути дуже великий, його розмір визначається тільки мірою винахідливості менеджерів. Але лише деяка мета може бути визнана прийнятною. Критерії оцінки прості: прийнятні ті завдання, що можуть бути вирішені при реально існуючій ситуації на ринку, і вирішені так, щоб вони забезпечили фірмі нормальну рентабельність з продажу.

Лише коли аналіз ринкової ситуації підтверджує, що стратегічна мета фірми може бути забезпечена за рахунок вирішення визначених завдань саме в області ціноутворення, можна робити наступний крок – розробляти тактику ціноутворення, тобто, набір практичних заходів для керування цінами на продукцію фірми, що використовується для вирішення поставлених перед ціновиками завдань.

У період становлення ринкових відносин в Україні знаходить усе більше поширення метод встановлення ціни на рівні конкуренції. Головними факторами при визначенні ціни є не витрати виробництва і попит, а кількість і дії конкурентів.

Цей метод реалізується як «проходження у фарватері», тобто, при визначенні ціни на свій товар виробник, особливо МП, орієнтується на ціни фірми, що контролює найбільшу частину ринку. При цьому можлива невелика націнка чи знижка, але різниця залишається стабільною.

Цей загальний підхід має різні модифікації встановлення ціни в залежності від конкретних умов, у першу чергу – від особливостей продукції і типу ринку.

Успішна діяльність будь-якого товаровиробника, незалежно від форм власності, у жорстких умовах ринкових відносин не може бути гарантована тільки застосуванням правильних методів встановлення ціни. Поряд з цим важливе значення мають розумна цінова тактика і послідовна реалізація глибоко обґрунтованої цінової стратегії.

Стратегія ціноутворення. В основу визначення базових, вихідних цін можуть бути покладені витрати, думка покупців, ціни конкурентів. Найпростіший метод визначення ціни на основі витрат – їхнє встановлення шляхом простого додавання до собівартості продукту визначених націнок, що характеризують витрати, податки і норми прибутку на шляху руху продукту від виробника до споживача.

Далі до даної групи варто віднести розрахунок ціни на «беззбитковості», тобто, положення нульового прибутку чи нульових збитків.

На політику ціноутворення значно впливають конкуренти і їхня можлива реакція на зміну цін на ринку. Тому врахування цін конкурентів є важливим елементом у сфері ціноутворення. Якщо за основу ціни приймається ціна конкурентів, витрати чи попит перестають відігравати вирішальну роль, особливо коли можна вимірити еластичність попиту, тобто, визначити його вплив на зміну ціни.

Підхід до ціноутворення змінюється, якщо продукт є частиною продуктової номенклатури. У цьому випадку організація прагне установити ціни, які максимізують сумарний прибуток. Для даної ситуації виділяють п'ять стратегій ціноутворення:

- установлення цін для різної продуктової номенклатури з урахуванням розходжень у їхній собівартості, в оцінках їхніх властивостей покупцями і цін конкурентів;

- одночасне встановлення цін як на основний продукт, так і на додаткові продукти;

- установлення низької ціни на основний продукт і завищення ціни на обов'язковий супутній продукт;

- установлення гранично низької, безприбуткової ціни на малоцінні побічні продукти, що дає можливість зменшити ціну на основний продукт;

- пакетне ціноутворення, коли продавець поєднує кілька продуктів, пропонуючи їх за сумарною зменшеною ціною.

Базові ціни звичайно змінюють з урахуванням розходжень між клієнтами й умовами продажу. У цьому зв'язку використовують такі стратегії адаптації цін: цінові знижки і заохочення, дискримінаційне ціноутворення за психологічним принципом, що стимулює ціноутворення, ціноутворення за географічним принципом.

Цінова знижка надається виробником оптовим покупцям і роздрібним торговцям, іншим клієнтам протягом певного часу.

Використовують такі види цінових знижок: знижки за платіж готівкою; знижка за кількість товару, що купується; функціональні знижки – зниження ціни для організацій системи товароруку, що виконують визначені функції з продажу товару, його збереженню; сезонні знижки. Заохочення використовуються ними у вигляді зменшення преїскурантної ціни на новий товар за умови повернення старого.

Дискримінаційне ціноутворення – продаж товару за двома чи більш різними цінами не залежно від витрат. Установлення дискримінаційних цін здійснюється в різних формах:

- у залежності від сегмента покупців – різні покупці сплачують за той самий товар різні ціни;
- у залежності від варіанта товару різні його версії продаються за різними цінами, без урахування різниці у витратах;
- з урахуванням місцезнаходження товару – товар продається за різною ціною у різних місцях, хоча витрати для цих місць однакові;
- з урахуванням часу – ціни міняються в залежності від сезону.

Ціноутворення за психологічним принципом засноване на тому, що при визначенні ціни враховуються не тільки економічні, але і психологічні фактори. Наприклад, дослідження показали, що споживачі сприймають більш дорогі товари як більш високоякісні. Хлібопекарська промисловість в Україні використовувала посуху 2007 р. і недобір урожаю зерна як психологічний чинник для підвищення цін на хліб. До збору врожаю 2007 р., хліб випікали з дешевого зерна минулих років, проте ціни на хліб вже істотно зросли.

Стимулююче ціноутворення – тимчасове зниження ціни нижче преїскурантної, іноді нижче собівартості, з метою активізації продажу на короткому інтервалі часу. Здійснюється для зниження надлишкових товарних запасів.

Ціноутворення за географічним принципом припускає встановлення різних цін для споживачів у різних частинах країни. Завищення цін доцільно для покриття більш високих транспортних витрат.

Політика ціноутворення виступає важливим чинником у розвитку нових галузей, створення нових видів продукції (спутниковий зв'язок і супутникове телебачення, телекомунікації й електроніка нового покоління, робототехніка, штучні матеріали з заданими властивостями і т.ін.), забезпеченні сервісного обслуговування в гарантійний термін чи на період життєвого циклу реалізованої продукції. При цьому, під політикою цін розуміють загальну мету, яку підприємство збирається досягти за допомогою цін на свою продукцію. Наприклад, найбільш повне використання наявних потужностей у період підвищення попиту на даний вид продукції на ринку; одержання максимуму прибутку в короткостроковій перспективі; закріплення репутації лідера в якості вироблених товарів; визначення реального життєвого циклу товару на ринку і т.ін.

Формування цінової політики завжди пов'язано з кінцевою метою – прибутковою реалізацією продукції як можна більшому числу покупців.

Практика свідчить про те, що цінова політика не завжди буває досить опрацьованою. Найбільш часто зустрічаються наступні помилки: ціноутворення зайве та орієнтоване на витрати; ціни недостатньо пристосовані до зміни ринкових умов; ціна розглядається у відриві від інших елементів системи маркетингу, ціни недостатньо враховують окремі варіанти виконання продукції і сегменти ринку.

4.6. Оптимізація кредитування малих підприємств

Мале підприємництво – важливий фактор підйому національної економіки, що вимагає продуманої і гнучкої державної й банківської кредитно-інвестиційної політики. Така політика повинна припускати оптимальні форми сполучення різних способів фінансування малих підприємств: самофінансування, державних інвестицій, банківського кредитування й часток (зовнішніх) інвестицій.

Чималу роль тут повинне зіграти удосконалення податкової системи. Пільги й преференції по податках для малих підприємств є, по суті, формою непрямой державної фінансової підтримки малого бізнесу, що підсилює потенціал його самофінансування. Крім того, вони стимулюють інвестиційну активність малого підприємництва, створюють можливості для реалізації стратегії структурної перебудови промисловості за рахунок перетікання коштів мобільного капіталу малого підприємництва.

Особливості функціонування малих підприємств зумовлюють значні кредитно-інвестиційні ризики в сфері малого бізнесу. Для того, щоб перебороти ці ризики й вижити в складних умовах невизначеності, малим підприємствам необхідні інвестиції. З іншого боку, наявність ризиків у малому бізнесі знижує інвестиційну привабливість малих підприємств. Ця обставина вимагає створення схем і механізмів, що забезпечують стабільність роботи малого підприємства в умовах швидко мінливої кон'юнктури ринку.

У зв'язку із цим продовжують залишатися значимими питання фінансування малих підприємств, їхньої інвестиційної підтримки, обґрунтування кредитних вкладень і дослідження їхньої доступності для малих підприємств, надання їм різних пільг з повернення боргу й т.ін. Розв'язок питань про виділення інвестиційних ресурсів під проекти розвитку малих підприємств звичайно здійснюється на основі відомих методик з обґрунтування кредитно-інвестиційних вкладень. Однак не менш важливим і концептуальним є аналіз основних тенденцій і закономірностей розвитку малих підприємств, що використовують кредитно-інвестиційний ресурс.

Варто мати на увазі, що дослідження кредитно-інвестиційної політики, що здійснюється стосовно сектора малого бізнесу, істотно ускладнюється й теоретико-методичними труднощами. Як правило, воно обмежується лише якісними методами аналізу, тоді, як характер завдань, що виникають, вимагає застосування кількісних методів, і, зокрема методів економіко-математичного моделювання, адаптованих до специфіки досліджуваного економічного об'єкта – малого підприємства. Складність полягає в тому, що в теперішній час необхідний економіко-математичний інструментарій тільки починає створюватися.

Головним завданням сучасного етапу є підтримка позитивних результатів, що досягаються шляхом розвитку підприємницьких відносин,

вибору раціональної стратегії розвитку малого бізнесу, створення сприятливих умов для функціонування підприємств, і зокрема забезпечення їх ефективної кредитно-інвестиційної підтримки.

Важливим фактором розвитку малого підприємства є інвестиції. Джерелом інвестицій може бути як власний прибуток підприємства, так і зовнішня фінансова підтримка. Зовнішні інвестиції, поряд з позитивними сторонами мають також і недоліки. Негативно позначається на кредитній діяльності малих підприємств той факт, що кредити державних фондів є в дійсності позиками, за якими відсотки виплачуються із чистого прибутку підприємств, що значно збільшує їхні податки. У випадку звичайного банківського кредиту відсотки включаються до складу витрат підприємства, що кредитується, і зменшує обсяг оподаткованого прибутку. Недоліком банківських кредитів є висока процентна ставка за кредитом.

Однією з форм підтримки малих підприємств, що широко застосовується в країнах з недостатнім рівнем розвитку малого й середнього бізнесу є інвестиції у вигляді разових безпроцентних кредитів або кредитів з фіксованої (низькою) процентною ставкою. При цьому важливо мати математичну модель динаміки розвитку малого підприємства, що дозволить зв'язати ефект від інвестицій з основними параметрами підприємства, а також урахувати можливі ризики малого підприємства.

Основні принципи застосування економіко-математичного аналізу до діяльності малих підприємств закладені в роботах [7, 8]. Запропоновані методи дозволяють досліджувати динаміку розвитку підприємства за допомогою диференціальних рівнянь, що містять набір найбільш істотних змінних, і відображають вплив як зовнішніх факторів (наприклад, динаміки інвестицій), так і внутрішніх характеристик підприємства (собівартість, фондівіддача й т. ін.). При цьому діяльність підприємства описується з використанням інтегрованих показників: приймаються гіпотези про монопродуктовість підприємства, незмінності й одиничності застосовуваної технології й т. ін., що вимагає в ряді випадків спеціального обґрунтування вірогідності й можливості застосування отриманих результатів. Даний інструментарій, принципи й гіпотези моделювання, використані в роботах [7, 8] призначені саме для малих, а не великих підприємств. Малі підприємства, як правило, вузькоспеціалізовані і є монопродуктовими; використовують одну технологію, не змінюючи її в процесі свого функціонування й тощо.

Аналіз інвестиційних проблем розвитку малого підприємництва, як правило, обмежується якісними методами. У роботі [7] подаються економіко-математичні моделі, що використовують апарат диференціального числення й ураховують різні способи інвестування малого бізнесу (самофінансування, державна підтримка, кредитування). Моделі дозволяють досліджувати динаміку розвитку малих підприємств залежно від різних інвестиційних стратегій, що припускають різні комбінації способів інвестування. У роботі [8] наданий цілий спектр

концептуальних економіко-математичних моделей розвитку малого підприємства, що використовують апарат теорії диференціальних рівнянь. Взаємозв'язки між змінними цих моделей представлені системою функцій, неперервних від фактору часу. При цьому основними операційними поняттями є виробничі функції економічних об'єктів, а також концепції динаміки економічних систем, узгодження короткострокових і довгострокових економічних інтересів. Фактор невизначеності зовнішнього середовища малого підприємства, що функціонує в умовах економіки, реформується та ураховується в цих моделях за допомогою варіантного підходу. У роботі [8] провадиться огляд моделей динаміки малого підприємства й розглядається узагальнена модифікація моделі розглянутого класу, що враховує більш широкий комплекс факторів, що впливають на динаміку досліджуваного економічного об'єкта. Так, вивчаються комбіновані схеми фінансування малих підприємств, умови доступності кредитів, визначається оптимальна стратегія фінансування малого підприємства зовнішнім інвестором. У зазначених роботах в основному досліджується аналітична структура отриманих рішень.

Метод дослідження й вибір моделі базується на системному підході до аналізу динаміки розвитку малого підприємства. Мале підприємство, що функціонує в умовах становлення ринкових відносин, є самостійним економічним агентом ринкової економіки, діяльність якого з позицій економіко-математичного моделювання, може бути формалізована з використанням деякого мінімального набору параметрів, що описують роботу самого підприємства, а також його взаємодію з ринковим середовищем. При цьому необхідно мати на увазі, що мале підприємство - це найбільш динамічна й безінерційна система, здатна відносно більш високими темпами нарощувати власний капітал, ніж велике підприємство. Темп розвитку малого підприємства безпосередньо залежить від його внутрішніх ресурсів, тобто від капіталу, що формується в результаті виробничо-господарської діяльності, що ним здійснюється. Чим більший об'єм цього капіталу, тим більше можливостей у малого підприємства для збільшення свого ресурсного потенціалу, для придбання необхідних інгредієнтів виробництва. Цей капітал надалі буде йменуватися – “фонд накопичення”.

Таким чином, прибуток малого підприємства є внутрішнім джерелом, що формує фонди його розвитку й визначає силу дії позитивного зворотного зв'язку. У цьому контексті фонди розвитку можуть розглядатися як внутрішній інвестиційний фактор розвитку малого підприємства. Чималу роль у формуванні ресурсного потенціалу малого підприємства виконує зовнішній кредитно-інвестиційний фактор. Його дія виявляється через установлені потоки фінансових коштів з різних джерел: 1) державних інвестицій; 2) інвестицій різних фондів підтримки малого підприємництва; 3) кредитних ресурсів, що надаються банківською системою; 4) кредитних ресурсів, що надаються іншими юридичними й фізичними особами (кредитні організації, іноземні інвестори, лихварі тощо).

Зовнішній кредитно-інвестиційний фактор впливає на розвиток системи, доповнюючи дію розглянутого позитивного зворотного зв'язку економічного об'єкта, і визначає темпи динаміки його розвитку. При цьому важливими виявляються як величина кредитно-інвестиційної підтримки і її регулярність (динаміка інвестицій у часі), що здійснюється, так і інші умови її надання (плата за інвестиційний ресурс у вигляді ставки відсотка за кредит, строки повернення кредиту й т. ін.).

Вперше у вітчизняній науковій літературі зазначені моделі були застосовані до аналізу діяльності малих підприємств у роботі [17]. Метою роботи [17] було чисельне дослідження динаміки розвитку малого підприємства за умови одержання разового кредиту, що виплачується протягом 24 місяців. Ставилось завдання врахувати ризики пов'язані з кон'юнктурою ринку й визначити оптимальну стратегію погашення кредитної заборгованості. Далі в цьому параграфі будуть висвітлені результати роботи [17].

Мале підприємство може розвиватися за рахунок як внутрішніх джерел (прибутку), так і зовнішньої фінансової підтримки. Основні виробничі фонди - єдиний фактор, що визначає випуск продукції. Мале підприємство функціонує при незмінній технології, що означає сталість його фондівіддачі. З урахуванням зазначених передумов виробнича діяльність описується однофакторною виробничою функцією, а темпи розвитку підприємства визначаються динамікою розвитку основних виробничих фондів. Модель, що була застосована в [17], відрізняється від моделі [7] тим, що в роботі [17] було враховано ризик, який пов'язаний з реалізацією виробленої продукції.

У рамках сформульованої моделі, розглянуте наступне завдання. Підприємство одержує одноразовий кредит в момент часу $t = 0$ величиною K_0 , що призводить до збільшення вартості початкових основних фондів A_0 на суму кредиту K_0 . Погашення кредиту провадиться щомісяця на суму $D(t)$ (t – номер місяця). За кредитом нараховуються відсотки з фіксованою річною ставкою r_1 . Треба визначити таку стратегію погашення кредитної заборгованості протягом 24 місяців, що забезпечить максимальну економічну ефективність проекту.

Мале підприємство працює в умовах ризику. Частка P випущеної продукції перебуває в зоні ризику, тобто може бути не реалізована. Величина P визначається статистично:

$$p = \frac{\overline{P(t) - P_R(t)}}{P(t)}, \quad (4.3)$$

де $P(t)$ – випуск продукції в момент t у вартісному вимірі;

$P_R(t)$ – реалізована продукція в момент t у вартісному вимірі.

Риса над правою частиною рівності (1) означає статистичне усереднення.

Для даного завдання, залежність між основними змінними моделі малого підприємства подається наступною системою рівнянь:

$$\tilde{A}_0 = A_0 + K_0 \quad (4.4)$$

$$P(t) = f \cdot A(t), \quad (4.5)$$

$$M_{tot}(t) = (1 - c) \cdot P(t) - pP(t), \quad (4.6)$$

$$M(t) = M_{tot}(t) - N(t), \quad (4.7)$$

$$N(t) = \tau \cdot k_1(1 - \xi)M(t), \quad (4.8)$$

$$\frac{dA}{dt} = \xi \cdot (M(t) - D(t)), \quad (4.9)$$

де f – показник фондівіддачі (за один місяць);

$A(t)$ – вартість основних виробничих фондів;

\tilde{A}_0 – вартість основних виробничих фондів у момент $t = 0$;

c – питома собівартість випуску продукції у вартісному вираженні;

p – ризик підприємства, тобто математичне сподівання частки нереалізованої продукції;

$M_{tot}(t)$ – загальний прибуток малого підприємства;

$M(t)$ – чистий прибуток малого підприємства за винятком податкових відрахувань;

$N(t)$ – сума податкових відрахувань;

τ – ставка оподаткування на прибуток;

ξ – частка чистого прибутку, що відраховується на реінвестування ($0 \leq \xi \leq 1$);

k_1 – коефіцієнт, що відображає частку реінвестованих коштів прибутку, що не мають пільг з оподаткування (не всі реінвестовані кошти звільняються від податків), і оцінюється статистичним шляхом $0 \leq k_1 \leq 1$;

$D(t)$ – частина боргу, що виплачується в момент часу t .

Внаслідок лінійності системи рівнянь (4.4) – (4.9) по $P(t)$, $M(t)$ і $A(t)$, ці величини можуть бути подані у вигляді суми двох доданків:

$$P(t) = P_0(t) + \Delta P(t), \quad (4.10)$$

$$M(t) = M_0(t) + \Delta M(t), \quad (4.11)$$

$$A(t) = A_0(t) + \Delta A(t). \quad (4.12)$$

В (4.10) – (4.12) величини в правих частинах рівностей позначені індексом 0 і зумовлені динамікою основних фондів без обліку інвестицій, а додаткові (ΔP і т.д.) - зумовлені одноразовим кредитом у момент часу

$t = 0$ в розмірі K_0 . Тепер систему рівнянь (4.4) – (4.9) потрібно переписати зробивши заміну $\tilde{A}_0 \rightarrow K_0$, $M \rightarrow \Delta M$, $P \rightarrow \Delta P$, $A \rightarrow \Delta A$.

Зазвичай кредит виплачується саме за рахунок частини прибутку $\Delta M(t)$. Тому будемо досліджувати тільки динаміку частини прибутку $\Delta M(t)$. Тоді з (4.4) - (4.9) знаходимо (з урахуванням зазначеної заміни):

$$\begin{aligned} \Delta M(t) &= a_0 \cdot \Delta A(t), \\ \text{де} \quad a_0 &= \frac{(1 - c - p)f}{1 + \tau \cdot k_1 \cdot (1 - \xi)}. \\ \frac{d\Delta A}{dt} &= a \cdot \Delta A(t) - \xi \cdot D(t). \end{aligned} \quad (4.13)$$

де $a = \xi \cdot a_0$. Частина прибутку $(1 - \xi)$ йде на створення поточного фонду накопичення F :

$$F(t) = (1 - \xi)(\Delta M(t) - D(t)).$$

Відсотки по кредиту r_1 поділяються на дві частини:

$$r_1 = r_0 + r,$$

- r_0 ставка Центробанку, що входить до складу собівартості,
- r частина кредиту, що виплачується з фонду накопичення.

Фонд накопичення потрібно обчислювати окремо для першого й другого років:

$$\Phi_1 = \int_0^{12} F(t) dt = (1 - \xi) \int_0^{12} (a_0 \Delta A(t) - D(t)) dt, \quad (4.14)$$

$$\Phi_2 = \int_{12}^{24} F(t) dt = (1 - \xi) \int_{12}^{24} (a_0 \Delta A(t) - D(t)) dt. \quad (4.15)$$

Якщо фонду Φ_1 достатньо для погашення відсотка r за перший рік, то тоді сальдо за перший рік:

$$S_1 = \Phi_1 - r,$$

буде додатним. Якщо сальдо S_1 виявляється від'ємним, то воно переходить як борг на другий рік і на нього нараховуються відсотки. Таким чином, борг O_1 за негативне сальдо S_1 складе:

$$O_1 = (1 + r)S_1.$$

Результуюче сальдо за 2 роки складе:

$$S = \begin{cases} \Phi_2 - r + O_1, & S_1 < 0. \\ \Phi_1 + \Phi_2 - 2r, & S_1 > 0. \end{cases}$$

Визначимо величину “економічна ефективність проекту” (E), як суму

вартості виробничих фондів наприкінці другого року $\Delta A(24)$ й результуючого сальдо S :

$$E = \Delta A(24) + S.$$

Саме величину E обираємо як критерій оптимальності проекту.

З метою ілюстрації запропонованої моделі при виконанні розрахунків використано значення параметрів в системі (4.4) – (4.9), що є характерними для малих підприємств Дніпропетровської області [13, 15]: $c = 0,39$; $p = 0,015$; $\tau = 0,25$; $f = 0,09$; $k_1 = 0,9$; $\xi = 0,68$; $r = 0,05$. Вважаємо, що питома собівартість c містить вклад r_0 .

Розглянемо наступні стратегії виплати зовнішнього боргу K_0 за 24 місяця.

I) *Весь одержуваний за місяць t прибуток іде на погашення частини боргу.* У цьому випадку праві частини рівнянь (4.9) і (4.13) дорівнюють нулю. Це означає, що $\Delta A = const$, а саме:

$$\Delta A = K_0.$$

Борг виплачується рівними частинами за n місяців ($n \leq 24$): $D(t) = \frac{K_0}{n}$. Тоді з (4.13) знаходимо:

$$aK_0 = \frac{\xi}{n} K_0, \Rightarrow n = \frac{\xi}{a} = 20,07. \quad (4.16)$$

Таким чином, борг буде повністю виплачений за 20 місяців. Надалі грошові суми будемо записувати в одиницях K_0 , тобто будемо вважати $K_0 = 1$. При необхідності ми легко можемо повернутися до звичайних грошових одиниць, помноживши отримані величини на K_0 . Після того як борг виплачений, рівняння (4.13) набуває вигляду:

$$\frac{d\Delta A}{dt} = a \cdot \Delta A(t). \quad (4.17)$$

Розв'язок рівняння (4.17) для $t = 21, \dots, 24$ має вигляд:

$$\Delta A(t) = K_0 e^{a \cdot (t - t_p)}, \quad (4.18)$$

де $t_p = 20$. Поєднуючи (4.16) для $t \leq 20$ й (4.18), одержуємо криву, що описує динаміку фондів (в одиницях K_0):

$$\Delta A_1(t) = \begin{cases} 1, & t = 0, \dots, 20; \\ e^{a \cdot (t - t_p)}, & t = 21, \dots, 24. \end{cases}$$

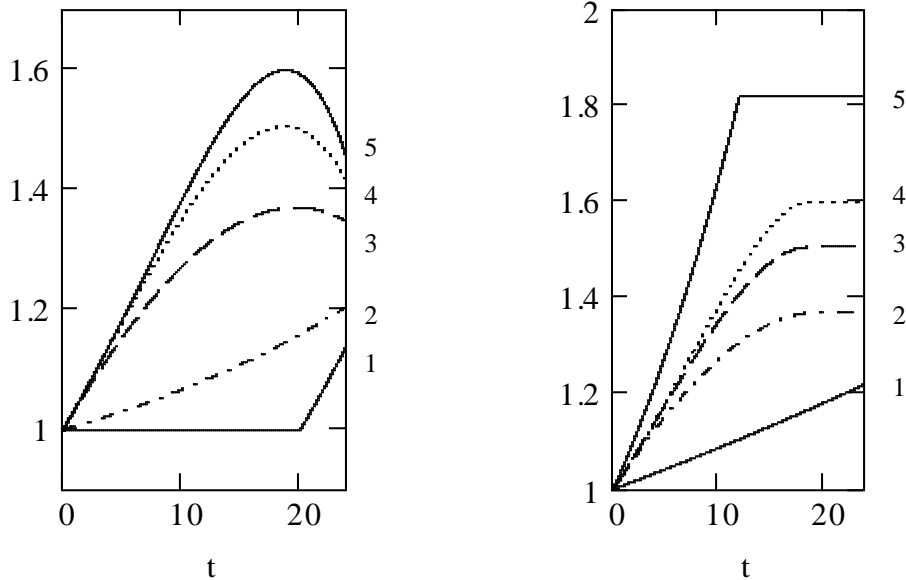


Рис. 4.4. Динаміка виробничих фондів: 1 - $\Delta A_1(t)$; 2 - $\Delta A_2(t)$; 3 - $\Delta A_3(t)$; 4 - $\Delta A_4(t)$; 5 - $\Delta A_5(t)$.

Рис. 4.5. Динаміка виробничих фондів за умови неспадання: 1 - $\Delta A_6(t)$; 2 - $\Delta \tilde{A}_3(t)$; 3 - $\Delta \tilde{A}_4(t)$; 4 - $\Delta \tilde{A}_5(t)$; 5 - $\Delta A_7(t)$.

Ця крива показана на рис. 4.4. Основний борг K_0 буде виплачений повністю. Оскільки $\Phi_1 = 0$, то $O_1 = -(1+r)r$. На кінець 2 року сальдо, у цьому випадку, складе:

$$S = 0,0669 - 0,05 - 0,0525 = -0,0356.$$

Виробничі фонди наприкінці другого року – $\Delta A_1(24) = 1,1422$. Таким чином, приріст виробничих фондів складе 14,22%, економічна ефективність:

$$E = 1,1422 - 0,0356 = 1,1066.$$

II) Борг виплачується рівними частинами протягом 24 місяців. У рівняння (4.13) підставляємо:

$$D(t) = D_0 = \frac{K_0}{24}.$$

Розв'язок рівняння (4.13) набуває вигляду ($K_0 = 1$):

$$\Delta A_2 = \left(1 - \frac{1}{24a_0}\right)e^{a \cdot t} + \frac{1}{24a_0}.$$

Крива ΔA_2 показана на рис. 4.4. Сальдо за перший рік $S_1 = -0,0114$, сальдо $S = -4 \cdot 10^{-3}$; виробничі фонди наприкінці другого року $\Delta A_2(24) = 1,2052$, приріст виробничих фондів 20,52%. Економічна ефективність:

$$E = 1,2012.$$

III) Сума виплачуваного боргу лінійно зростає з часом:

$$D(t) = b_1 \cdot t. \quad (4.19)$$

Для випадку (4.19) розв'язок лінійного неоднорідного диференціального рівняння (4.13) з постійними коефіцієнтами має вигляд:

$$\Delta A_3(t) = \left(1 - \frac{\xi \cdot b_1}{a^2}\right) \cdot e^{a \cdot t} + \frac{\xi \cdot b_1}{a^2} (a \cdot t + 1), \quad (4.20)$$

Коефіцієнт b_1 в (4.19) визначається з умови повної виплати боргу за 24 місяці:

$$\int_0^{24} b_1 t dt = K_0 = 1. \quad (4.21)$$

З (4.21) дістанемо - $b_1 = 0,00347$. Крива ΔA_3 (4.20) показана на рис. 4.4. Максимальне значення досягається в точці $t_m = 19,35$, $\Delta A_3(t_m) = 1,3693$. Підприємство не може допустити зниження вартості основних фондів, тому частина суми (q), необхідна для підтримки основних фондів на рівні 1,3693, повинна бути взята з фонду накопичення:

$$q = \int_{t_m}^{24} (\Delta A_3(t_m) - \Delta A_3(t)) dt.$$

В даному випадку $q = 0,0332$. Тепер динаміка основних виробничих фондів буде визначатися функцією:

$$\Delta \tilde{A}_3(t) = \begin{cases} \Delta A_3(t), & t \leq t_m; \\ \Delta A_3(t_m), & t_m < t \leq 24. \end{cases} \quad (4.22)$$

Функція $\Delta \tilde{A}_3(t)$ зображена на рис. 4.5. Сальдо за перший рік $S_1 = 0,094$, сальдо $S = \Phi_1 + \Phi_2 - 2r - q = 0,0295$; виробничі фонди наприкінці другого року $\Delta \tilde{A}_3(24) = 1,3693$, приріст виробничих фондів 36,93%. Економічна ефективність:

$$E = 1,3693 + 0,0295 = 1,3988.$$

IV) Сума виплачуваного боргу квадратично зростає з часом:

$$D(t) = b_2 \cdot t^2.$$

Коефіцієнт b_2 визначається аналогічно b_1 і дорівнює: $b_2 = 2,17 \cdot 10^{-4}$. Для цього випадку розв'язок диференціального рівняння (4.13) є:

$$\Delta A_4(t) = \left(1 - \frac{2\xi \cdot b_2}{a^3}\right) \cdot e^{a \cdot t} + \frac{\xi \cdot b_2}{a^3} [(a \cdot t + 1)^2 + 1].$$

Функція $\Delta A_4(t)$ представлена на рис. 4.4. Максимальне значення досягається в точці $t_m = 18,7$, $\Delta A_4(18,7) = 1,5043$; $q = 0,1306$. Функція $\Delta \tilde{A}_4(t)$ визначається за схемою (22) і представлена на рис. 5. $S_1 = 0,1416$; $S = -0,0699$. Приріст виробничих фондів 50,43%.

Економічна ефективність: $E = 1,4344$.

V) Сума виплачуваного боргу кубічно росте з часом:

$$D(t) = b_3 \cdot t^3.$$

Коефіцієнт b_3 дорівнює: $b_3 = 1,2 \cdot 10^{-5}$. У цьому випадку розв'язок диференціального рівняння (11.11) має вигляд:

$$\Delta A_5(t) = \left(1 - \frac{6\xi \cdot b_2}{a^4}\right) \cdot e^{a \cdot t} + \frac{\xi \cdot b_3}{a^4} \left[(a \cdot t + 1)^3 + 3at + 5\right].$$

Функцію $\Delta A_5(t)$ показано на рис. 4.4. Максимальне значення досягається в точці $t_m = 18,73$, $\Delta A_5(t_m) = 1,598$, $q = 0,2488$. Функція $\Delta \tilde{A}_5(t)$ показана на рис. 4.5, $S_1 = 0,1643$; $S = -0,1384$. Приріст виробничих фондів 59,8%. Економічна ефективність:

$$E = 1,3087.$$

Економічна ефективність менша, ніж в випадку стратегій III і IV.

VI) Сума виплачуваного боргу становить фіксовану частину прибутку:

$$D(t) = d \cdot \Delta M(t). \quad (4.23)$$

Ця стратегія означає, що щомісяця підприємство виплачує фіксовану частку прибутку, що воно одержує в той самий місяць. Розв'язок рівняння (4.13) з урахуванням (4.23) є:

$$\Delta A_6(t) = e^{\xi \cdot a_0(1-d) \cdot t}.$$

Фонди накопичення (4.14) і (4.15) у цьому випадку дорівнюють:

$$\Phi_1 = (1 - \xi)(1 - d) \int_0^{12} (a_0 \Delta A_6(t)) dt,$$

$$\Phi_2 = (1 - \xi)(1 - d) \int_{12}^{24} (a_0 \Delta A_6(t)) dt.$$

Параметри ξ й d підприємство може варіювати в широких межах (від нуля до одиниці). Але ці параметри не є незалежними. Вони зв'язані умовою виплати основної частини боргу за 24 місяці:

$$K_0 = \int_0^{24} D(t) dt,$$

або

$$d \cdot a_0 \int_0^{24} e^{\xi \cdot a_0(1-d) \cdot t} dt = 1. \quad (4.24)$$

Чисельний розв'язок рівняння (4.24) представлений на рис. 4.6.

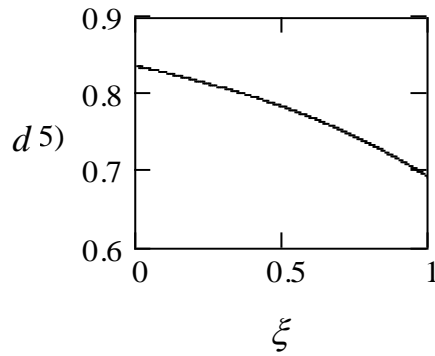


Рис. 4.6. Залежність d від ξ .

Розрахунки будемо виконувати для $\xi = 0,68$; тоді $d = 0,7563$. Функція $\Delta A_6(t)$ представлена на рис. 4.5. Максимальне значення досягається в точці $t = 24$, $\Delta A_6(24) = 1,219$; $S_1 = 0$; $S = 0,003$. Приріст виробничих фондів 21,9%. Економічна ефективність:

$$E = 1,222.$$

VII) *Виплата боргу за схемою “кредитні канікули”*. Ця стратегія виплат протилежна стратегії I. Якщо в стратегії I приріст виробничих фондів починався після виплати боргу, то в цьому випадку підприємство спочатку направляє весь дохід на розвиток виробництва, тобто на приріст основних фондів, а потім, починаючи з деякого місяця t_1 , весь прибуток направляється на погашення основного боргу K_0 й відсотків по кредиту. На рис. 4.5 показана функція:

$$\Delta A_7(t) = \begin{cases} \exp\{at\}, & t < 12; \\ \exp\{12a\}, & t \geq 12, \end{cases}$$

що відповідає випадку і розглядається, для $t_1 = 12$. Для порівняння наведемо значення величин, що розраховуються, для двох значень t_1 :

$$t_1 = 11: \Delta A_7(24) = 1,7297; S = 0,0176; E = 1,7473.$$

$$t_1 = 12: \Delta A_7(24) = 1,8181; S = -0,0157; E = 1,8023.$$

Підприємство саме може вибрати t_1 , надаючи перевагу або результуючому сальдо S , або ефективності E . На рис. 4.7 представлені графіки величин S і E залежно від t_1 .

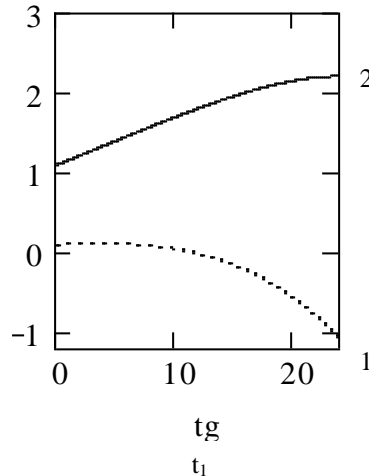


Рис. 4.7. Залежність сальдо й ефективності від t_1

1- сальдо S , 2 – ефективність E

4.6.1. Модель впливу темпів упровадження інноваційних рішень на динаміку розвитку малого підприємства

Інноваційна діяльність підприємства є надійним гарантом його економічного успіху. В [7] зазначається, що для зміцнення позицій на ринку підприємство повинне визначити свою інноваційну політику, що має п'ять головних складових:

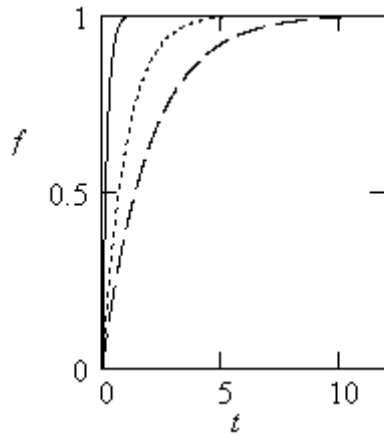
1. Запровадження нової техніки, технологій або нових організаційних методів забезпечення комерційно — фінансової діяльності.
2. Розробка і впровадження продуктів з новими якостями.
3. Використання нових видів сировини та енергоносіїв.
4. Структурні зміни в організації виробництва.
5. Поява нових ринків постачання та збуту.

Інноваційний процес передбачає створення, освоєння та розповсюдження інновацій. Інновація та інноваційний процес тісно пов'язані між собою і їм притаманні три основні властивості: науково – технічна новизна, виробниче використання та комерційна реалізація. Приймаючи ту чи іншу стратегію, фірма повинна враховувати чотири важливих фактори:

- ризик;
- досвід виконання попередніх стратегій;
- фактори часу;
- реакцію власників фірми на прийняту стратегію.

У роботі [17] розглянуте питання про вплив темпів впровадження нових технологій на економічну ефективність підприємства. Нижче викладені основні результати роботи [17].

Оскільки на впровадження нової технології необхідний певний час, то в рівнянні (4.5) фондоддача є функцією часу:



$$f(t) = f_m \cdot \left(1 - \exp\left(-\frac{t}{T}\right)\right) \quad (4.25)$$

Рис. 4.8. Криві $f(t)$: суцільна лінія - $T = 0,2$; точкова - $T = 1$; пунктирна - $T = 2$.

де f_m - планове значення фондівдачі. Це значення досягається за характерний час T . Оскільки надалі всі розрахунки будуть проводитися для трьох значень параметра T ($T = 0.2; 1; 2$), де для ілюстрації залежності (4.25), функція $f(t)$ (для $f_m = 1$) показана на рис. 4.8 при зазначених значеннях T .

Розглянемо наступні стратегії виплати зовнішнього боргу K_0 за 24 місяці.

1) Сума виплачуваного боргу лінійно зростає згодом:

$$D(t) = b_1 \cdot t.$$

У цьому випадку розв'язок лінійного неоднорідного диференціального рівняння (4.13) має вигляд:

$$\Delta A_1(t) = \left(K_0 - \xi \cdot b_1 \int_0^{24} p \cdot e^{-\varphi(p)} dp \right) \cdot e^{\varphi(t)}, \quad (4.26)$$

де

$$\varphi(t) = a \cdot f_m \left[t - T \left(1 - e^{-\frac{t}{T}} \right) \right].$$

Коефіцієнт b_1 визначається з умови повної виплати боргу за 24 місяці:

$$\int_0^{24} b_1 t dt = K_0 = 1. \quad (4.27)$$

З (4.27) знайдемо - $b_1 = 0,00347$. Надалі грошові суми будемо записувати в одиницях K_0 , тобто будемо вважати $K_0 = 1$. При

необхідності ми легко можемо повернутися до звичайних грошових одиниць, помноживши отримані величини на K_0 . Розв'язок ΔA_1 (4.26) при різних значеннях параметрів T і для двох фіксованих значень ξ показаний на рис. 4.9 ($\xi = 0,8$) і на рис. 4.10 ($\xi = 0,2$). Максимальні значення $\Delta A_1(t)$ на рис. 4.9 при відповідних значеннях t рівні: $\Delta A_1(22,23) = 1,51$ (при $T = 0,2$), $\Delta A_1(21,14) = 1,44$ (при $T = 1$), $\Delta A_1(19,88) = 1,35$ (при $T = 2$). Максимальні значення $\Delta A_1(t)$ на рис. 4.10 при відповідних значеннях t рівні: $\Delta A_1(15,63) = 1,15$ (при $T = 0,2$), $\Delta A_1(15,36) = 1,13$ (при $T = 1$), $\Delta A_1(15,03) = 1,11$ (при $T = 2$).

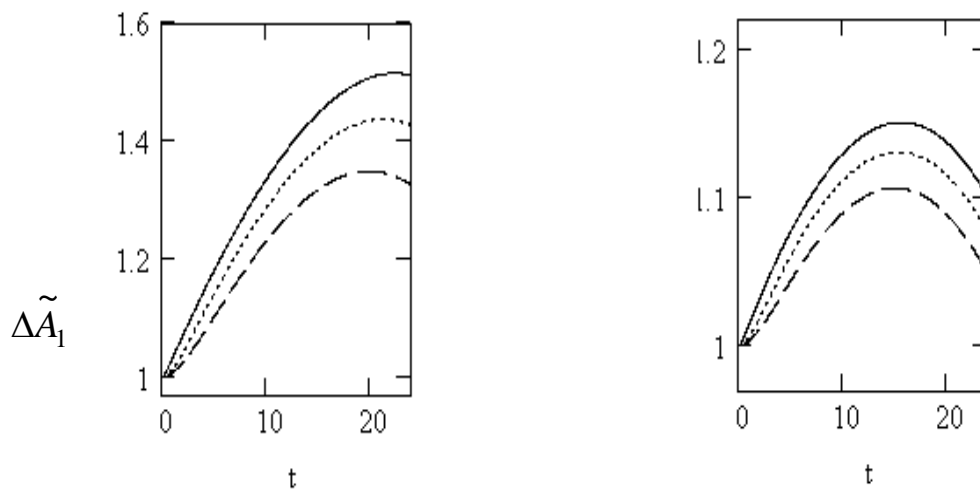


Рис. 4.9. Криві ΔA_1 для $\xi = 0,8$: суцільна лінія – $T = 0,2$; точкова – $T = 1$; пунктирна – $T = 2$.

Рис. 4.10. Теж, що й на рис.4.5 для $\xi = 0,2$.

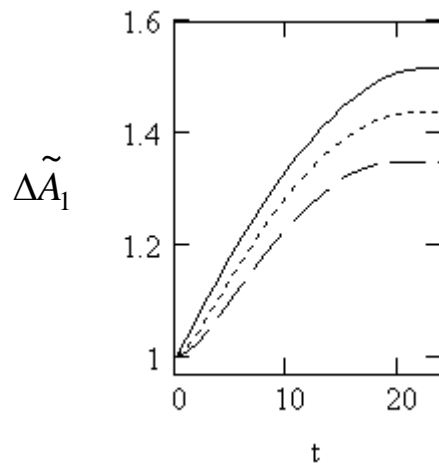


Рис. 4.11. Криві $\Delta \bar{A}_1(t)$ для $\xi = 0,8$: суцільна лінія – $T = 0,2$; крапкова – $T = 1$; пунктирна – $T = 2$.

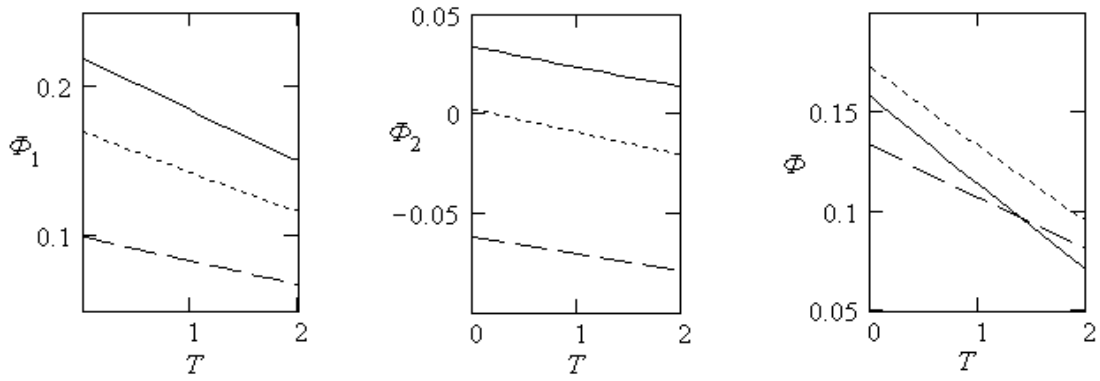


Рис. 4.12. Рис. 4.12. Фонди нагромадження Φ_1 , Φ_2 й сумарний

Підприємство не може допустити зниження вартості основних фондів тому частина суми (q), необхідна для підтримки основних фондів на рівні максимального значення, повинна бути взята з фонду нагромадження:

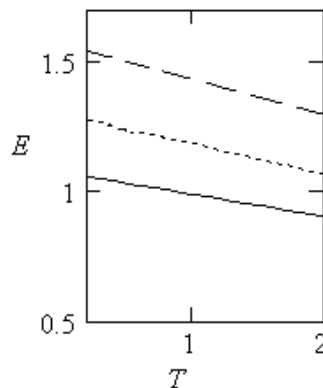


Рис. 4.13. Економічна ефективність, к функція параметра T

$$q = \int_{t_m}^{24} (\Delta A_1(t_m) - \Delta A_1(t)) dt.$$

Тепер динаміка основних виробничих фондів буде визначатися функцією:

$$\Delta \tilde{A}_1(t) = \begin{cases} \Delta A_1(t), & t \leq t_m; \\ \Delta A_1(t_m), & t_m < t \leq 24. \end{cases}$$

Функція $\Delta \tilde{A}_1(t)$ для $\xi = 0,8$ зображена на рис. 4.11. Тепер формула економічної ефективності має бути уточнена в такий спосіб:

$$E = \Delta A(24) + S - q. \quad (4.28)$$

Розрахунок фондів нагромадження по (4.14) і (4.15), а також сумарного фонду $\Phi = \Phi_1 + \Phi_2$ залежно від T показаний на рис. 4.12.

Результати розрахунку економічної ефективності як функції параметра T , у рівнянні (4.28) представлені на рис. 4.13.

2) Сума виплачуваного боргу становить фіксовану частину прибутку:

$$D(t) = d \cdot \Delta M(t). \quad (4.29)$$

Ця стратегія означає, що щомісяця підприємство виплачує фіксовану частку прибутку від тієї, що воно одержує в той же місяць. Рішення рівняння (4.13) з урахуванням (4.29) є:

$$\Delta A_2(t) = K_0 \exp \left\{ a_1 (1-d)t \left(1 - e^{-\frac{t}{T}} \right) \right\}.$$

де

$$a_1 = \frac{(1-c-p) \cdot f_m}{1 + \tau \cdot k_1 \cdot d}$$

Фонди нагромадження (4.14) і (4.15) у цьому випадку є:

$$\Phi_1 = (1-d) \sum_{t=1}^{12} a_0 \Delta A_6(t),$$

$$\Phi_2 = (1-d) \sum_{t=12}^{24} a_0 \Delta A_6(t).$$

Параметри T й d підприємство може варіювати в певних межах. Але ці параметри не є незалежними. Вони зв'язані умовою виплати основної частини боргу за 24 місяці:

$$K_0 = \sum_{t=1}^{24} D(t), \quad (4.30)$$

Чисельний розв'язок рівняння (4.30) поданий на рис. 4.14. Оскільки d не може перевищувати 1, підприємство не може допустити, щоб строки впровадження нової технології перевищували $T_{\max} = 2,06$ (місяців).

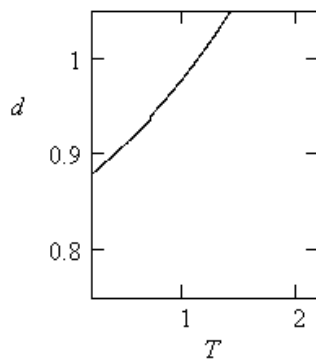


Рис. 4.14. Залежність d від T

Динаміка виробничих фондів досліджувалася при трьох значеннях T : 0,2; 1; 2. Значення параметра d , розраховані для зазначених T , відповідно рівні: 0,7915; 0,8605; 0,99. Чисельний аналіз показує, що підприємство може збільшити строки впровадження до $T=1$ без втрати темпів росту основних виробничих фондів. Збільшення ж строків впровадження до $T=2$ призведе до різкого зниження темпів росту основних фондів. Економічна ефективність у цьому випадку збігається с. ΔA_2 . Для $T=2$ економічна ефективність складе:

$$E = 1,011$$

Для $T=0.2$ й $T=1$ економічна ефективність складе:

$$E = 1,2654.$$

Порівняння отриманих результатів показало, що для розглянутих параметрів підприємства, строки впровадження інноваційних технологій повинні не перевищувати одного місяця. Зниження строків впровадження з одного місяця до двох тижнів приводить до росту економічної ефективності на 5-7%.

4.6.2. Динамічна модель розвитку малого підприємства з урахуванням амортизації

При плануванні розвитку малого підприємства, виникає необхідність урахувати витрати на амортизацію основних виробничих фондів. Урахування амортизації легко виконати в стаціонарних умовах, тобто коли обсяг виробництва фіксований і практично не змінюється від місяця до місяця в розглянутому періоді часу. У тому випадку, коли має місце істотне зростання обсягів виробництва для правильного прогнозування розвитку підприємства й, зокрема урахування амортизації необхідно використовувати динамічну модель малого підприємства.

У роботі [16] виконане чисельне дослідження динаміки фонду нагромадження малого підприємства залежно від величини витрат на амортизацію. Ставилось завдання – розрахувати динаміку резервного фонду, для різних горизонтів планування. Розрахунки виконувалися для різних значень фондівіддачі.

При виконанні розрахунків в [16] використовувалась система рівнянь (4.4) – (4.9) з тією різницею, що кредит K_0 і виплати боргу $D(t)$ вважались рівними нулю (тобто можливість кредиту ми не розглядаємо), а в рівнянні (4.6) замість ризику p врахована амортизація:

$$M_{tot}(t) = (1 - c) \cdot P(t) - q \cdot A, \quad (4.31)$$

де q – частка вартості основних фондів, що амортизуються у даному місяці.

Рівняння (4.31) фактично означає, що витрати на амортизацію включені в собівартість (див. [1]). З рівнянь (4.5), (4.7), (4.8) і (4.31) впливає:

$$\begin{aligned}
M_{tot} &= \left(1 - c - \frac{q}{f}\right) \cdot P. \\
M(t) &= a_0 f(t) \cdot A(t), \\
\frac{dA}{dt} &= a \cdot A,
\end{aligned} \tag{4.32}$$

де

$$\begin{aligned}
a_0 &= \frac{1 - c - \frac{q}{f}}{1 + \tau \cdot k_1 \cdot (1 - \xi)}. \\
a &= \xi \cdot f \cdot a_0.
\end{aligned}$$

Розв'язок рівняння (4.32) має вигляд:

$$A = A_0 e^{a \cdot t} \tag{4.33}$$

Як і раніше вважаємо, що $A_0 = 1$. Частина прибутку $(1 - \xi)$ йде на створення фонду нагромадження $F(t)$ за поточний місяць (далі аргумент t у функціях указувати не будемо):

$$F = (1 - \xi)M.$$

Аналогічно (4.14) знаходимо фонд нагромадження за перший рік ($D = 0$):

$$\Phi_{12} = \int_0^{12} F dt = (1 - \xi) \int_0^{12} M dt = \frac{1 - \xi}{\xi} \int_0^{12} \frac{dA}{dt} dt = \frac{1 - \xi}{\xi} (e^{12a} - 1) \tag{4.34}$$

Фонд нагромадження потрібно обчислювати для періоду T (горизонту планування), що цікавить підприємство. Оскільки нас цікавить майбутній дохід, то необхідно враховувати коефіцієнт дисконту. Тоді загальний дохід за T місяців (T вважаємо кратним 12) обчислюється аналогічно (4.34) і дорівнює:

$$\Phi_T = \frac{1 - \xi}{\xi} \cdot \sum_{i=1}^{\frac{T}{12}} \frac{1}{(1 + d)^i} [\exp(12 \cdot i \cdot a) - \exp(12 \cdot (i - 1) \cdot a)], \tag{4.35}$$

де d – ставка дисконту; $d = 0,1$.

При виконанні розрахунків використовуємо значення параметрів у системі (4.3) – (4.8), що є типовими для малих промислових підприємств: $c = 0,405$; $\tau = 0,25$; $k_1 = 0,9$; $f = 0,1$ і $f = 0,14$.

На рис. 4.15-4.18 показані результати розрахунку фонду нагромадження за формулою (4.35) для різних горизонтів планування T від 12 (один рік) до 72 (6 років). Фонд нагромадження обчислений як

функція параметра q . Параметр q змінювався в межах $0 \leq q \leq 0,02$. Мета розрахунків – з'ясувати наскільки важливу роль відіграє якість обладнання, що купується, і яку стратегію варто вибрати підприємству при придбанні обладнання.

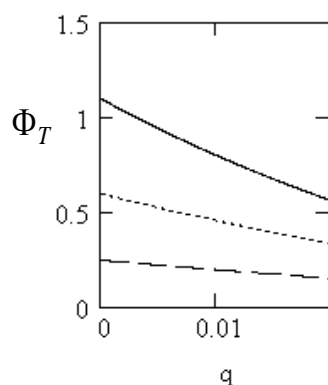


Рис. 4.15. Фонд нагромадження як функція q для $f = 0,1$ при різних T : $T = 12$ – пунктирна лінія; $T = 24$ – точкова; $T = 36$ – суцільна.

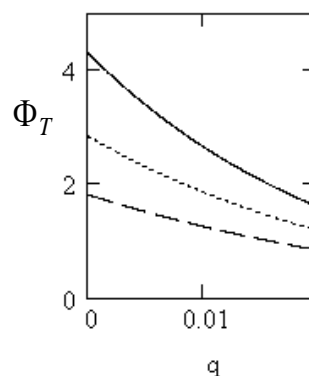


Рис. 4.16. Фонд нагромадження як функція q для $f = 0,1$ при різних T : $T = 48$ – пунктирна лінія; $T = 60$ – точкова; $T = 72$ – суцільна.

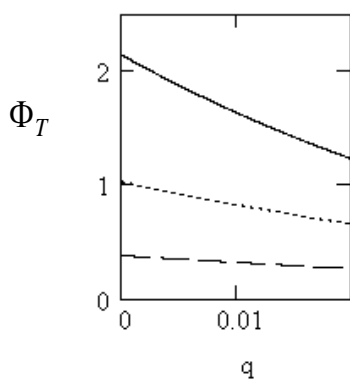


Рис. 4.17. Теж, що й на рис. 1, але для $f = 0,14$.

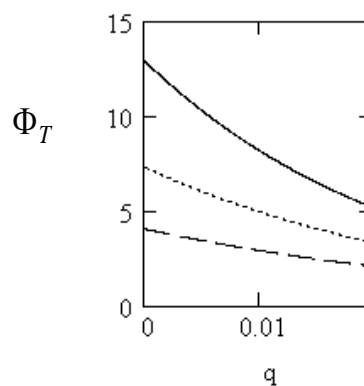


Рис. 4.18. Теж, що й на рис. 1, але для $f = 0,14$.

За результатами розрахунків можуть бути зроблені такі висновки. Якщо підприємство цікавить одержання прибутку в короткостроковій перспективі (12 місяців), то вплив амортизації можна не враховувати.

Якщо ж підприємство цікавить одержання доходів у середньостроковій перспективі (3-5 років) і, тим більше, у довгостроковій (більше 5 років), то з рис. 15-18 бачимо, що залежно від горизонту планування T фонд нагромадження при збільшенні q істотно зменшується. Так, для $T = 72$ (місяці) резервний фонд зменшується в 2,51 раза при збільшенні q від 0 до 0,02.

Запропонована економіко-математична модель дозволяє розраховувати динаміку розвитку малого підприємства з урахуванням витрат на амортизацію.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 4

1. Аркин В.И, Слостников А.Д. Оптимизация амортизационной политики для привлечения инвестиций на новые проекты / Препринт # WP/2002/134. – М.: ЦЭМИ РЛН, 2002. – 39 с.
2. Бажал Ю.М. Економічна оцінка технологічного розвитку в Україні: стан і перспективи. – К.: НУТУ КПІ, 2001. – 340 с.
3. Бойко В.В. Экономика предприятий Украины. – Днепропетровск: Изд-во Пороги, 1997. – 312 с.
4. Гальчинський А., Геєць В., Семиноженко В. Україна: наука та інноваційний розвиток. – К., 1997.
5. Глазьев С.Ю. Некоторые закономерности технико-экономического развития и возможности ускорения НТП // Изв. АН СССР. сер. экон. 1987. – № 2.
6. Гришко О.А. Новый подход к вопросу ценообразования / Бизнес-информ. – 1998. – С. 67-69.
7. Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р. Динамические модели развития малых предприятий, использующих кредитно-инвестиционные ресурсы / Препринт # WP/2001/118. М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 44 с.
8. Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р. Применение дифференциальных уравнений для анализа динамики развития малых предприятий, использующих кредитно-инвестиционный ресурс // Экономика и математические методы. – 2006. – № 1. – С. 50-67.
9. Економіка й організація інноваційної діяльності. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
10. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покрапивного Вид – 2-е перераб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.
11. Інституційна інвестологія / С.К.Реверчук, О.Д.Вовчак, С.І.Кубів та ін. – К.: Атака, 2004. – 208 с.
12. Кейнс Дж. М. Избранные произведения / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1993.
13. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989.
14. Малі підприємства Дніпропетровської області у 2005 році: Статистичний збірник – Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2006. – 165 с.
15. Основні засоби Дніпропетровської області: Статистичний збірник / Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2006. – 80 с.
16. Рядно А.А., Шерстенников Ю.В. Динамическая модель развития малого предприятия с учетом амортизации // Вчені записки Кримського інженерно-педагогічного університету. Випуск 10. Економічні науки. – Сімферополь: НІЦ КІПУ, 2007. – С. 269-272.
17. Рядно О.А., Шерстенников Ю.В. Модель динаміки розвитку малого підприємства при використанні разового низькопроцентного

- кредиту // Вісник ДДФА. Економічні науки. – 2007. – № 1. – С. 132-141.
- 18.Словник сучасної економіки Макмілона / Пер. з англ. – К.: Арттек. 2000. – 640 с.
- 19.Статистичний щорічник України за 2003 р. – К.: Консультант, 2004. – 631 с.
- 20.Тараненко Н.О., Поругник А.М. Теорії інвестицій. – К.: КНЕУ, 200. – 160 с.
- 21.Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. – Петроград, 1923.
- 22.Туган-Барановский М.И. Психологические факторы общественного развития // Мир Божий. – 1904. – Август.
- 23.Туган-Барановский М.И. Экономическме очерки. – М., 1998.
- 24.Українська економічна думка: Хрестоматія. – К.,1998.
- 25.Цены и ценообразование: Учеб. / Под ред. В.Е. Есипова, Изд. 3-е. – СПб.: Питер, 1999. – 463 с.
- 26.Шерстенников Ю.В., Ромащук Л.В. Модель влияния темпов внедрения инновационных решений на динамику развития малого предприятия // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 222: В 5 т. – Т. 3. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С. 468-480.
- 27.Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.
- 28.Экономика предприятий: Учеб. Науч. ред. Б.И. Чайкин, В.Ж. Дубровский. – Екатеринбург: Изд. гос. экон. ун-та, 2002. – 505 с.
- 29.Altman E.I. Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Banrzuptcy // The journal of Financell // № 44, 1968, p. 589-609.
- 30.Freeman C. (Technology policy and economic performance: Lesson from Japan. S.I., 1987).

ГЛАВА 5. МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ У ДОСЛІДЖЕННІ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ

5.1. Моделі панельних даних у визначенні факторів розвитку малого підприємництва в регіоні

Метою дослідження у даному розділі є визначення за допомогою економетричних моделей факторів розвитку малого бізнесу в промислово розвинутому регіоні на прикладі Дніпропетровської області. Для побудови моделей використовувались дані Державного комітету статистики України та Головного управління статистики у Дніпропетровській області за 2000-2005 рр. [3-4, 9, 12].

Від початку ринкових реформ, і досі, розвиток малого підприємництва у Дніпропетровській області характеризується стійким зростанням кількості малих підприємств. На рис. 5.1. а показано динаміку кількості малих підприємств на 10 тис. наявного населення по Дніпропетровській області, а також по Україні в цілому. Як бачимо з рисунка, кількість малих підприємств в області на 10 тис. наявного населення зросла з 37 підприємств у 2000 р. до 56 у 2005 р. У той же час протягом усього періоду, що розглядався, вона відставала від аналогічного показника по Україні. Одночасно із зростанням кількості малих підприємств відбувалось зменшення частки малих підприємств, що випускали продукцію та надавали послуги, у загальній кількості малих підприємств області (див. рис. 5.1. б). Даний рисунок свідчить про несприятливі тенденції у розвитку малого підприємництва в області: має місце стійке зниження частки діючих малих підприємств, яка знизилась з 83% у 2000 р. до 74% у 2005 р. Необхідно зауважити, що по Україні в цілому за даним показником справа ще гірша: так, у 2005 р. частка працюючих малих підприємств в Україні впала нижче 70%.

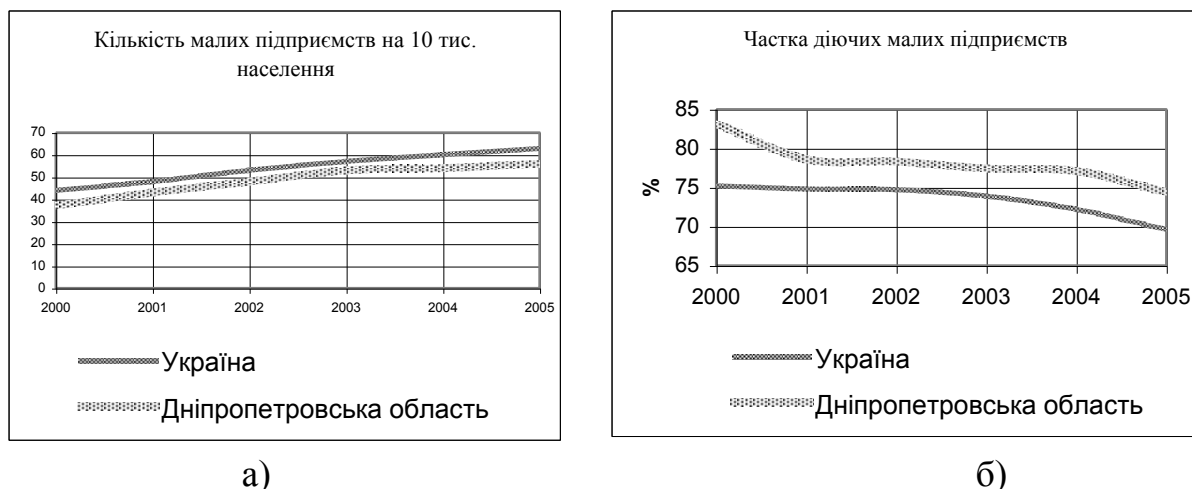


Рис. 5.1. Динаміка кількості малих підприємств на 10 тис. населення та частки діючих малих підприємств у загальній кількості малих підприємств

Одна з проблем розвитку малого бізнесу у Дніпропетровській області пов'язана з його регіональним розміщенням, яке характеризується значними відмінностями показників розвитку малих підприємств за регіонами області. Так, у Дніпропетровську знаходиться найбільша кількість малих підприємств області (більше 50%), на яких зайнято біля 50% усіх найманих на малих підприємствах області працівників та виробляється біля 60% продукції малих підприємств.

На рис. 5.2 наведено гістограми розподілу відповідно кількості малих підприємств (mp) і кількості підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності (p) на 10 тис. населення. Дані гістограми ілюструють нерівномірність розподілу підприємств малого бізнесу за регіонами області. Як бачимо з рис. 5.2, регіони області за цим показником поділяються на три групи: до першої групи з найбільш високими показниками розвитку малого підприємництва належать місто Дніпропетровськ і Дніпропетровський район, для яких кількості малих підприємств на 10 тис. населення сягає у різні роки 74-98 одиниць, до другої належать регіони, для яких цей показник коливається навколо 40 одиниць, і до третьої групи з найнижчими показниками розвитку малого бізнесу належать регіони з кількістю малих підприємств на 10 тис. населення приблизно на рівні 20 одиниць (це в основному сільські райони). Аналогічні групи можна виділити і при аналізі розподілу за регіонами Дніпропетровської області кількості на 10 тис. населення підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності.

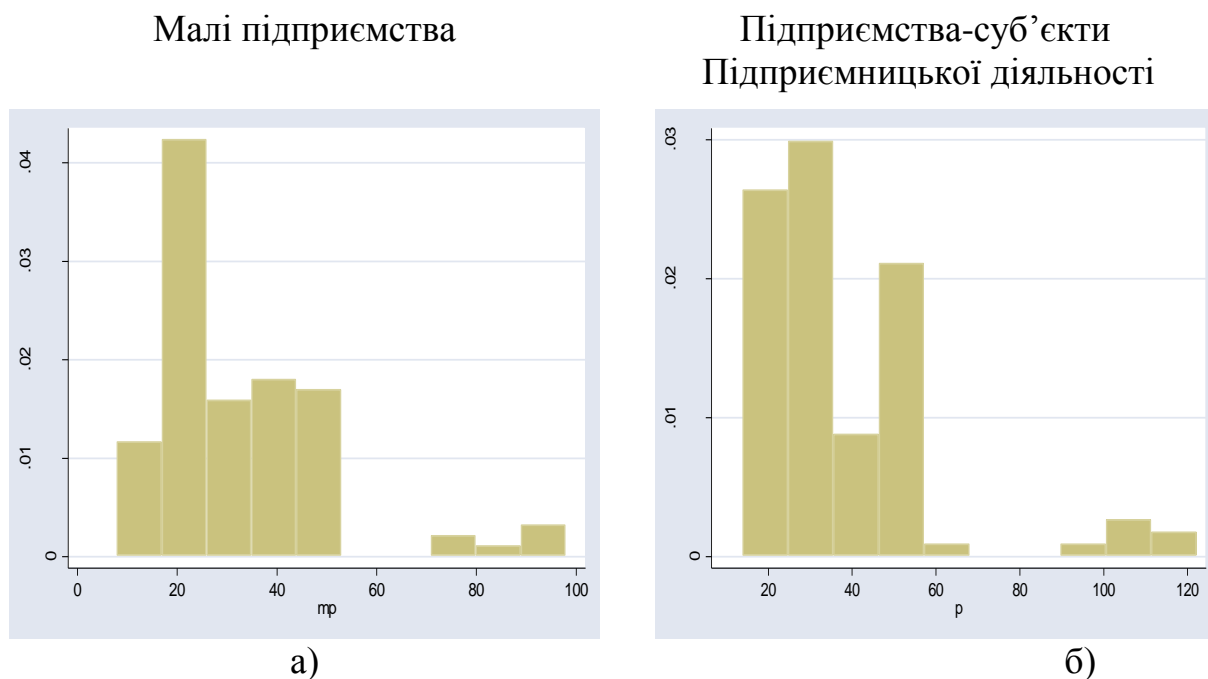


Рис. 5.2 Гістограми розподілу кількості малих підприємств та підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності на 10 тис. населення за регіонами області

Для виявлення факторів, що визначають розвиток малого бізнесу в Дніпропетровській області, використовувався метод економетричного моделювання.

Метод економетричного моделювання передбачає за допомогою математичних методів залежностей між економічними показниками на основі емпіричних даних.

Для дослідження використовувались панельні дані за декілька років по регіонах області. Таким чином, для кожного регіону ми мали дані за декілька періодів. Така структура даних дозволяє будувати більш глибокі та змістовні моделі та отримувати відповіді на питання, які недоступні у рамках, наприклад, моделей, що базуються тільки на даних спостережень за регіонами у фіксований момент часу. Зокрема, виникає змога враховувати та аналізувати індивідуальні відмінності між регіонами області, що неможливо зробити в рамках стандартних регресійних моделей.

У загальному вигляді модель панельних даних може бути представлена так [8]:

$$y_{it} = \alpha + \alpha_1 x_{1it} + \alpha_2 x_{2it} + \dots + \alpha_m x_{mit} + \varepsilon_{it}, \quad (5.1)$$

де y_{it} – значення залежної змінної для i -го регіону у t -й період часу;

α та α_j – невідомі параметри моделі;

x_{jit} – значення j -го фактора для i -го регіону у t -період часу;

ε_{it} – значення випадкової величини;

$i = \overline{1, n}$; $t = \overline{1, T}$; $j = \overline{1, m}$.

Модель типу (5.1) фактично є регресійною моделлю на множині панельних даних. Побудова, оцінювання параметрів та дослідження такої моделі нічим не відрізняються від класичних багатofакторних регресійних моделей.

Специфіка моделей панельних даних надає можливість додатково розбивати збурення на декілька компонентів:

$$\varepsilon_{it} = \mu_i + u_{it}, \quad (5.2)$$

де μ_i – неспостережувані специфічні індивідуальні ефекти;

u_{it} – залишкові шуми.

Моделі панельних регресій розподіляються на моделі з фіксованими ефектами та моделі з випадковими ефектами. Різниця між ними залежить від того, розглядаються відповідно виділені компоненти збурень як фіксовані величини чи як випадкові величини.

Якщо ми розглядаємо μ_i як N невідомих фіксованих параметрів, то модель (5.1) зі збуреннями у виді (5.2) належатиме до класу стандартних

моделей панельних даних з фіксованими ефектами та може бути записана у вигляді:

$$y_{it} = \mu_i + \alpha_1 x_{1it} + \alpha_2 x_{2it} + \dots + \alpha_m x_{mit} + u_{it}. \quad (5.3)$$

Для оцінки параметрів моделей взаємозв'язку факторів, що визначають розвиток малого підприємництва регіону, використовувались саме моделі панельних даних з фіксованим ефектом. Використання фіксованих ефектів у даному випадку, коли в якості об'єктів спостережень розглядаються регіони області, є найбільш логічним, оскільки фіксовані ефекти дозволяють враховувати вплив усіх факторів, притаманних даному регіону, що не введені до числа факторів моделі. Особливість моделі з фіксованими ефектами (5.3) полягає в тому, що для різних регіонів Дніпропетровської області буде оцінено різні значення констант μ_i , які відображають вплив факторів, що є специфічними саме для них. У той же час оцінені параметри α_i будуть однаковими для всіх регіонів та всіх років. Таким чином, за допомогою різних значень перетину μ_i , $i = 1, 2, 3, \dots, n$ у модель (5.3) вводиться припущення, за яким середній рівень для i -го регіону може відрізнятися від середнього рівня j -го, але є постійним для різних років.

Розглянемо більш детально модель (5.3) панельних даних з фіксованими ефектами [8]. Можна побачити, що модель (5.3) є фактично лінійною регресійною моделлю, у якій перетини варіюються залежно від регіону i . Тому її можна переписати у вигляді звичайної лінійної регресійної моделі, врахувавши фіктивну змінну для кожного регіону i :

$$y_{it} = \sum_{j=1}^n \mu_j d_{ij} + \alpha_1 x_{1it} + \alpha_2 x_{2it} + \dots + \alpha_m x_{mit} + u_{it}, \quad (5.4)$$

де $d_{ij} = 1$, якщо $i = j$ і $d_{ij} = 0$ у всіх інших випадках.

Таким чином, ми маємо додатково n фіктивних змінних у моделі (5.4).

Відмітимо, що на практиці незручно оцінювати регресійну модель з великою кількістю додаткових фіктивних змінних, особливо коли n достатньо велике, оскільки ми втрачаємо ступені свободи. На щастя, ми можемо оцінити невідомі параметри моделі (5.4) в інший спосіб. Можна показати, що ті ж самі оцінки параметрів a_1, a_2, \dots, a_m можна отримати з регресійної моделі, де фактори подаються у формі відхилень від середнього окремого регіону. Фактично це означає, що ми вилучаємо індивідуальні ефекти з моделі за допомогою трансформації даних, а потім оцінюємо їх після оцінки параметрів a_1, a_2, \dots, a_m .

Розглянемо дану трансформацію детальніше. Зауважимо, що з моделі (5.4) легко отримати таку модель:

$$y_i = \mu_i + \alpha_1 \bar{x}_{1i} + \alpha_2 \bar{x}_{2i} + \dots + \alpha_m \bar{x}_{mi} + \bar{u}_i, \quad (5.5)$$

де

$$\bar{y}_i = \frac{\sum_{t=1}^T y_{it}}{T}; \quad \bar{x}_{ji} = \frac{\sum_{t=1}^T x_{jit}}{T}, \quad (j = \overline{1, m}); \quad \bar{u}_i = \frac{\sum_{t=1}^T u_{it}}{T}. \quad (5.6)$$

Віднявши від обох частин моделі (4) відповідні частини моделі (5), отримаємо модель зі змінними у відхиленнях від середнього:

$$y_{it} - \bar{y}_i = \alpha_1 (x_{it} - \bar{x}_{1i}) + \alpha_2 (x_{it} - \bar{x}_{2i}) + \dots + \alpha_m (x_{it} - \bar{x}_{mi}) + (u_{it} - \bar{u}_i). \quad (5.7)$$

Модель (5.7) є трансформованою моделлю, яка не містить індивідуальні ефекти μ_i . Така трансформація називається трансформацією в крос-секційному розрізі. Відповідно до оцінки параметрів a_1, a_2, \dots, a_m , отримані з цієї моделі методом найменших квадратів, називаються оцінками, отриманими методом найменших квадратів для внутрішньогрупової варіації, або оцінками фіксованих ефектів, і вони абсолютно ідентичні оцінкам параметрів a_1, a_2, \dots, a_m , отриманим з моделі (5.4) методом найменших квадратів з фіктивними змінними.

На основі знайдених оцінок параметрів a_1, a_2, \dots, a_m в припущенні, що всі фактори моделі незалежні від випадкових величин, незміщені оцінки для n різних перетинів μ_i моделі (5.4) знаходяться за формулою:

$$\mu_i = \bar{y}_i - \alpha_1 \bar{x}_{1i} - \alpha_2 \bar{x}_{2i} - \dots - \alpha_m \bar{x}_{mi}, \quad i = \overline{1, n}. \quad (5.8)$$

Застосуємо моделі панельних регресій (5.3) для визначення факторів розвитку малого бізнесу у Дніпропетровській області. Розрахунки проведено за допомогою статистичного програмного пакету Stata. Відмітимо, що при проведенні дослідження нами використовувались натуральні логарифми показників, що розглядались (за виключенням показників, які вимірювались у відсотках).

У результаті проведених досліджень побудовано такі моделі для основних показників, що характеризують розвиток малого підприємництва в регіоні:

- модель кількості малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення (*mp*);
- модель кількості діючих малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення (*mpd*);
- модель відносної зайнятості на малих підприємствах області (*ml_pl*);

- модель середньодушових обсягів виробництва малими підприємствами (mv).

Результати оцінювання моделей загальної кількості малих підприємств та кількості діючих малих підприємств на основі даних по регіонах Дніпропетровської області за 2001-2004 рр. наведено відповідно у табл. 5.1, 5.2.

Таблиця 5.1

ln(mp)	Coef.	Std. Err.	T	P> t	[95% Conf. Interval]
ln(zp)	.264009	.0377863	6.99	0.000	.1890689
.3389492					
mpnd_mp	.0142821	.0010371	13.77	0.000	.0122253
.0163389					
_cons	1.393471	.2290886	6.08	0.000	.9391279
1.847814					
sigma_u	.44824988				
sigma_e	.0968574				
rho	.95539258	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F(34, 103) =	84.94	Prob > F = 0.0000	

Таблиця 5.2

Результати розрахунків моделі кількості малих підприємств, що випускали продукцію та надавали послуги, на 10 тис. населення

ln(mpd)	Coef.	Std. Err.	T	P> t	[95% Conf. Interval]
ln(oz)	.0845414	.0320289	2.64	0.010	.0210197
.1480632					
ln(zp)	.2646399	.0345326	7.66	0.000	.1961526
.3331271					
_cons	.6440512	.3613088	1.78	0.078	-.0725195
1.360622					
sigma_u	.4349258				
sigma_e	.08992341				
rho	.95900454	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F(34, 103) =	83.72	Prob > F = 0.0000	

Таким чином, у результаті розрахунків отримано такі моделі:

$$\ln(mp) = \mu_i + 0,264\ln(zp) + 0,014mpnd_mp, \quad (5.9)$$

$$\ln(mpd) = \mu_i + 0,265\ln(zp) + 0,085\ln(oz). \quad (5.10)$$

При побудові моделей припускалось, що збільшення кількості малих підприємств відбувається за рахунок появи нових підприємців та створення нових малих підприємств і визначається рішенням конкретного індивідуума розпочати власну справу. На таке рішення впливають такі чинники як: бажання індивідуума займатися саме підприємницькою діяльністю, наявність у індивідуума достатніх фінансових ресурсів для відкриття власної справи та соціально-економічне середовище, в якому буде функціонувати створене мале підприємство. Крім того, соціально-економічне середовище визначає тривалість життя малого підприємства, його життєздатність. У моделях в якості факторів, що відображають вплив перелічених чинників, розглядалися такі статистичні показники: прямі іноземні інвестиції в регіони області на 1 особу населення ii (дол. США), середньодушові обсяги роздрібного товарообороту $tovarob_r$ (грн.), та оптового товарообороту $tovarob_o$ (грн.), середньодушові обсяги імпорту im (дол. США) та експорту ex (дол. США) товарів у регіонах, основні засоби на душу населення oz (грн.), середньомісячна заробітна плата найманих працівників zp (грн.), рівень безробіття за методологією МОП $bezr$ (%), рівень офіційно зареєстрованого безробіття $bezr_z$ (%), частка вивільнених працівників у загальній кількості зайнятих в економіці uv_l (%), навантаження на одне вільне робоче місце $nagr_rm$, кількість зареєстрованих злочинів на 1000 осіб населення zl , а також відсоток у загальній кількості недіючих малих підприємств $mpnd_mp$ (%).

До моделей, що побудовані, враховувались тільки фактори, які виявились значимими на рівні не більшому за 1%. Як бачимо з табл. 5.1-5.2, більшість факторів, що за очікуваннями повинні були впливати на показники розвитку малого підприємництва в регіонах області, виявились незначимими. На відміну від результатів, що були отримані на основі даних по регіонах України [16], суттєвий вплив на розвиток малого підприємництва чинили тільки фактори, що характеризують економічний розвиток регіону: заробітна плата і основні засоби на душу населення (цей фактор значимо впливав тільки на кількість діючих малих підприємств). Можна припустити, що фактори, які характеризують ступінь готовності населення регіону займатися саме підприємницькою діяльністю та ступінь доступності для працездатного населення фінансових ресурсів, у межах однієї області, являються більш-менш однорідними. У той же час, як і у роботі [16] виявилось, що загальна кількість малих підприємств визначається ще й кількістю непрацюючих малих підприємств, причому отримано додатну залежність між загальною кількістю малих підприємств та часткою непрацюючих підприємств. Такий результат можна пояснити тим, що в регіонах області спостерігається несприятлива тенденція, коли малі підприємства створюються не з метою виробництва продукції та надання послуг, а з іншою метою, зокрема, для отримання пільг, що надаються малим підприємствам.

Крім розглянутих факторів, які впливають на кількість малих підприємств в економіці регіону, кількість таких підприємств визначається ще індивідуальним для кожного регіону ефектом μ_i . Як відмічалось раніше, фіксовані ефекти враховують вплив усіх факторів, актуальних для даного регіону, що не включені до регресорів. Вони слугують характеристикою сприятливості середовища для розвитку малого бізнесу в регіоні. Розрахункові значення індивідуальних ефектів μ_i для міст Дніпропетровської області, отримані за моделлю (5.10) кількості діючих малих підприємств, показано на рис. 5.3.

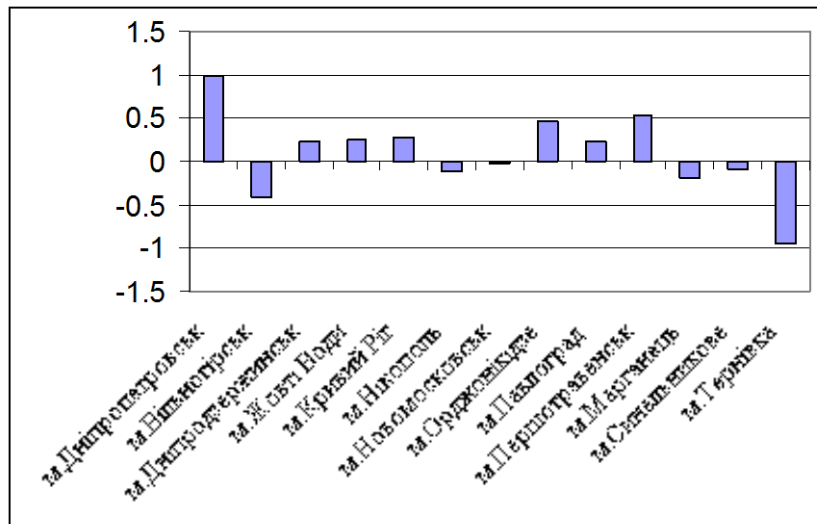


Рис. 5.3. Розрахункові значення індивідуальних ефектів у моделі кількості малих діючих підприємств

Згідно з рис. 5.3, можна припустити, що найбільш сприятливе середовище для розвитку малого підприємництва у Дніпропетровській області створене у м. Дніпропетровську і м. Орджонікідзе, найменш сприятливе – у м. Вільногорську і м. Тернівка.

Одним з показників розвитку малого підприємництва є відносна зайнятість, тобто відсоток зайнятих на малих підприємствах відносно кількості населення у працездатному віці. Відносна зайнятість на малих підприємствах Дніпропетровської області дуже низька та менша за аналогічний показник по Україні. Результати розрахунків моделі відносної зайнятості населення області у малому бізнесі на основі даних по регіонах за 2003-2005 роки наведено у табл. 5.3. Відмітимо, що як і у моделях (5.9), (5.10) використовувались натуральні логарифми використовуваних показників. Отримана модель має вигляд:

$$\ln(ml_pl) = \mu_i + 3,36\ln(mzp_zp) - 0,73\ln(oz) + 1,17\ln(mpd) + 1,16d2005, \quad (5.11)$$

де mzp_zp – відносна заробітна плата на малих підприємствах області (у відношенні до заробітної плати на підприємствах – суб’єктах підприємницької діяльності).

Як можна бачити з табл. 5.3 оцінки усіх параметрів моделі поділяються за рівнем значимості, меншим за 0,1%. Згідно моделі (5.11) відносна зайнятість у секторі малого бізнесу визначається кількістю діючих малих підприємств, відносною заробітною платою і основними засобами у регіоні. Оскільки відносна зайнятість характеризує відносний попит на працю у секторі малого бізнесу, можна було очікувати від’ємну залежність між цим показником і відносною заробітною платою mzp_zp . Отриманий результат, можливо, можна пояснити тим, що статистичні дані Держкомстату щодо зарплати у секторі малого бізнесу, не відповідають реальній заробітній платі, яку отримують наймані працівники. Тому показник mzp_zp можна трактувати, якоюсь мірою, як ступень “тінізації” малого бізнесу в регіоні: чим вище значення цього показника, тим менша частка малого знаходиться у тіні. За такої інтерпретації отримане позитивне значення параметра в моделі уявляється логічним.

Таблиця 5.3

Результати розрахунків моделі відносної зайнятості на малих підприємствах області

lnml_pl [95% Conf. Interval]	Coef.	Std. Err.	T	P> t	
lnmzp_zp .9194974	.5767679	.1716597	3.36	0.001	.2340383
lnoz .4808398	-.7298144	.1247015	-5.85	0.000	-.9787889
lnmpd 1.79984	1.173935	.313491	3.74	0.000	.5480301
d2005 .2509743	.1563056	.0474158	3.30	0.002	.061637
_cons 6.275136	3.030814	1.624952	1.87	0.067	-.2135082
sigma_u	.45801347				
sigma_e	.20890635				
rho	.82778718	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F(34, 66) =	7.05	Prob > F = 0.0000	

Внаслідок розвиненої виробничої інфраструктури регіону, яка характеризується у моделі (5.11) середньодушовими основними засобами, значна кількість населення зайнята на великих підприємствах, що призведе до зменшення відносної зайнятості на малих підприємствах.

У модель (5.11) було включено, також, фіктивну змінну для 2005 р. (d_{2005}), яка відображає вплив ефекту факторів, загальних для усієї області, що змінились у 2005 р. Як відомо, у 2005 р. з метою зняття обмежень та створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу було скасовано велику кількість регуляторних актів щодо діяльності малих підприємств. Необхідно відмітити, що фактор d_{2005} опинився значимим і позитивним, що означає деяке збільшення відносної зайнятості в регіонах області у 2005 році.

Ще одним показником розвитку малого бізнесу є відносні обсяги виробництва (реалізації). Протягом усього періоду, що розглядався, відносні обсяги реалізації малими підприємствами області відставали від відносних обсягів реалізації малими підприємствами України і протягом останніх років постійно зменшувались. Для відносних обсягів виробництва малими підприємствами області (mv_v) побудовано модель, аналогічну моделі (5.11):

$$\ln(mv_v) = \mu_i + 1,70\ln(mzp_zp) - 0,62\ln(oz) + 0,89\ln(mpd). \quad (5.12)$$

У той же час у моделі відносних обсягів виробництва фактор d_{2005} виявився не значимим, тобто очікуваного збільшення відносних обсягів виробництва у 2005 р. не відбулось.

Проаналізуємо більш детально виробничу діяльність малих підприємств Дніпропетровської області. На рис. 5.4 наведено гістограми розподілу продуктивності праці на малих підприємствах (mv_ml) та на підприємствах-суб'єктах підприємницької діяльності (pv_pl) за регіонами області. Як бачимо з рис. 5.4, значення продуктивності праці на малих підприємствах мають досить великі розбіжності та у середньому менші за значення продуктивності праці на підприємствах-суб'єктах підприємницької діяльності.

Для дослідження виробничої діяльності малих підприємств побудовано модель залежності обсягів реалізації малими підприємствами в регіоні (mv) від кількості найманих працівників на малих підприємствах (ml) та від обсягів валових капітальних інвестицій (mi). Дані показники розглядались у розрахунку на 1 особу наявного населення, крім того, в моделі брались не самі значення показників, а їх натуральні логарифми.

Відмітимо, що з метою врахування інфляційних процесів значення показників, що розглядаються, які вимірюються у грошових одиницях, було виправлено з використанням індексу – дефлятора і виражено у їх вартості 2003 р.

Малі підприємства

**Підприємства-суб'єкти
підприємницької діяльності**

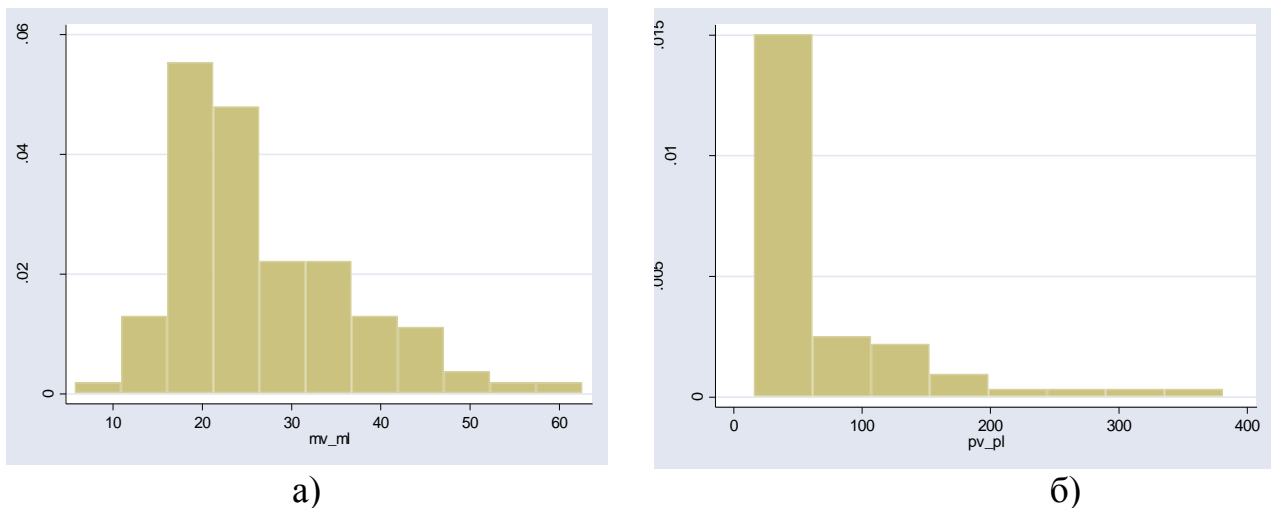


Рис. 5.4. Гістограма розподілу продуктивності праці на малих підприємствах та підприємствах-суб'єктах підприємницької діяльності за регіонами області

Результати розрахунків виробничої функції для малих підприємств Дніпропетровської області наведено у табл. 5.4. Для порівняння побудовано виробничу функцію діяльності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності (див. табл. 5.5).

Таблица 5.4

Результати розрахунків виробничої функції для малих підприємств області

ln(mv)	Coef.	Std. Err.	T	P> t	[95% Conf. Interval]
ln(ml)	.6861609	.2169686	3.16	0.003	.2442104 1.128111
ln(mi)	-.0115426	.0208993	-0.55	0.585	-.0541132 .0310279
d2005	-.0530519	.0282186	-1.88	0.069	-.1105314 .0044275
_cons	4.276353	.6450749	6.63	0.000	2.962378 5.590327
sigma_u	.39635293				
sigma_e	.10064778				
rho	.9394233	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F(34, 32) =	17.24	Prob > F =	0.0000

Як бачимо з табл. 5.4 фактор mi – обсяги валових капітальних інвестицій - виявився не значимим, тобто обсяги капітальних інвестицій не впливали значимо на обсяги реалізації малими підприємствами. У той же

час фактор d_{2005} опинився значимим і від'ємним, що означає зменшення у порівняльних цінах середньодушових обсягів реалізації в регіонах області у 2005 році.

Аналіз табл. 5.5 показує, що на відміну від малих підприємств для підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності валові капітальні інвестиції значимо (на 10% рівні значимості) впливають на збільшення обсягів їх виробничої діяльності. Крім того, для підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності у 2005 році не відбулось значимого зменшення обсягів реалізації продукції у відносних цінах.

Результати розрахунків виробничої функції для підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності Дніпропетровської області

ln(pv)	Coef.	Std. Err.	T	P> t	[95% Conf. Interval]
ln(pl) 1.053653	.7149205	.1664931	4.29	0.000	.3761878
ln(pi) .2349319	.1080261	.0623764	1.73	0.093	-.0188796
_cons 6.518631	4.644054	.9213874	5.04	0.000	2.769477
sigma_u	.78255691				
sigma_e	.16607647				
rho	.9569025	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F(34, 33) =	29.54	Prob > F = 0.0000	

Таким чином, за допомогою моделей панельних регресій проаналізовано фактори розвитку малого підприємництва у промислово розвинутому регіоні України на прикладі Дніпропетровської області. Проведене дослідження показало, що суттєвий вплив на розвиток малого підприємництва чинили фактори, які характеризують економічний розвиток регіону: заробітна плата і основні засоби на душу населення (цей фактор значимо впливав тільки на кількість діючих малих підприємств). Отримано додатну залежність між загальною кількістю малих підприємств та часткою непрацюючих підприємств, що може свідчити про несприятливу тенденцію у регіонах області, коли малі підприємства створюються не з метою виробництва продукції та надання послуг, а з іншою метою, зокрема, для отримання пільг, що надаються малим підприємствам. Також було розглянуто вплив ефекту факторів, загальних для усієї області, що змінились у 2005 р. Як відомо, у 2005 р. з метою зняття обмежень та створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу було скасовано велику кількість регуляторних актів щодо діяльності малих підприємств. Було доведено, що даний ефект значимо та позитивно вплинув на відносну зайнятість у регіонах. У той же час його вплив на середньодушові обсяги реалізації виявився значимим і від'ємним. У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що для стимулювання розвитку малого підприємництва в регіоні, можливо, більш ефективним, ніж пільги малим підприємствам, є нарощування основних засобів та розвиток виробничої інфраструктури регіону.

5.2. Моделі бінарного вибору у дослідженні факторів, що впливають на рішення безробітного відкрити власну справу

Важливим фактором бурного розвитку малого підприємництва у світі наприкінці минулого століття була нездатність великих підприємств вирішити таку проблему світової економіки, як зростаюче безробіття. Світовий досвід показує, що навіть в умовах загального зростання світової економіки у 1980-1990 рр. адекватної кількості робочих місць не з'явилось. На думку багатьох вчених, головний шлях подолання безробіття – це створення нових підприємств і робочих місць. Згідно досліджень економістів найбільшу кількість нових робочих місць створюють саме малі підприємства. Так, із загальної кількості нових робочих місць, що створені за останнє десятиріччя, приблизно 70% припадає на малі підприємства. Створення малого підприємства не вимагає значного капіталу, велика кількість ремісників і підприємців займаються тим малим бізнесом, який відповідає їх можливостям. Він дозволяє отримати робочі місця жінкам, інвалідам, молоді. Не рідко малий бізнес ведеться на принципах сімейного підприємництва. Міжнародна практика свідчить про те, що самозайнятість є дуже самим низьким капіталоемним, та одночасно соціально ефективним засобом працевлаштування робочої сили, що звільняється.

Хоча процес трансформації економіки в Україні і супроводжувався створенням сектору малого бізнесу, рівень зайнятості у даному секторі значно відстає від аналогічних показників у країнах Східної і Центральної Європи. Слабкість підприємницької активності є однією з головних відмін Української економіки від економіки розвинутих країн. Політика держави повинна бути направлена на всебічну активізацію населення, на створення економічних, законодавчих та інших умов та стимулів для підприємництва.

Метою дослідження, представленого у даній статті, було визначення за допомогою моделей бінарного вибору факторів, що впливають на рішення безробітного відкрити власну справу. Дослідження проведено на основі вибірки даних щодо незайнятих громадян, які були зареєстровані у центрах зайнятості міста Дніпропетровська у період з 2001 по 2003 рр. Кількість незайнятих громадян, що потрапили до вибірки склала 53 тис. осіб.

Для аналізу обрано змінні, що характеризують соціально-демографічний і професійно-кваліфікаційний статус безробітного. У табл. 5.6. наведено основні характеристики вибірки, що досліджувалась.

Основні характеристики вибірки, що досліджувалась

Змінна	Значення, які може приймати змінна	Структура вибірки
1	2	3
Стать	Чоловіки Жінки	38,4% 61,6%
Вік	15-20 20-30 30-40 40-50 50-60	7% 28,9% 23,4% 25,8% 14,9%
Кількість дітей	Не має дітей Є діти	74,2% 20,8%
Освіта	Початкова Базова загальна середня Повна загальна середня Професійно-технічна Базова вища Повна вища	0,1% 3,0% 30,7% 21,9% 25,1% 19,2%
Наявність досвіду роботи	Є Немає	87,8% 12,2%
Стаж за останні 12 місяців, що передували реєстрації	Менше 26 тижнів Більше 26 тижнів	54,5% 45,5%
Форма власності підприємства останнього місця роботи	Державна Колективна Приватна Інша	33,6% 55,6% 10,6% 0,2%
Характеристика останнього місця роботи	Працював на посаді службовця Працював на робочому місці	42,3% 57,7%
Вимоги незайнятого щодо середньомісячної зарплати	Менше середньої по області Більше середньої по області Не має значення	55,7% 23,1% 21,2%

Методологія дослідження тривалості безробіття базується на оцінюванні емпіричних моделей тривалості (duration models), які ґрунтуються на теоретичних моделях пошуку (search models). Отримані на основі даної методології фактори, що впливають на "ризик" виходу з безробіття, докладно описано у роботах [11, 14-15, 17].

Законодавством України передбачено одноразову виплату допомоги з безробіття у розмірі річної суми безробітним підприємницької діяльності. Ця допомога виплачується особам, яким виповнилось 18 років, за їх бажанням. Рішення про одноразову виплату допомоги з безробіття приймається директором ЦЗ на підставі висновку комісії з питань одноразової виплати допомоги з безробіття для організації підприємницької діяльності, створеної ЦЗ, щодо здатності безробітного до підприємницької діяльності.

Протягом періоду, що розглядався, серед безробітних м. Дніпропетровська, які увійшли до вибірки, даною можливістю скористалися 518 осіб, тобто тільки 1% безробітних. Як відмічалось у роботах [11, 14-15, 17], 34% безробітних, що раніше працювали, прийшли у ЦЗ з державних підприємств, 11% – з приватних, у той же час бажають знайти роботу на державному підприємстві вже майже 50%, і тільки 2% бажають працювати на приватному підприємстві. Можливо, невеликий відсоток безробітних, що бажають працювати на приватному підприємстві, пояснюється достатньо сильним негативним відношенням до ризику тих, хто реєструється у ЦЗ, або тим, що первісно ті, хто бажає знайти роботу на приватному підприємстві, шукають її за допомогою інших каналів. З тих же причин можна пояснити і невеликий відсоток безробітних, що вирішили розпочати власну справу.

У табл. 5.7 наведено основні характеристики вибірки безробітних, що вирішили зайнятися підприємницькою діяльністю. Порівняльний аналіз таблиць 5.6 і 5.7 показує, що характеристики загальної вибірки безробітних і вибірки безробітних, що вирішили започаткувати власну справу, суттєво відрізняються. Як бачимо з табл. 5.6, серед безробітних, що стали підприємцями, жінки і чоловіки представлені майже рівномірно, в той час як в загальній вибірці жінок майже удвічі більше. Трохи змінився розподіл вибірки безробітних за віком: серед безробітних, які вирішили зайнятися підприємницькою діяльністю, більший відсоток припадає на групи, що відповідають віку від 30 до 50 років, серед таких безробітних більший відсоток осіб має дітей до 18 років.

Майже усі безробітні (майбутні підприємці) мають досвід роботи (99,6%), та більшість з них (84,8%) працювали протягом останнього року, що передувало періоду незайнятості, більше 26 тижнів. Особливо треба відмітити, що, на відміну від загальної вибірки безробітних, у вибірці безробітних, які розпочали власну справу, значно більший відсоток осіб має повну та базову вищу освіту (див. рис. 5.5) та більша частка осіб працювала на останньому місці роботи на посаді службовця (див. рис. 5.6).

Основні характеристики вибірки безробітних, що вирішили зайнятися підприємницькою діяльністю

Змінна	Значення, які може приймати змінна	Структура вибірки
1	2	3
Стать	Чоловіки	48,6%
	Жінки	51,4%
Вік	15-20	1,4%
	20-30	23,9%
	30-40	31,7%
	40-50	32,6%
	50-60	10,4%
Наявність дітей до 18 років	Не має дітей	69,5%
	Є діти	30,5%
Освіта	Початкова	0,0%
	Базова загальна середня	0,6%
	Повна загальна середня	12,7%
	Професійно-технічна	12,4%
	Базова вища	29,3%
	Повна вища	45,0%
Наявність досвіду роботи	Є	99,6%
	Немає	0,4%
Стаж за останні 12 місяців, що передував реєстрації	Менше 26 тижнів	15,2%
	Більше 26 тижнів	84,8%
Форма власності підприємства останнього місяця роботи	Державна	25,7%
	Колективна	61,8%
	Приватна	11,4%
Характеристика останнього місяця роботи	Працював на посаді службовця	69,8%
	Працював на робочому місці	30,2%
Вимоги незайнятого щодо середньомісячної зарплати	Вище середньої по області	52,0%
	Нижче середньої по області	32,0%
	Не вказано	16,0%

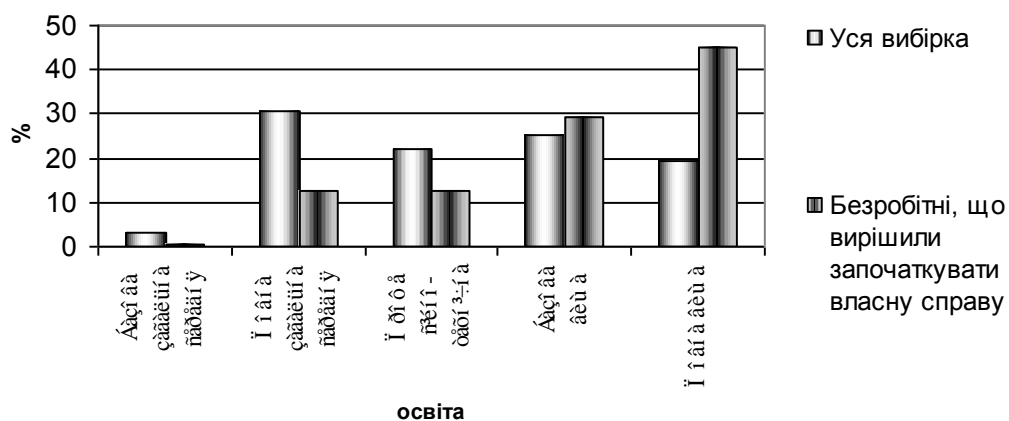


Рис. 5.5. Розподіл безробітних за рівнем освіти

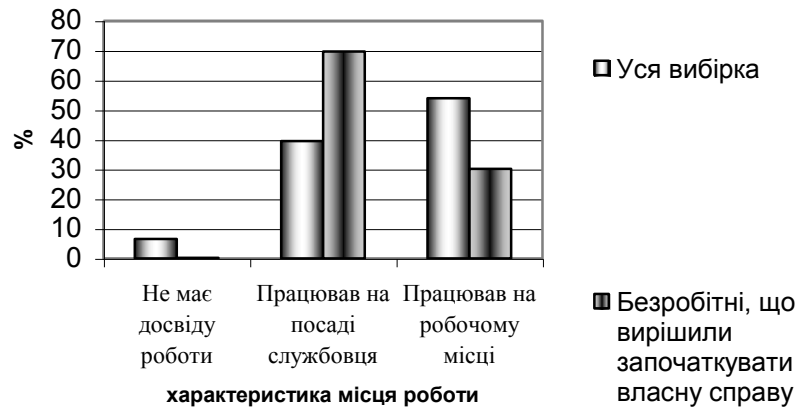


Рис. 5.6. Розподіл безробітних за характеристикою останнього місця роботи

З табл. 5.6 можна побачити, що безробітні, які увійшли до загальної вибірки, мають невисокі вимоги щодо майбутньої заробітної плати: 55% згодні на заробітну плату, нижчу, ніж середня по області. У той же час, згідно з табл. 5.7, серед безробітних-майбутніх підприємців таких осіб тільки 32%, а бажають мати заробітну плату, що вища від тієї, яка склалась по області, вже 52% (див. рис. 5.7).

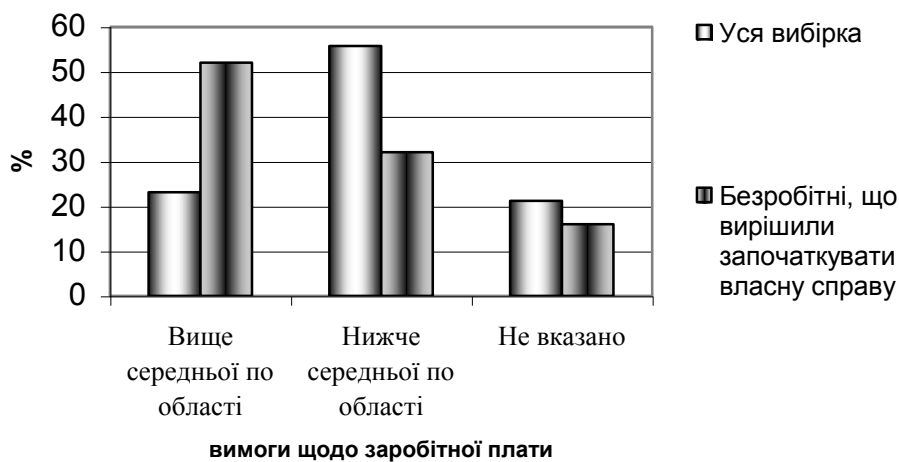


Рис. 5.7. Розподіл безробітних за вимогами щодо відносної майбутньої заробітної плати

Таким чином, можна сказати, що типовий безробітний, який вирішив започаткувати власну справу, це з майже однаковою ймовірністю чоловік або жінка віком 30-50 років, що має базову або повну вищу освіту та досвід роботи (як правило, досвід роботи за останній рік, що передувало незайнятості, перевищує 26 тижнів на посаді службовця) крім того, має досить високі вимоги відносно майбутньої заробітної плати.

Для дослідження факторів, що впливають на ймовірність відкриття безробітним власної справи, використовувались logit-моделі. Результати розрахунків такої моделі для всієї вибірки безробітних, а також для вибірки безробітних, що вийшли з реєстру безробітних за причиною працевлаштування, наведено відповідно у табл. 5.8, 5.9. Тут, зокрема,

наведено коефіцієнти моделі, їх стандартні похибки, значення z -статистики та надійну ймовірність P .

Як бачимо з табл. 5.8, факторами, що позитивно впливають на рішення незайнятого зайнятися підприємницькою діяльністю, є наявність повної або базової вищої освіти і стажу роботи, причому як загального, так і за останній рік. Крім того, більш схильні зайнятися підприємницькою діяльністю чоловіки і ті, хто на останньому місці роботи займав посаду службовця. Це можна пояснити тим, що специфіка підприємницької діяльності передбачає наявність у підприємця ініціативності, здатності самостійно приймати рішення і брати на себе відповідальність за отримані результати. Такими властивостями, володіють люди з вищою освітою, з досвідом роботи і ті, що працювали на більш відповідальних посадах.

На відміну від моделі пропорційних ризиків Кокса, за допомогою якої досліджувались фактори, що впливають на “ризик” виходу з безробіття та з використанням якої було, зокрема, виявлено, що заробітна плата, яка вимагається, негативно впливає на ймовірність виходу з безробіття [11, 14-15, 17]. За допомогою logit-моделі (див. табл. 5.8) ми бачимо, що відносна бажана заробітна плата, позитивно впливає на рішення безробітного розпочати власну справу.

Менш схильні до створення власної справи ті, хто потрапив до ЦЗ з державного підприємства. Можливо, такі безробітні не мають достатнього уявлення про специфіку підприємницької діяльності.

Таблиця 5.8

Оцінки параметрів logit-моделі для загальної вибірки безробітних

Пояснюючі змінні	Коефіцієнт	Стандартні помилки	z - статистика	$P > z $
Стать (1 – чоловіки)	0,697	0,095	7,32	0,000
Вікова група 4 (50-60 років)	-0,583	0,146	-3,98	0,000
Освітня категорія 1 (повна вища)	0,782	0,132	5,93	0,000
Освітня категорія 2 (базова вища)	0,546	0,129	4,24	0,000
Наявність стажу роботи	2,47	0,717	3,44	0,001
Стаж роботи за останні 12 місяців (1 – більше 26 тижнів)	1,46	0,126	11,58	0,000
На останньому місці роботи займав посаду службовця	0,859	0,119	7,24	0,000
Форма власності підприємства останнього місця роботи – державна	-0,309	0,103	-2,99	0,003
Зареєстрований до 2002 р.	-0,388	0,110	-3,55	0,000
Вимоги незайнятого відносно заробітної плати (1 – вище середньої)	0,813	0,092	8,83	0,000
Константа	-9,16	0,715	-12,81	0,000

Необхідно відзначити позитивний вплив фактора часу на намір безробітних зайнятись підприємницькою діяльністю: після 2001 року ймовірність появи такого наміру у безробітних збільшилась, що може, зокрема, свідчити про деякі зміни у суспільній свідомості щодо відношення до підприємців і підприємницької діяльності. Як бачимо з табл. 5.9, результати, отримані для вибірки безробітних, що вийшли з реєстру безробітних за причиною працевлаштування, аналогічні представленим у табл. 5.8.

Таблиця 5.9

Оцінки параметрів logit-моделі для вибірки безробітних, що вийшли з реєстру безробітних через працевлаштування

Пояснюючі змінні	Коефіцієнт	Стандартні помилки	z - статистика	$P > z $
Стать (1 – чоловіки)	0,517	0,099	5,23	0,000
Вікова група 4 (50-60 років)	-0,423	0,150	-2,81	0,005
Освітня категорія 1 (повна вища)	0,820	0,137	5,97	0,000
Освітня категорія 2 (базова вища)	0,673	0,132	5,09	0,000
Наявність стажу роботи	2,642	0,718	3,68	0,000
Стаж роботи за останні 12 місяців (1 – більше 26 тижнів)	1,488	0,128	11,65	0,000
На останньому місці роботи займав посаду службовця	0,942	0,124	7,63	0,000
Форма власності підприємства останнього місця роботи – державна	-0,321	0,105	-3,05	0,002
Зареєстрований до 2002 року	-0,542	0,112	-4,85	0,000
Вимоги незайнятого відносно заробітної плати (1 – вище середньої)	0,884	0,094	9,38	0,000
Константа	-8,531	0,716	-11,91	0,000

Таким чином, ми бачимо, що фактори, які впливають на тривалість безробіття, і фактори, які впливають на рішення безробітного зайнятись підприємницькою діяльністю, у деякій мірі не збігаються. Сприяння безробітним у відкритті власної справи дозволяє використовувати достатньо високий освітньо-професійний потенціал незайнятих громадян, що перебувають на обліку у ЦЗ.

5.3. Кількісна оцінка ризику малих підприємств

Метою дослідження, представленого у даному розділі, була оцінка ризику діяльності малих підприємств в Дніпропетровській області та аналіз його впливу на розвиток підприємництва в регіоні.

У структурі малих підприємств області найбільшу частку займають підприємства оптової та роздрібною торгівлі (42% у 2005 році), відсоток промислових малих підприємств досить низький – 13% (див. табл. 5.10). У той же час у період, що розглядався, спостерігались позитивні зміни: частка малих підприємств оптової та роздрібною торгівлі знизилась з 53% у 2000 році до 42% у 2005. Відмітимо також, що з 2000 по 2005 роки майже удвічі збільшилась частка малих підприємств, що здійснювали операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам.

Таблиця 5.10

Структура малих підприємств Дніпропетровської області за видами економічної діяльності

Показники	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
Всього, %	100	100	100	100	100	100
У тому числі:						
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство, %	2,7	4,0	3,6	3,4	3,4	3,3
Рибне господарство, %	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Промисловість, %	13,4	13,4	13,4	13,6	13,5	13,1
Будівництво, %	7,9	8,5	8,5	8,7	9,4	9,9
Оптова та роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами, %	52,6	49,4	47,4	44,6	42,8	41,6
Готелі та ресторани, %	2,3	2,3	2,3	2,2	2,1	2,1
Транспорт і зв'язок, %	3,1	3,3	3,4	3,7	3,9	3,8
Фінансова діяльність, %	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0	1,1
Операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам, %	11,9	13,1	15,3	17,5	18,7	20,0
Державне управління, %	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Освіта, %	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7
Охорона здоров'я та соціальна допомога, %	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1
Колективні, громадські та особисті послуги, %	3,5	3,4	3,3	3,3	3,1	3,1
Послуги домашньої прислуги, %	–	–	0,0	–	–	

Проаналізуємо на основі даних Державного комітету статистики України і Головного управління статистики у Дніпропетровській області [3-4, 9-10, 12] фінансову діяльність малих підприємств регіону. У табл. 5.11, наведено рівні рентабельності продукції підприємств Дніпропетровської області за видами економічної діяльності. Як бачимо з табл. 5.11, майже за всіма видами економічної діяльності протягом періоду, що розглядався, рентабельність операційної діяльності малих підприємств області була суттєво нижчою за рентабельність діяльності усіх підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності та не перевищувала 2% (це дуже низький показник). Найбільший рівень рентабельності у 2005 році мали малі підприємства за такими видами економічної діяльності, як державне управління (13,5%), операції з нерухомістю, здавання під найм і послуги юридичним особам (11,1%) та фінансова діяльність (5,8%), причому у цих сферах економічної діяльності рентабельність малих підприємств у 2003-2005 рр. майже завжди перевищувала рентабельність підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності. Найнижчий рівень рентабельності у 2005 році мали підприємства оптової і роздрібної торгівлі та будівництва, продукція яких була збитковою (рівні рентабельності відповідно склали – 11,7% і –0,3%).

Таблиця 5.11

Рентабельність продукції підприємств за видами економічної діяльності

Показники	Підприємства-суб'єкти підприємницької діяльності				Малі підприємства			
	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Всього, %	3	3,1	5,8	8,1	-0,02	-0,3	1,5	0,9
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство, %	10,6	6,3	15,1	24,4	5,3	-2,3	5,1	3,1
Промисловість, %	2,9	4,7	7,0	8,5	-1,8	3,0	-1,1	1,8
Будівництво, %	-3,4	-1,5	1,0	1,1	0,8	-6,6	2,5	-0,3
Оптова та роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами, %	4,3	1,3	12,2	19,5	0,1	-5,4	-1,8	-11,7

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Готелі та ресторани, %	4,2	2,6	4,1	8,7	-2,0	-0,5	0,6	2,7
Транспорт і зв'язок, %	1,9	2,0	-0,2	10,5	2,9	-0,7	9,8	0,9
Фінансова діяльність, %	10,3	2,4	5,7	3,2	6,4	25,9	6,8	5,8
Операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам, %	-0,1	0,2	1	3,9	-1,8	5,8	5,2	11,1
Державне управління, %	1,6	0,6	83,2	16,1	4,4	1,7	15,8	13,5
Освіта, %	8,5	11,2	10,7	10,6	-0,4	8,8	5,7	3
Охорона здоров'я та соціальна допомога, %	1,6	7,5	1,1	2,7	2,6	15,0	1,5	4,3
Колективні, громадські та особисті послуги, %	3,8	-1,8	1,1	2,7	2,9	3,4	2,7	4,1

На рис. 5.8 наведено динаміку рентабельності підприємств Дніпропетровської області. На цьому рисунку можна побачити, що у період, який досліджується рентабельність підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності постійно зростала, в той час, як рентабельність малих підприємств області залишилась на майже нульовому рівні.

На рис. 5.9, 5.10 наведено динаміку рентабельності продукції відповідно підприємств оптової та роздрібної торгівлі, а також підприємств, що здійснюють операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам. Ці рисунки пояснюють якоюсь мірою динаміку структури малих підприємств області, представлену у табл. 5.10. Можливо, зменшення відносної кількості малих торгових підприємств пояснюється зменшенням рентабельності їх діяльності, в той же час, рентабельність продукції малих підприємств, що здійснюють операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам, протягом періоду, що розглядається збільшувалась, як і частка цих підприємств у загальній кількості підприємств малого бізнесу.

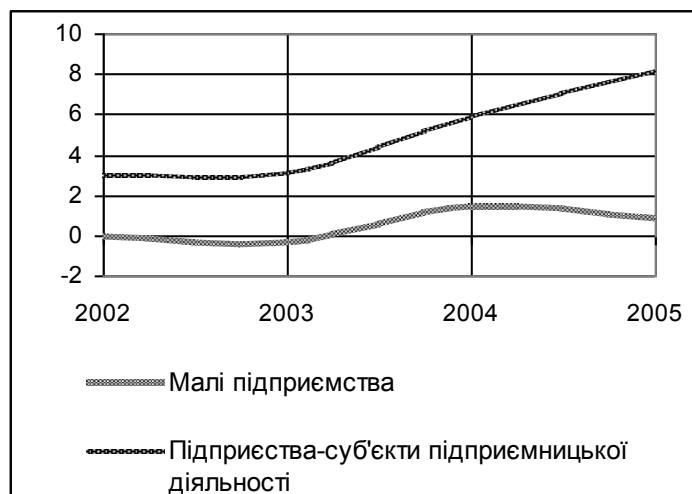


Рис. 5.8. Динаміка рентабельності продукції підприємств області

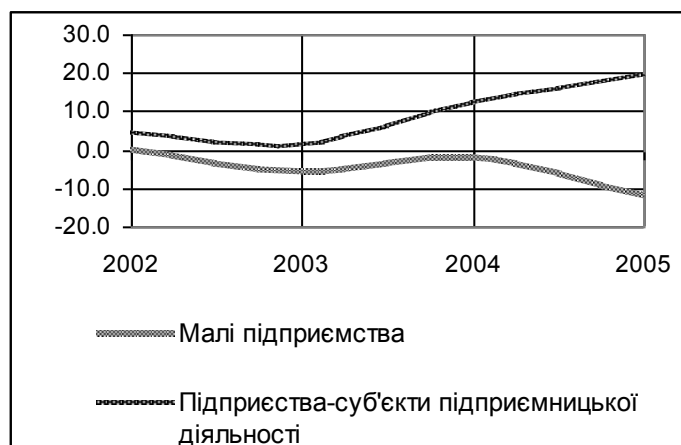


Рис. 5.9. Динаміка рентабельності продукції підприємств оптової та роздрібної торгівлі

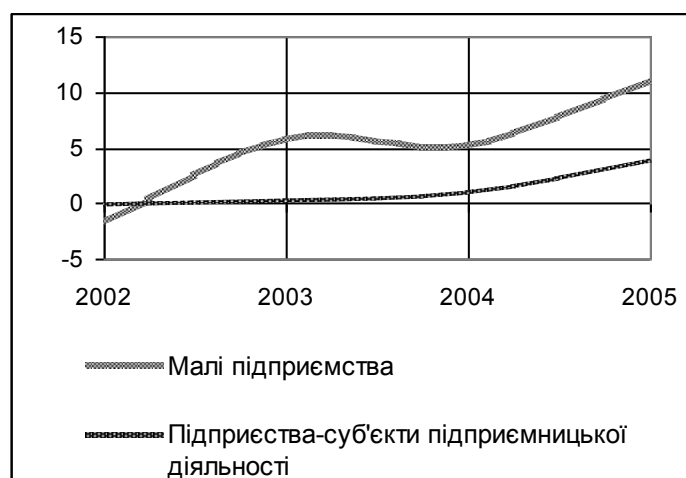


Рис. 5.10. Динаміка рентабельності продукції підприємств, що здійснюють операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам

При аналізі фінансової діяльності малих підприємств за регіонами Дніпропетровської області також можна побачити, що рівень рентабельності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності суттєво вищий за рівень рентабельності малих підприємств. Крім того, рентабельність малих підприємств суттєво відрізняється для різних регіонів області.

На основі даних за регіонами Дніпропетровської області проведено аналіз ризику діяльності малих підприємств [13].

Згідно з [1, 2], для аналізу ризику діяльності малих підприємств за статистичними даними x_j ($j = \overline{1, n}$, n – кількість спостережень) по регіонах області для рентабельності X використовувались такі показники:

- сподіване значення рівня рентабельності в регіоні:

$$M(X) = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n x_j, \quad (5.13)$$

- середньоквадратичне (стандартне) відхилення, що характеризує ризик як міру мінливості результату:

$$\sigma(X) = \sqrt{V(X)}, \quad (5.14)$$

де

$$V(X) = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n (x_j - M(X))^2, \quad (5.15)$$

- коефіцієнт варіації, який трактується як величина ризику, що припадає на одиницю доходу:

$$CV(X^+) = \frac{\sigma(X^+)}{M(X^+)}. \quad (5.16)$$

Відмітимо, що при класичному визначенні міри ризику, якому відповідають показники ризику (13)-(16), однаково трактуються як додатні, так і від'ємні відхилення величини реального ефекту від сподіваної величини, тобто виконується гіпотеза про те, що коливання рентабельності малих підприємств в обидві сторони однаково небажані [1, 2]. У неокласичній теорії економічного ризику виходять з того, що ризик пов'язаний лише з несприятливими ефектами і для його оцінювання достатньо брати до уваги лише несприятливі відхилення від сподіваної величини [1, 2]. При цьому в якості міри ризику використовується семіквадратичне відхилення $SSV(X) = \sqrt{SV(X)}$,

$$\text{де} \quad SV(X) = \frac{1}{N^-} \sum_{j=1}^n \alpha_j (x_j - M(X))^2, \quad N^- = \sum_{j=1}^n \alpha_j, \quad (5.17)$$

та коефіцієнт семіваріації:

$$CSV(X^+) = \frac{SSV(X^+)}{M(X^+)}. \quad (5.18)$$

У табл. 5.12 наведено результати розрахунків показників ефективності та ризику діяльності малих підприємств Дніпропетровської області у 2004 і 2005 рр. за основними видами економічної діяльності, такими як сільське господарство, промисловість, будівництво та оптова і роздрібна торгівля.

Таблиця 5.12

*Показники ефективності та ризику діяльності малих підприємств
Дніпропетровської області*

Галузі господарства	$M(X)$		$\sigma(X)$		$CV(X)$		$SSV(X)$		$SCV(X)$	
	2004 р.	2005 р.	2004 р.	2005 р.	2004 р.	2005 р.	2004 р.	2005 р.	2004 р.	2005 р.
Всього	-0,646	-2,12	11,6	11,4	-17,9	-5,40	13,6	13,8	-21,1	-6,54
Сільське господарство	-1,66	1,86	38,6	23,9	-23,3	12,9	40,4	32,6	-24,4	17,5
Промисловість	-5,48	-10,7	10,2	20,3	-1,86	-1,89	14,2	29,7	-2,59	-2,77
Будівництво	6,29	0,39 4	16,5	13,1	2,62	33,2	11,1	14,1	1,76	35,7
Торгівля	-8,51	-2,29	25,6	22,9	-3,01	-10,0	36,7	23,9	-4,32	-10,5

Аналіз табл. 5.12 свідчить про наявність значного ризику діяльності малих підприємств у регіоні. Майже за всіма видами економічної діяльності, що розглянуто, сподіване значення рентабельності, яке характеризує ефективність діяльності підприємств, було від'ємним. Найгірші справи за даним показником у промислових малих підприємств, на яких у 2005 р. рівень рентабельності у порівнянні з попереднім роком зменшився майже у два рази і становив $M(X) = -10,7\%$. У торгівлі очікуване значення рентабельності у 2005 р. хоча трохи і збільшилось у порівнянні з 2004 р., але залишилось від'ємним (-2,29%). З точки зору на ризик як на міру мінливості результату найбільш ризиковою виявилась діяльність сільськогосподарських підприємств. Так, у 2005 р. значення середньоквадратичного відхилення показника рентабельності у даній сфері економічної діяльності склало 23,9%, а коефіцієнт варіації дорівнював 12,9, що свідчить про дуже великий ризик діяльності підприємств, ще більші значення мали такі показники ризику, як семиквадратичне відхилення та коефіцієнт семіваріації. Не набагато кращі справи спостерігались і в інших сферах економічної діяльності.

В аналізі ризику відрізняють ризик, який не можна усунути жодними методами, оскільки він присутній систематично і зумовлений зовнішніми

факторами, і ризик, що залежить від діяльності конкретного підприємства чи галузі. Систематичний ризик оцінюється коефіцієнтом чутливості β , що визначає рівень коливань у результатах діяльності галузі стосовно результатів діяльності ринку чи всієї економіки. З практичною метою β зручно обчислювати за такою формулою:

$$\beta = \frac{\text{cov}(X, Y)}{\sigma_Y^2} = \frac{\sum_{j=1}^n (x_j - M(X))(y_j - M(Y))}{\sum_{j=1}^n (y_j - M(Y))^2}, \quad (5.19)$$

де x_j, y_j – відповідно спостережені значення показника X , що характеризує результати діяльності галузі, і показника Y , що характеризує результати діяльності ринку чи всієї економіки;

$M(X), M(Y)$ – математичні сподівання відповідно показників X і Y ;
 $\text{cov}(X, Y)$ – кореляційний момент відповідно показників X і Y ;

σ_Y^2 – дисперсія показника Y , що характеризує відповідні результати діяльності ринку чи всієї економіки.

Коефіцієнт β показує рівень коливань чи відхилень у результаті діяльності галузі, який описується показником X стосовно результатів діяльності ринку чи всієї економіки. За допомогою цього коефіцієнта можна зіставити діяльність галузі з усім ринком: галузь з показником $\beta = 1$ має коливання результатів, що на рівні ринкових, з $\beta < 1$ – менші від ринкових, з $\beta > 1$ – вищі від ринкових.

Було розраховано показники систематичного ризику діяльності малих підприємств по відношенню до діяльності усіх підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності. У якості оцінок математичних сподівань розглядались середні значення рентабельності продукції малих підприємств і підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності за регіонами області у відповідному році. У 2004 та 2005 роках отримані відповідно такі значення коефіцієнта чутливості: $\beta = 0,62$ та $\beta = 0,47$. Як бачимо, в обох роках значення коефіцієнта було меншим за одиницю. Це свідчить про те, що ризик діяльності малих підприємств Дніпропетровської області багато в чому обумовлений загальним станом економіки області.

Для оцінки впливу рентабельності малих підприємств на розвиток малого підприємництва в регіонах Дніпропетровської області застосовувались моделі панельних регресій (у параграфі 5.1 описано особливості моделювання за допомогою панельних регресій). При цьому використовувались дані за 2003-2005 рр. по регіонах області.

У табл. 5.13 і 5.14 наведено результати розрахунків моделей кількості малих підприємств mp і кількості діючих малих підприємств mpd на 10 тис. наявного населення. У таблицях, зокрема, наведено оцінки отриманих коефіцієнтів регресії та їх середньоквадратичних відхилень, розрахункові значення t -статистики Стьюдента, рівні довірчої ймовірності та надійні інтервали для параметрів регресії. У якості факторів моделі розглянуто такі змінні: oz – основні засоби на 1 особу населення (грн), $prentab$ – рівень рентабельності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності (%), $mpnd_mp$ – відсоток у загальній кількості недіючих малих підприємств (%), $d2005$ – фіктивна змінна, що приймає значення 1 для 2005 року і значення 0 для інших років, яка відображає вплив ефекту факторів, загальних для усієї області, що змінювались у 2005 році. Зазначимо, що при проведенні розрахунків розглядались не самі значення показників, а їх натуральні логарифми (за винятком показників, що вимірюються у відсотках, та фіктивних змінних). Як можна бачити з таблиць 5.13, 5.14, усі чинники, що були включені до моделі, значимі при рівні значимості меншим за 5%.

Таблиця 5.13

Результати розрахунків моделі кількості малих підприємств

ln(mp)	Coef.	Std. Err.	T	P> t	[95% Conf. Interval]
ln(oz) .3375239	.2229211	.0566586	3.93	0.000	.1083183
ln(prentab) .0998057	.0680973	.0156764	4.34	0.000	.0363888
mpnd_mp .0177845	.0137941	.0019728	6.99	0.000	.0098037
d2005 .0215996	-.059572	.0187732	-3.17	0.003	-.0975443 -
_cons 2.026399	1.055824	.4798435	2.20	0.034	.0852487
sigma_u	.3716293				
sigma_e	.06237683				
rho	.97259936	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:	F(30, 39) =	72.51	Prob > F = 0.0000		

Результати розрахунків моделі кількості діючих малих підприємств

ln(mpd) Interval]	Coef.	Std. Err.	T	P> t	[95% Conf.
ln(oz) .3373829	.2229842	.0566029	3.94	0.000	.1085854
ln(preentab) .1017603	.0702495	.0155911	4.51	0.000	.0387386
d2005 .0254148	-.0622164	.018209	-3.42	0.001	-.0990181 -
_cons 2.052083	1.095194	.4734558	2.31	0.026	.1383037
sigma_u	.37566507				
sigma_e	.06283992				
rho	.97278023	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F(30, 40) =	72.37	Prob > F = 0.0000	

Таким чином, у результаті розрахунків отримано такі моделі:

$$\ln(mp) = \mu_i + 0,223\ln(oz) + 0,068\ln(preentab) + 0,014mpnd_mp - 0,060d2005, \quad (5.20)$$

$$\ln(mpd) = \mu_i + 0,223\ln(oz) + 0,070\ln(preentab) - 0,062d2005. \quad (5.21)$$

Як бачимо з табл. 5.13 і 5.14, більшість факторів, що за очікуваннями повинні були впливати на показники розвитку малого підприємництва в регіонах області, виявились не значимими. На відміну від результатів, що отримані на основі даних по регіонах України [16], суттєвий вплив на розвиток малого підприємництва чинили тільки фактори, що характеризують економічний розвиток регіону. Кількість малих підприємств, як загальна, так і діючих малих підприємств, згідно моделей (5.20), (5.21) визначається основними засобами на одну особу населення (*oz*) і рівнем рентабельності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності (*preentab*). Тобто, зростання кількості малих підприємств в області обумовлюється, в першу чергу, фінансовим станом підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності регіону.

У той же час, як і у роботі [16], виявилось, що загальна кількість малих підприємств визначається ще й кількістю непрацюючих малих підприємств. Причому, отримано додатну залежність між загальною кількістю малих підприємств та часткою непрацюючих підприємств. Такий результат можна пояснити тим, що в регіонах області спостерігається несприятлива тенденція, коли малі підприємства створюються не з метою виробництва продукції та надання послуг, а з

іншою метою, зокрема, для отримання пільг, що надаються малим підприємствам.

Відмітимо, що фактори, специфічні для 2005 року, мали негативний вплив на кількість малих підприємств в області.

Таким чином, можна зробити висновок, що для стимулювання розвитку малого підприємництва в регіоні, можливо, більш ефективним, ніж пільги малим підприємствам, є нарощування основних засобів і розвиток виробничої інфраструктури регіону, а також зниження ризику діяльності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності.

5.4. Математичні моделі податкового навантаження малих підприємств при різних схемах оподаткування

У даному розділі побудовано економіко-математичні моделі загального обсягу оподаткування малого підприємства для різних варіантів оподаткування. Дані моделі дозволяють визначати оптимальні варіанти оподаткування малого підприємства при різних ставках податків, як чинних, так і інших.

Сьогодні одним з пріоритетних напрямків державної підтримки малого підприємництва є зменшення фіскального тиску на дрібного вітчизняного товаровиробника. Дослідженню сучасної системи оподаткування малого підприємництва присвячено досить багато робіт. Серед них можна відмітити роботу [6], в якій представлено економіко-математичну модель для визначення можливих результатів при застосуванні єдиного податку суб'єктами малого підприємництва-юридичними особами. Математична модель дозволяє відповісти на питання, чи дійсно спрощене оподаткування знижує податкове навантаження на малий бізнес, а також допомагає розрахувати потенційні втрати (додаткові надходження) бюджету від його впровадження. У той же час у роботі [6] розроблено модель для конкретних ставок податків, що діяли у 2001 р., проте ця модель потребує суттєвого коригування у зв'язку із змінами чинного податкового законодавства, що мали місце. У роботі [5] досліджуються методологічні підходи до економічної оцінки системи оподаткування малих підприємств на основі розрахунків для конкретних малих підприємств за допомогою введення в аналіз показників рентабельності продажу і рентабельності товарної продукції, коефіцієнта ефективності системи оподаткування.

Метою даного дослідження є побудова сучасної економіко-математичної моделі оподаткування суб'єктів малого підприємництва для дослідження економічного ефекту від застосування єдиного податку та визначення оптимального для підприємства варіанта оподаткування.

Згідно з Указом Президента України від 28.06.99 р. №746/99 “Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого

підприємства”, малі підприємства-юридичні особи мають право обирати такі способи оподаткування:

- за загальною системою оподаткування (найбільш вагомі податки, що сплачують малі підприємства у цьому випадку, – податок на додану вартість за ставкою 20% і податок на прибуток підприємства за ставкою 25%);

- за єдиним податком за ставкою 6% від об’єкта оподаткування у разі сплати податку на додану вартість;

- за єдиним податком за ставкою 10% у разі, якщо вони не є платниками податку на додану вартість.

До переваг спрощеної форми оподаткування відносяться простота нарахування податків і ведення обліку, зниження витрат на адміністрування. У той же час, економічна вигідність спрощеної системи оподаткування залежить від конкретного суб’єкта підприємницької діяльності, його доходів і витрат, специфіки виробництва та реалізації продукції.

Для визначення економічної ефективності застосування єдиного податку суб’єктами малого підприємництва-юридичними особами побудуємо модель загальних обсягів податків і зборів (обов’язкових платежів), що повинні сплачувати малі підприємства при традиційній та спрощених системах оподаткування [7].

Нехай обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) малого підприємства дорівнює R , витрати з реалізованої продукції без урахування податків і зборів – C , загальний обсяг податків і зборів – T .

У разі оподаткування малого підприємства за схемою, що передбачає сплату єдиного податку, виручка R включає у себе податок на додану вартість T_{pdvz} (податкове зобов’язання):

$$R = R' + T_{pdvz} = R' + \alpha_{pdv} R' = (1 + \alpha_{pdv}) R', \quad (5.22)$$

де $\alpha_{pdv}=0,2$ – ставка податку на додану вартість, R' – виручка від реалізації без податку на додану вартість.

Будемо вважати, що до складу витрат малого підприємства входять матеріальні витрати C_m , у тому числі вартість товарів та послуг, придбаних для перепродажу та реалізованих без додаткової обробки на даному підприємстві, амортизаційні відрахування C_a , витрати на оплату праці C_{zp} , інші операційні витрати C_{in} , зокрема витрати на відрядження у межах встановлених норм, вартість послуг сторонніх підприємств, плата за розрахунково-касове обслуговування, втрати від псування цінностей і таке інше:

$$C = C_m + C_a + C_{zp} + C_{in}.$$

Відмітимо, що до складу витрат C не входять будь-які податки та збори. Будемо вважати, що у разі першого та другого варіантів оподаткування, які передбачають сплату податку на додану вартість за розміром матеріальних витрат C_m виникає податковий кредит T_{pdvk} :

$$C_m = C'_m + \alpha_{pdv} C'_m = (1 + \alpha_{pdv}) C'_m. \quad (5.23)$$

Для спрощення моделі будемо вважати, що мале підприємство не є виробником підакцизних товарів, але при необхідності ця складова виручки досить просто вводиться у модель.

Розглянемо загальну систему оподаткування. У разі, коли мале підприємство обрало такий варіант оподаткування, воно повинно сплатити податок на додану вартість T_{pdv} , податок на прибуток підприємства T_F , відрахування на соціальні заходи (нарахування на заробітну плату) T_{zp} , інші обов'язкові збори та платежі T_{in} . Загальний обсяг податків та зборів T_{zso} у цьому випадку дорівнює:

$$T_{zso} = T_{pdv} + T_{zp} + T_{in} + T_F. \quad (5.24)$$

Податок на додану вартість T_{pdv} являє собою різницю між податком на додану вартість, нарахованим на обсяг продажу (податковим зобов'язанням) T_{pdvz} , та податком на додану вартість, нарахованим на вартість придбаних матеріальних ресурсів виробничого призначення (податковим кредитом) T_{pdvk} :

$$T_{pdv} = T_{pdvz} - T_{pdvk} = \alpha_{pdv}^* R - \alpha_{pdv}^* C_m = \alpha_{pdv}^* (R - C_m), \quad (5.25)$$

де

$$\alpha_{pdv}^* = \frac{\alpha_{pdv}}{1 + \alpha_{pdv}}. \quad (5.26)$$

Відрахування на соціальні заходи (нарахування на заробітну плату) T_{zp} враховують збір на обов'язкове соціальне страхування за ставкою 2,9%, обов'язкове державне пенсійне страхування за ставкою 32,3% та внески до Державного фонду сприяння зайнятості населення за ставкою 1,6%:

$$T_{zp} = \alpha_{zp} C_{zp}, \quad (5.27)$$

де $\alpha_{zp} = 0,029 + 0,323 + 0,016 = 0,368$ – сума ставок внесків на обов'язкове соціальне страхування, обов'язкове державне пенсійне страхування та внески до Державного фонду сприяння зайнятості.

До складу податків та обов'язкових платежів (зборів) T_{in} , які відносяться до валових витрат виробництва згідно з чинним податковим

законодавством і не сплачуються при переході на єдиний податок, входять, зокрема, плата за землю, збір за спеціальне використання природних ресурсів, комунальний податок і таке інше. Величина T_{in} має для конкретного підприємства дуже індивідуальний порядок обчислення, що ускладнює її врахування в моделі, тому для спрощення зробимо припущення, що ця величина пропорційна витратам C_{in} :

$$T_{in} = \alpha_{in} C_{in}, \quad (5.28)$$

де α_{in} – деякий коефіцієнт пропорційності.

Для визначення обсягу податку на прибуток T_F , що повинно сплатити мале підприємство, розглянемо прибуток підприємства F_1 до оподаткування:

$$F_1 = R - T_{pdvz} - (C - T_{pdvk} + T_{zp} + T_{in}) = R - C - T_{pdv} - T_{zp} - T_{in}. \quad (5.29)$$

Будемо вважати, що прибуток F_1 дорівнює величині оподаткованого прибутку. Тоді податок на прибуток підприємства T_F визначається за формулою:

$$T_F = \alpha_F F_1 = \alpha_F (R - C - T_{pdv} - T_{zp} - T_{in}). \quad (5.30)$$

Підставивши вирази (5.25), (5.27), (5.28), (5.30) у формулу (5.24), після нескладних алгебраїчних перетворень отримаємо:

$$T_{zco} = (\alpha_F + (1 - \alpha_F)\alpha_{pdv}^*)R - \alpha_F C - (1 - \alpha_F)(\alpha_{pdv}^* C_m - \alpha_{zp} C_{zp} - \alpha_{in} C_{in}). \quad (5.31)$$

Останню формулу можна представити у такому вигляді:

$$T_{zco} = R \left[\alpha_F + (1 - \alpha_F)\alpha_{pdv}^* - \frac{\alpha_F + (1 - \alpha_F)(\alpha_{pdv}^* s_m - \alpha_{zp} s_{zp} - \alpha_{in} s_{in})}{k} \right], \quad (5.32)$$

де s_m , s_{zp} , s_{in} – частки відповідно матеріальних витрат C_m , витрат на оплату праці C_{zp} та витрат C_{in} у загальному обсязі витрат C ; k – відношення виручки від реалізації продукції R до витрат C :

$$k = \frac{R}{C}.$$

Величина k визначає ефективність діяльності малого підприємства без урахування будь-яких податків і зборів. Зручність такого загального

обсягу оподаткування T_{zco} у вигляді (5.4.18) обумовлена тим, що за таким зображенням обсяг оподаткування T_{zco} залежить тільки від діючих податкових ставок, структури витрат на виробництво та ефективності діяльності підприємства k .

За допомогою позначень:

$$\gamma_{zco} = \alpha_F + (1 - \alpha_F) \alpha_{pdv}^*, \quad (5.33)$$

$$\beta_{zco} = \alpha_F + (1 - \alpha_F) (\alpha_{pdv}^* s_m - \alpha_{zp} s_{zp} - \alpha_{ino} s_{in}), \quad (5.34)$$

модель загального обсягу оподаткування малого підприємства при загальній системі оподаткування, запишемо у вигляді:

$$T_{zco} = R \left(\gamma_{zco} - \frac{\beta_{zco}}{k} \right). \quad (5.35)$$

Розглянемо тепер спрощену систему оподаткування у разі сплати податку на додану вартість. У цьому випадку мале підприємство повинно сплатити до бюджету 6% з доходу від реалізації продукції R та податок на додану вартість T_{pdv} . Загальний обсяг податку T_{ep1} малого підприємства складає:

$$T_{ep1} = \alpha_{ep1} R + T_{pdv}, \quad (5.36)$$

де $\alpha_{ep1} = 0,06$ – ставка єдиного податку за даною схемою оподаткування. З урахуванням формули (25) отримуємо:

$$T_{ep1} = \alpha_{ep1} R + \alpha_{pdv}^* (R - C_m) = (\alpha_{ep1} + \alpha_{pdv}^*) R - \alpha_{pdv}^* C_m. \quad (5.37)$$

Формулу (5.37) представимо у вигляді:

$$T_{ep1} = R \left[\alpha_{ep1} + \alpha_{pdv}^* - \frac{\alpha_{pdv}^* s_m}{k} \right], \quad (5.38)$$

або, аналогічно (5.35), так:

$$T_{ep1} = R \left(\gamma_{ep1}^* - \frac{\beta_{ep1}^*}{k} \right), \quad (5.39)$$

де

$$\gamma_{ep1}^* = \alpha_{ep1} + \alpha_{pdv}^*, \quad (5.40)$$

$$\beta_{ep1}^* = \alpha_{pdv}^* s_m. \quad (5.41)$$

Модель (5.39) загальних обсягів податків і зборів для підприємства, що обрало варіант сплати єдиного податку, справедлива для періоду до 2004 року, а для моделювання оподаткування малого підприємства у 2004 і 2005 роках, коли було запроваджено пенсійну реформу, потребує деякого коригування. Справа у тому, що після введення в дію з 01.01.05 закону України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування” внески до Пенсійного фонду виведено із загальної системи оподаткування. Внаслідок цього малі підприємства, які обрали спрощену систему оподаткування, повинні тепер сплачувати крім єдиного податку ще й внески до Пенсійного фонду [18].

Врахуємо у моделі (5.39) додаткову сплату внесків у Пенсійний фонд, що повинні робити малі підприємства з 1 січня 2004 року. Додаткові внески сплачуються у разі, коли частка єдиного податку $\lambda_p T_{ep1}$, яка направляється до Пенсійного фонду, менша за величину $\alpha_p C_{zp}$:

$$\lambda_p T_{ep1} < \alpha_p C_{zp}, \quad (5.42)$$

де $\lambda_p = 0,42$ – частка єдиного податку, що згідно Указу Президента України від 28.06.99 р. №746/99 “Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб’єктів малого підприємництва” направляється до Пенсійного фонду України; $\alpha_p = 0,323$ – ставка внесків до Пенсійного фонду.

Підставивши формулу (39) у нерівність (42), отримаємо умову сплати додаткових внесків у виді:

$$k < k^*, \quad (5.43)$$

де

$$k^* = \frac{\lambda_p \beta_{ep1}^* + \alpha_p s_{zp}}{\lambda_p \gamma_{ep1}^*}. \quad (5.44)$$

Додаткові внески до Пенсійного фонду України сплачуються у розмірі $\alpha_p C_{zp} - \lambda_p T_{ep1}$, і загальний обсяг платежів T_{ep1} тоді складає:

$$T_{ep1} = R \left(\gamma_{ep1}^* - \frac{\beta_{ep1}^*}{k} \right) + \alpha_p C_{zp} - \lambda_p R \left(\gamma_{ep1}^* - \frac{\beta_{ep1}^*}{k} \right). \quad (5.45)$$

Після нескладних алгебраїчних перетворень отримуємо:

$$T_{ep1} = R \left((1 - \lambda_p) \gamma_{ep1}^* - \frac{\beta_{ep1}^* (1 - \lambda_p) - \alpha_p s_{zp}}{k} \right). \quad (5.46)$$

Модель загальних обсягів обов'язкових платежів T_{ep1} у разі сплати єдиного податку за ставкою 6%, що відкореговано з урахуванням сплати додаткових внесків до Пенсійного фонду, має вигляд:

$$T_{ep1} = R \left(\gamma_{ep1} - \frac{\beta_{ep1}}{k} \right), \quad (5.47)$$

де

$$\gamma_{ep1} = \begin{cases} \gamma_{ep1}^* & , \text{коли } k \geq k^* \\ (1 - \lambda_p) \gamma_{ep1}^* & , \text{коли } k < k^* \end{cases}, \quad (5.48)$$

$$\beta_{ep1} = \begin{cases} \beta_{ep1}^* & , \text{коли } k \geq k^* \\ (1 - \lambda_p) \beta_{ep1}^* - \alpha_p s_{zp} & , \text{коли } k < k^* \end{cases}. \quad (5.49)$$

Щоб отримати модель загальних обсягів платежів T_{ep2} у випадку, коли мале підприємство обрало спрощену систему оподаткування без сплати податку на додану вартість, у формулах (5.37), (5.38), (5.40), (5.41) необхідно покласти $\alpha_{pdv}^* = 0$. Після цього отримаємо:

$$T_{ep2} = R \left((1 - \lambda_p) \gamma_{ep2} - \frac{\beta_{ep2} (1 - \lambda_p) - \alpha_p s_{zp}}{k} \right), \quad (5.50)$$

або

$$T_{ep2} = R \left(\gamma_{ep2} - \frac{\beta_{ep2}}{k} \right), \quad (5.51)$$

де

$$\gamma_{ep2} = \begin{cases} \alpha_{ep2} & , \text{коли } k \geq k^* \\ (1 - \lambda_p) \alpha_{ep2} & , \text{коли } k < k^* \end{cases}, \quad (5.52)$$

$$\beta_{ep2} = \begin{cases} 0 & , \text{коли } k \geq k^* \\ -\alpha_p s_{zp} & , \text{коли } k < k^* \end{cases}, \quad (5.53)$$

$$k^* = \frac{\alpha_p s_{zp}}{\lambda_p \alpha_{ep2}}. \quad (5.54)$$

Таким чином, побудовано модель загальних обсягів податків і зборів (обов'язкових платежів) T , що повинні сплачувати малі підприємства за різними схемами оподаткування:

$$T = R \left(\gamma - \frac{\beta}{k} \right). \quad (5.55)$$

де

$$T = \begin{cases} T_{zco}, & \text{при загальній системі оподаткування;} \\ T_{ye1}, & \text{при спрощеній системі оподаткування за ставкою 6\%;} \\ T_{ye2}, & \text{при спрощеній системі оподаткування за ставкою 10\%;} \end{cases}$$

$$\gamma = \begin{cases} \gamma_{zco}, & \text{при загальній системі оподаткування;} \\ \gamma_{ye1}, & \text{при спрощеній системі оподаткування за ставкою 6\%;} \\ \gamma_{ye2}, & \text{при спрощеній системі оподаткування за ставкою 10\%;} \end{cases}$$

$$\beta = \begin{cases} \beta_{zco}, & \text{при загальній системі оподаткування;} \\ \beta_{ye1}, & \text{при спрощеній системі оподаткування за ставкою 6\%;} \\ \beta_{ye2}, & \text{при спрощеній системі оподаткування за ставкою 10\%;} \end{cases}$$

З урахуванням формули (5.55) чистий прибуток малого підприємства визначається так:

$$F = R - C - T = R \left(1 - \gamma - \frac{1 - \beta}{k} \right). \quad (5.56)$$

Звідси отримуємо умову невід'ємності чистого прибутку ($F > 0$):

$$k > \frac{1 - \beta}{1 - \gamma}. \quad (5.57)$$

Відмітимо, що коли умова (5.57) не виконується, необхідно у (5.31), (5.32), (5.33), (5.34) покласти $\alpha_F = 0$.

Модель (5.55) загальних обсягів обов'язкових платежів є базовою для дослідження можливих результатів застосування єдиного податку суб'єктами малого підприємництва – юридичними особами. На її основі можна отримати модель сукупних податкових зобов'язань в одиниці доходу малого підприємства:

$$\frac{T}{R} = \gamma - \frac{\beta}{k}. \quad (5.58)$$

Величину T/R можна розглядати як агреговану ставку оподаткування доходу малого підприємства. Проаналізуємо модель (5.58), що побудовано.

Величина γ , яка входить до формули (5.58), визначається тільки діючим податковим законодавством, а саме діючими ставками податків. Її значення не виходять за межі інтервалу від 0 до 1. Значення, що може приймати величина при нині діючих ставках податків для різних варіантів оподаткування малих підприємств, наведені у таблиці 5.15. Величина β визначається, окрім діючих ставок податків, ще й структурою витрат на

виробництво та реалізацію продукції, а саме значенням величин s_m , s_{zp} , s_{in} . Для аналізу величини β розглянуто граничний випадок, коли підприємство здійснює тільки матеріальні витрати та витрати на заробітну плату. Розраховані при цьому значення β для різних значень s_m і s_{zp} наведено у таблиці 5.15. Як бачимо з таблиці 5.15, β може приймати як додатні, так і від'ємні значення. За абсолютною величиною значення β не перевищує 1.

Таким чином, агрегована ставка оподаткування доходу малого підприємства T/R , згідно формули (5.58), має постійну складову γ , що залежить тільки від діючих ставок податків, та складову, що залежить від ефективності діяльності підприємства k . У випадку загальної системи оподаткування, коли частка матеріальних витрат $s_m > 0,1$, величина β додатна, і складова, що залежить від k , віднімається від величини γ . Коли ж $s_m < 0,1$, величина β становиться від'ємною і додається до γ . Тобто, у цьому випадку при великій частці витрат на оплату праці суттєво зростає податкове навантаження на підприємство. Це також видно на рис.5.11, на якому наведені значення T/R для різних схем оподаткування і різних значень s_m .

Таблиця 5.15

Розрахункові значення параметрів β і γ моделі загального обсягу оподаткування малого підприємства при різній структурі витрат виробництва

s_m	s_{zp}	β_{zco}	β_{ep1}^*	β_{ep1}	β_{ep2}^*	β_{ep2}	k_{ep1}^*	k_{ep1}
1	0	0,375	0,1667	0,0967	0	0	0,7353	0
0,99	0,01	0,371	0,165	0,0925	0	-0,0032	0,7619	0,0769
0,95	0,05	0,355	0,1583	0,0757	0	-0,0162	0,8682	0,3845
0,9	0,1	0,3349	0,15	0,0547	0	-0,0323	1,0011	0,7690
0,8	0,2	0,2948	0,1333	0,0127	0	-0,0646	1,2668	1,5381
0,7	0,3	0,2547	0,1167	-0,0292	0	-0,0969	1,5326	2,3071
0,6	0,4	0,2146	0,1	-0,0712	0	-0,1292	1,7983	3,0762
0,5	0,5	0,1745	0,0833	-0,1132	0	-0,1615	2,0641	3,8452
0,4	0,6	0,1344	0,0667	-0,1551	0	-0,1938	2,3298	4,6143
0,3	0,7	0,0943	0,05	-0,1971	0	-0,2261	2,5956	5,3833
0,2	0,8	0,0542	0,0333	-0,2391	0	-0,2584	2,8613	6,1524
0,1	0,9	0,0141	0,0167	-0,281	0	-0,2907	3,1271	6,9214
0,05	0,95	-0,0059	0,0083	-0,302	0	-0,3069	3,26	7,3060
0,01	0,99	-0,022	0,0017	-0,3188	0	-0,3198	3,3663	7,6136
0	1	-0,26	0	-0,323	0	-0,323	3,3929	7,6905
		γ_{zco}	γ_{ep1}^*	γ_{ep1}	γ_{ep2}^*	γ_{ep2}		
		0,375	0,2267	0,1315	0,1	0,058		

На рис. 5.12 показано залежність агрегованої ставки оподаткування доходу від структури витрат на виробництво при фіксованих значеннях k . Як бачимо, чим вище частка матеріальних витрат у структурі виробництва малого підприємства, тим менша буде агрегована ставка податку.

Розглянемо, як залежить податкове навантаження у частках виручки від ефективності діяльності підприємства k . У випадку, коли коефіцієнт k дорівнює 1 (це значення відповідає від'ємному прибутку підприємства), сукупна податкова ставка оподаткування доходу підприємства дорівнює величині $\gamma - \beta$. По мірі зростання коефіцієнта k величина $\frac{T}{R}$ поступово зростає при від'ємних значеннях β або поступово зменшується при додатних значеннях β до величини, що у граничному випадку при великих значень коефіцієнта k дорівнює γ .

Формула (5.58) є підставою для визначення оптимального варіанта оподаткування для малого підприємства. Для цього розглянемо економічний ефект у частках виручки від застосування єдиного податку:

- економічний ефект E_{ep1} від застосування єдиного податку за ставкою 6% проти загальної системи оподаткування –

$$\frac{E_{ep1}}{R} = \gamma_{zco} - \gamma_{ep1} - \frac{\beta_{zco} - \beta_{ep1}}{k}; \quad (5.59)$$

- економічний ефект E_{ep2} від застосування єдиного податку за ставкою 10% проти загальної системи оподаткування –

$$\frac{E_{ep2}}{R} = \gamma_{zco} - \gamma_{ep2} - \frac{\beta_{zco} - \beta_{ep2}}{k}; \quad (5.60)$$

- економічний ефект E_{ep} від застосування єдиного податку за ставкою 10% проти єдиного податку за ставкою 6% –

$$\frac{E_{ep}}{R} = \gamma_{ep1} - \gamma_{ep2} - \frac{\beta_{ep1} - \beta_{ep2}}{k}. \quad (5.61)$$

На рис. 5.11 показано економічний ефект від спрощеної системи оподаткування для різних значень s_m . Як бачимо з рисунка, найбільший позитивний ефект має місце, коли на малому підприємстві велика частка загальних витрат відноситься до фонду заробітної плати. Для порівняння розраховано економічний ефект $E_{ep1'}$, $E_{ep2'}$ від спрощеної системи оподаткування для випадку, якщо підприємство не сплачує додаткові кошти до пенсійного фонду України. Як бачимо, у цьому разі для випадку великих значень частки витрат на заробітну плату економічний ефект

суттєво зростає. Коли ж $s_m = 0,9$, ніяких додаткових сплат у Пенсійний фонд мале підприємство не повинно робити.

Умови доцільності переходу на єдиний податок є такими:

- доцільність переходу на єдиний податок за ставкою 6% – $E_{ep1} > 0$,
 $E_{ep} < 0$;

- доцільність переходу на єдиний податок за ставкою 10% – $E_{ep2} > 0$,
 $E_{ep} > 0$;

- доцільність застосування загальної системи оподаткування –
 $E_{ep1} < 0$, $E_{ep2} < 0$.

У випадку додатності прибутку підприємства завжди мають місце нерівності:

$$\gamma_{zco} - \gamma_{ep1} > 0; \gamma_{zco} - \gamma_{ep2} > 0; \gamma_{ep1} - \gamma_{ep2} > 0.$$

Тоді умови переходу на спрощену систему оподаткування такі:

- перехід на єдиний податок зі сплатою ПДВ проти загальної системи оподаткування –

$$k > \frac{\beta_{zco} - \beta_{ep1}}{\gamma_{zco} - \gamma_{ep1}};$$

- перехід на єдиний податок без сплати ПДВ проти загальної системи оподаткування –

$$k > \frac{\beta_{zco} - \beta_{ep2}}{\gamma_{zco} - \gamma_{ep2}};$$

- перехід на єдиний податок зі сплатою ПДВ проти загальної системи оподаткування –

$$k > \frac{\beta_{ep1} - \beta_{ep2}}{\gamma_{ep1} - \gamma_{ep2}}.$$

Як можна побачити з рис. 5.11, 5.12, перехід на спрощену систему оподаткування є доцільним майже у всіх випадках, окрім тих, коли занадто висока частка витрат відноситься до матеріальних і в той же час ефективність діяльності підприємства не є високою.

Розглянемо структуру витрат на реалізацію продукції (робіт, послуг) підприємств Дніпропетровської області у 2006 р., що наведено у табл. 5.16 [10].

**Структура витрат на реалізацію продукції (робіт, послуг) підприємств
малого бізнесу Дніпропетровської області у 2006 р. за видами
економічної діяльності**

Види економічної діяльності	Питома вага окремих елементів операційних витрат, %				
	Матеріальні витрати та вартість товарів	Амортизація	Оплата праці	Відрахування на соціальні заходи	Інші операційні витрати
<i>Всього</i>	<i>68,1</i>	<i>3,8</i>	<i>10,1</i>	<i>3,2</i>	<i>14,8</i>
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	56,1	7,2	13,9	2,1	20,7
Рибальство, рибництво	29,6	3,6	38,6	11,7	16,5
Промисловість	62,3	3,8	14,6	5	14,3
Будівництво	70,2	1,7	10,7	3,8	13,6
Оптова та роздрібна торгівля	87,2	0,9	4	1,4	6,5
Готелі та ресторани	46,7	4,2	21,6	6,6	20,9
Транспорт і зв'язок	39,8	7,5	15,1	5,1	32,5
Фінансова діяльність	74,9	1,4	6,7	2,1	14,9
Операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам	26,8	13,2	20,1	6,2	33,7
Державне управління	6,4	0,7	14,3	4,9	73,7
Освіта	19,3	4,5	41,4	12	22,8
Охорона здоров'я та соціальна допомога	23,1	5,1	32,2	9,9	29,7
Колективні, громадські та особисті послуги	22,9	6,6	24	7,6	38,9

Аналіз табл. 5.16 показує, що велика частка матеріальних витрат у загальній структурі має місце на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі, обробної промисловості, у будівництві. Велика частка витрачається на заробітну плату на малих підприємствах таких видів економічної діяльності, як рибне господарство, державне управління, освіта, охорона здоров'я та соціальна допомога, колективні, громадські та особисті послуги. Саме для цих видів діяльності найбільш вигідним буде перехід на спрощену систему оподаткування. На рис. 5.13 наведено результати розрахунків частки податкового навантаження відносно виручки від реалізації для деяких видів економічної діяльності малих підприємств Дніпропетровської області.

Таким чином, побудовано економіко-математичні моделі загального обсягу оподаткування малого підприємства для різних варіантів оподаткування, а також моделі частки з виручки податкового навантаження та величини економічного ефекту від запровадження спрощеної системи оподаткування. Дані моделі дозволяють визначати оптимальні варіанти оподаткування малого підприємства, причому при різних ставках податків, як діючих, так й інших. Відмітимо, що побудовані моделі, як і будь-які моделі, моделюють реальну ситуацію за умови цілого ряду припущень, які в окремих випадках можуть бути досить вагомими і серйозно коригувати результати оцінки.

Аналіз моделей показав, що перехід на спрощену систему оподаткування є доцільним для малого підприємства майже у всіх випадках, окрім тих, коли занадто висока частка витрат відноситься до матеріальних і в той же час ефективність діяльності підприємства не є високою.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 5

1. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Ризикологія в економіці та підприємстві. Монографія. – К., 2004.
2. Вітлінський В.В., Верчено П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с.
3. Діяльність та фінансовий стан малих підприємств Дніпропетровської області у 2004 році. Статистичний збірник. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2005.
4. Діяльність та фінансовий стан підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності у 2005 році. Статистичний збірник. Ч. 1, 2. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2006.
5. Долгоруков Ю., Єрмократьєва О., Маркова Л., Александрюк Т. Державне регулювання оподаткування малих підприємств // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2004. – Вип. 1 (15). – С. 134-140.
6. Квасовський О.В. Моделювання вибору оптимального оподаткування для малих підприємств // Фінанси України. – 2001. – № 10. – С. 102-111.
7. Кужман О.М., Піскунова О.В. Моделі оподаткування суб'єктів малого підприємництва // Вісник ДДФА. Економічні науки. Науково-теоретичний журнал. – Дніпропетровськ. – 2005. – № 2(14). – С. 154-166.
8. Лук'яненко І., Городніченко Ю. Сучасні економетричні методи у фінансах. Навчальний посібник. – К., 2002.
9. Малі підприємства Дніпропетровської області у 2005 році. Статистичний збірник. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2006.
10. Малі підприємства Дніпропетровської області за видами економічної діяльності у 2006 році. Статистичний збірник. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2007. - 144 с.
11. Математичні моделі у дослідженні соціально-економічних проблем великого міста. Монографія / Піскунова О.В., Погрібняк Ю.Ю., Рибальченко Л.В. та ін. – Дніпропетровськ: ДДФА, 2007. – 194 с.
12. Основні показники діяльності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності за 2004 рік. Статистичний збірник. – Ч. 1, 2. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2005.

13. Піскунова О.В. Аналіз та оцінка фінансових ризиків діяльності малих підприємств // Фінанси України. – 2007. – № 8. – С. 119-130.
14. Піскунова О.В. Проблема безробіття та розвиток малого підприємництва: фактори, що визначають тривалість пошуку роботи // Вісник Львівської державної фінансової академії. Економічні науки. – Львів, 2006. – № 11. – С. 149-160.
15. Рядно О.А., Піскунова О.В., Хрущ Я.В. Економетричні моделі у дослідженні поведінки населення на ринку праці великого міста // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6 (73). – С.17-25.
16. Рядно О.А., Піскунова О.В., Хрущ Я.В. Особливості розвитку малого бізнесу в Україні та вдосконалення системи його підтримки органами влади. Український бізнес ХХІ століття: реалії, проблеми, перспективи. Щорічник досліджень консорціуму із удосконалення менеджмент-освіти в Україні. – К., 2005.
17. Рядно О.А., Піскунова О.В., Хрущ Я.В. Тривалість безробіття у великих містах України та Росії: порівняльний аналіз // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 1. – С. 129-133.
18. Юдин О. Единый налог и пенсионные взносы: свет в конце тоннеля // Бухгалтерия. – 2005. – № 24. – С. 45-50.

ГЛАВА 6. БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

6.1 Бюджетна політика реалізації стратегічних цілей розвитку регіонів та стимулювання малого бізнесу

Стратегія економічного розвитку у широкому розумінні визначається як економічна політика, спрямована на досягнення економічного розвитку в довготерміновому періоді. Бюджетна політика повинна сприяти реалізації досягнення стратегічних цілей розвитку країни на всіх рівнях управління. Підприємницька активність є одним із факторів, які визначають темпи і якість економічного зростання в ХХІ ст. Вагому роль у цих процесах відіграє мале підприємництво. Динамічний розвиток малого і середнього бізнесу вважається окремими дослідниками однією із найбільш ефективних стратегій зростання економіки [4; 8].

Питанням дослідження різних аспектів бюджетної політики присвячено праці О. Василика, І. Чугунова, А. Соколовської, І. Луніної, В. Опаріна, С. Булгакової, Ц. Огня, С. Юрія, В. Кравченка, К. Павлюк, Г. П'ятаченка, В. Федосова та інших. Водночас реалізація стратегії економічного розвитку України, визначеної національними стратегічними програмними документами, потребує конкретизації і практичної реалізації на регіональному рівні. Залежність бюджетної політики від стратегії економічного розвитку держави та її використання як одного із дієвих інструментів у системі державного регулювання актуалізує мету даного дослідження: визначення ролі бюджетної політики в досягненні стратегічних цілей регіонів в аспекті фінансового регулювання такого важливого компоненту господарської системи, як малі підприємства.

Головною стратегічною метою кожного регіону повинно бути досягнення високої якості життя населення відповідно до цивілізованих норм і стандартів на основі збалансованого поступального розвитку. Регіон є тим місцем, де поєднуються загальнодержавні і регіональні економічні інтереси, які потребують постійної гармонізації та взаємопов'язування. Це можливо шляхом оптимального поєднання принципів централізму і децентралізму, що проявляється у дії загальнодержавної і регіональної економічних політик, які здійснюються в Україні на основі загальнодержавних правових норм. Регіональні підсистеми національної економіки можна розглядати як окремі динамічні відкриті системи. З позиції системного підходу регіон – надзвичайно складна система, що містить велику кількість підсистем, кожна з яких функціонує в межах своїх специфічних цілей і завдань, є, переплетінням політик (промислової, інноваційно-інвестиційної, соціальної, аграрної та інших), можливостей та обмежень їх досягнення. Стратегія розвитку регіону є складовою частиною національної стратегії соціально-економічного розвитку країни, системний елемент цілісної національної стратегії. Тому стратегічна ціль регіону

носить системний характер, і досягти стратегічної мети регіональної політики можливо за рахунок певної моделі розвитку кожного регіону, яка б ґрунтувалася на його пріоритетах і особливостях, а також на тісних міжрегіональних зв'язках.

Політика розвитку регіонів, ґрунтуючись на економічній політиці держави, що спрямована на забезпечення достатньо високих і стійких темпів збалансованого економічного зростання на інноваційній основі, повинна сприяти ефективному використанню всіх внутрішніх резервів і ресурсів кожного регіону, включаючи фінансові.

Ефективність реалізації регіональної політики вимірюється результатами функціонування регіонів як підсистем національної економіки в контексті динаміки основних показників її розвитку.

Цілком справедливо відмічає В. Симоненко, що „впорядкування, систематизація та поглиблення вертикальних зв'язків – зв'язків держави з регіонами можливе на основі вдосконалення інвестиційної, науково-технічної, бюджетної, податкової, фінансової, зовнішньоекономічної політики” [13, с. 808]. На нашу думку, провідну роль у розвитку регіонів, реалізації їх стратегічних цілей повинна відігравати бюджетна політика як вагома складова фінансової політики держави, адже без відповідного фінансового забезпечення неможливо реалізувати ні стратегічні, ні тактичні цілі регіонів. У цьому аспекті необхідно здійснювати розробку стимулюючих бюджетів усіх рівнів, використання бюджетної політики в якості одного із важелів сприяння розвитку регіонів, зміцнення їх фінансового потенціалу.

Завдання і перспективи розвитку регіонів лежать у площині як загальнодержавних, так і регіональних пріоритетів.

Проблема пріоритетів економічного розвитку суспільства є надзвичайно актуальним завданням. Завдання вироблення суспільних пріоритетів покладаються на державу, яка обов'язково має враховувати різноманітні економічні інтереси. Як відомо, ринок не може ефективно справлятися з цим завданням, адже ринкові пріоритети не враховують завдання розвитку суспільства, розвитку регіонів, національної безпеки та інші.

Пріоритети соціально-економічної політики повинні вироблятися у найрізноманітніших сферах: створення загальних умов господарювання і зовнішнього середовища підприємств усіх форм власності, орієнтація бізнесу, використання ресурсів, соціальна сфера і соціальний розвиток, демографічні процеси і, звичайно, регіональний розвиток.

При визначенні економічних пріоритетів постає важливе питання визначення тих критеріїв, тобто ефектів, які очікуються від розвитку економіки за пріоритетними напрямками та їх значення для регіонів. Укрупнено ці критерії для сучасної України, на наш погляд, такі: зайнятість населення, внутрішнє споживання, національна безпека, ефективність, зовнішньоекономічна значимість. При цьому „мета регіональної політики повинна бути єдина, але її реалізація повинна здійснюватися з урахуванням

різноманіття стану регіональних систем і динаміки їхніх трансформаційних перетворень” [34, с. 21]. Отже, регіональні пріоритети визначаються (конкретизуються) на основі загальнонаціональних критеріїв з урахуванням специфічних регіональних вимог і особливостей. Тому вектор розвитку окремого регіону, напрям якого визначається цілями і завданнями регіональної політики, повинен спрямовуватися відповідно до вектора розвитку країни в цілому, визначеного загальноекономічною політикою держави.

Водночас необхідно враховувати, що, „спираючись на еволюційну парадигму, регіональна політика повинна сприяти саморозвитку регіональної системи, оцінювати його за економічними критеріями і враховувати вибірковість заходів, виходячи із економічного, соціального та культурного стану регіону” [42, с. 15]. Разом з цим регіональна бюджетна політика має стати засобом здійснення структурної перебудови і поліпшення міжрегіональних, міжгалузевих і галузевих пропорцій. У зв'язку з цим постає проблема розробки системи критеріїв вибору стратегічних пріоритетів на регіональному рівні.

Розробка системи критеріїв вибору стратегічних пріоритетів на регіональному рівні здійснюється завдяки поєднанню таких складових, як спрямованість на вирішення соціально-економічних та екологічних проблем регіону, створення умов для підвищення рівня життя населення, вирішення соціальних проблем, управління відтворенням населення, трудових ресурсів, забезпечення високого рівня медичного обслуговування, вирішення специфічних для регіону завдань та інших.

Для забезпечення врахування інтересів центру і регіонів необхідне чітке розмежування рівнів державних пріоритетів та їх взаємозв'язку. Система пріоритетів повинна характеризуватися ієрархічною структурою і відповідно до неї слід формувати певну систему підтримки (бюджетну чи змішану, конкурсну чи директивну). Підґрунтям відбору пріоритетів повинен бути аналіз реальних фінансових можливостей виконання пріоритетних програм з використанням усіх джерел фінансових ресурсів. Вибір пріоритетів має здійснюватися на основі науково обґрунтованих напрямів. В іншому випадку, всупереч чинному законодавству, порушується право займатися будь-яким видом підприємницької діяльності тих малих підприємств, які не ввійшли до когорти „вибраних”. Таким чином, визначення галузевих і регіональних пріоритетів, яке науково не обґрунтовано підвищує ризики закріплення неринкового механізму суспільного поділу праці, прив'язує малі підприємства до штучно сформованої ще за часів планової економіки спеціалізації регіонів, суб'єктивно нав'язує напрями їх розвитку.

Досягнення стратегічних цілей регіональної політики повинне реалізовуватися шляхом науково обґрунтованого поєднання механізмів мобілізації внутрішнього регіонального потенціалу, насамперед фінансового, за рахунок активізації усіх сфер економічної діяльності в регіоні, удосконалення бюджетної політики у сфері міжбюджетних

відносин, підвищення стимулюючої ролі бюджетів усіх рівнів [18]. Активізація підприємницької діяльності в регіоні включає стимулювання розвитку малого підприємництва, що є надзвичайно важливим, адже всебічне проникнення малого підприємництва в економічну систему держави є важливою передумовою становлення ринкової економіки, ефективної реструктуризації промисловості, вирішення проблеми зайнятості та підвищення життєвого рівня населення.

В економічній науці доведено, що малі підприємства відіграють найважливішу роль при вирішенні завдань економічного і соціального характеру, вони дедалі більше впливають на ринок праці, знижуючи на ньому відповідну соціальну напругу, набувають дедалі більшої ваги в економіці й житті людей, адже мале підприємництво сприяє самовизначеності людської особистості та привабливості нового соціального статусу і, що досить важливо, воно створює фундамент для поширення масштабів середнього бізнесу.

Місце і роль, які відводяться малому підприємству у світовій господарській системі, обумовлюють посилену увагу до нього з боку держави у більшості країн світу, тому мале підприємництво є об'єктом державної політики. Сучасну політику держави щодо розвитку підприємництва в Україні можна охарактеризувати як політику сприяння розвитку підприємництва у напрямі поглиблення координації дій на різних рівнях управління економікою, дотримуючись ряду принципів. Виокремлення серед них найважливіших дозволить розгорнути політику сприяння розвитку підприємництва з урахуванням її ключових принципів. Найвагомими серед них окремі автори виділяють такі: використання широкого діапазону форм і методів прямого та непрямого впливу держави на ефективність розвитку підприємства, можливість підтримки окремих видів діяльності, створення пільгових чи обмежувальних умов його розвитку; політика сприяння розвитку підприємства має використовувати переважно економічні методи при обмеженні адміністративних, носити комплексний, багатоцільовий характер і бути тісно пов'язаною з основними напрямками економічної і соціальної політики держави [8, с. 74-84].

Регулювання розвитку малого підприємництва дозволяє реалізувати такі функції держави: формування конкурентного середовища; забезпечення розширення асортименту товарів і послуг; сприяння зростанню якості товарів і послуг (на основі конкуренції); участь у процесі відтворення, тим самим розширюючи податкову базу й забезпечуючи додаткові надходження до бюджету; створення додаткових робочих місць і забезпечення доходів великій кількості населення країни, яке внаслідок приватизаційних процесів вивільнилось із державного сектору економіки, чим сприяє пом'якшенню соціальної напруги, що виникає в умовах загострення безробіття й економічної кризи; участь у процесах соціальної адаптації громадян внаслідок надання робочих місць інвалідам, молоді, людям похилого віку; забезпечення формування середнього класу у

суспільстві. Таким чином, з наукового погляду розвиток малого підприємництва розглядається як базовий процес, що має поглибити ринкові відносини, підвищити ефективність та соціальну орієнтованість виробництва.

Основні переваги, що визначають роль і місце малого підприємництва у структурі економіки України, полягають у можливості: реалізації суб'єктами підприємництва (юридичними та фізичними особами) своїх здібностей, власного майна, ініціативи, вільного ринкового вибору; підвищення рівня мотивації праці; створення широких перспектив для швидкого й якомога повнішого насичення ринку товарами та послугами; швидкої окупності витрат та інвестицій; кращого використання потенціалу підприємств, місцевих ресурсів, фінансово-кредитної і технічної, зокрема зарубіжної, допомоги; гнучко та мобільно перебудовувати виробництво відповідно до мінливих вимог ринку, а також до завдань розвитку великих фінансово-промислових корпорацій, інноваційних і територіально-виробничих комплексів, у складі яких діють малі підприємства; розширення експортного потенціалу України.

Зважаючи на те, що малий бізнес відіграє важливу роль при вирішенні завдань економічного і соціального характеру, державна підтримка підприємництва входить в орбіту пріоритетів української держави, отже її економічної, включаючи бюджетну, політики.

Орієнтація малого бізнесу в основному на регіональні ринки є об'єктивною умовою зацікавленості місцевих органів влади у створенні сприятливих умов для його динамічного розвитку в регіоні. Саме динамічний розвиток малого підприємництва може вирішити ряд проблем регіонального розвитку, які у кінцевому підсумку сприятимуть підвищенню ефективності функціонування економіки регіону і розширенню бази оподаткування.

На рівні регіонів також стає необхідним застосуванням свого стратегічного державного підходу, що повинен бути пов'язаний з якісними і кількісними орієнтирами, базовими положеннями національних програм із забезпеченням взаємодії органів державної влади, місцевого самоврядування, бізнесу, населення для реалізації як національних, так і регіональних завдань з урахуванням геополітичних умов регіону [18].

6.2. Фінансове регулювання малого бізнесу в регіонах України

Розвиток малого бізнесу є складним і багатогранним процесом. Малим підприємствам внутрішньо притаманна властивість краще адаптуватися в умовах нестійкого економічного середовища. Це є причиною того, що малий бізнес став сектором економіки, який найбільш динамічно розвивається у країнах з перехідною економікою.

Питання про необхідність забезпечення прискореного формування приватного сектору в Україні порушилося у середині 1990-х рр. Вважалося за необхідне утворення такої критичної маси приватних підприємств, при якій вони зможуть відігравати відчутну роль в економіці, виступати реальним конкурентом державних підприємств. Тим самим метою стимулювання створення малих підприємств стало формування приватного сектора внаслідок докорінного реформування системи власності в державі. Отже, логічним було подальше змістовне наповнення процесів формування та реалізації державної політики підтримки малого бізнесу. Його початком вважається постанова Кабінету Міністрів України „Про концепцію державної політики розвитку малого підприємництва” [26].

Умовно фахівці виділяють декілька етапів формування державної політики розвитку та підтримки малого підприємництва в незалежній Україні. Відповідно з ними також відбувалося становлення системи фінансового регулювання малого бізнесу.

На першому етапі – у 1991-1994 рр. – державна політика підтримки малого підприємництва ґрунтувалася на прийнятому Верховною Радою України Законі „Про підприємництво”, Програмі державної підтримки підприємництва; визначених першочергових завданнях державної політики, спрямованої на всебічний розвиток підприємництва, малого та середнього бізнесу.

У березні 1993 р. Кабінетом Міністрів України було ухвалено Програму державної підтримки підприємництва в Україні, яка стала складовою комплексу заходів щодо сприяння розвитку ринкових відносин і виходу України з економічної кризи та включення її до світових економічних зв'язків. Основні заходи держави для сприяння розвитку малого підприємництва здійснювалися згідно з Комплексним планом реалізації вищезазначеної Програми. Основною метою програми визначалася реалізація державної політики щодо підтримки і захисту підприємництва, створення правових і організаційно-економічних умов для його розвитку та формування механізму державного регулювання і координації підприємницької діяльності.

Наступним кроком у формуванні державної політики підтримки малого підприємництва було проголошення у Доповіді Президента України Верховній Раді України 24 жовтня 1994 року першочергових завдань державної політики, спрямованих на всебічний розвиток підприємництва, малого та середнього бізнесу.

Певною мірою процесу становлення малого підприємництва в Україні сприяло прискорення приватизації невеликих державних підприємств, вирішення питань використання та приватизації будівель, де розташовано об'єкти малої приватизації. У грудні 1994 р. було підписано Указ Президента України „Про заходи щодо прискорення процесу малої

приватизації”. Менш ніж через рік (2 червня 1995 р.) до нього було внесено зміни та доповнення Указом Президента України № 417/95 „Про деякі питання щодо прискорення процесу малої приватизації”. Крім того, процесу становлення малого бізнесу значною мірою сприяло формування ринкової (переважно фінансової) інфраструктури. В Україні активного розвитку набуло створення інвестиційних компаній та фондів, страхових компаній, товарних бірж, комерційних банків, бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів та фондів підтримки підприємництва.

На другому етапі, протягом 1995-1997 рр. – відбувалося реформування системи державної підтримки підприємництва (Указ Президента України „Про реформування системи державної підтримки підприємництва”). Також здійснювалося визначення головних завдань державної політики щодо розвитку приватного сектора та підприємництва, насамперед малого та середнього. Кабінет Міністрів України схвалив Концепцію Державної політики розвитку малого підприємництва. Характерними для другого етапу розвитку державної підтримки малого підприємництва були конституційне закріплення свободи підприємництва та затвердження Урядом Програми розвитку малого підприємництва на 1997-1998 рр.; Указ Президента України „Про заходи щодо використання фінансової допомоги Уряду США для розвитку середнього та малого бізнесу в Україні”.

При цьому фінансова криза 1998 р., за висновками Рахункової палати України, призвела до зниження попиту на кредити і несвоєчасне освоєння кредитних ресурсів, наданих міжнародними фінансовими організаціями. Так, Проект „Друга кредитна лінія для розвитку малих і середніх підприємств” (на суму 88,256 млн. дол. США) виконувався із затримкою на два роки, і реалізовувався протягом 2000 – 2006 рр. Видача коштів у рамках цього проекту, фактично, здійснювалась після укладання НБУ кредитних угод з уповноваженими банками-учасниками (АБ „Ажіо”, АТ ВАБанк, АКБ „Надра”, АППБ „Аваль”, ЗАТ КБ „Приватбанк”, АКБ „Форум”, Укрсоцбанк). За програмою кредитування малого та середнього підприємництва видано 91 кредит на суму 85 млн. дол. США, у рамках програми мікрокредитування виділено 144,7 тисяч мікрокредитів на суму майже 1 млрд. дол. США (враховуючи повторне використання коштів та видачу кредитів за рахунок власних ресурсів банків та з урахуванням коштів першої кредитної лінії) [2].

З 1998 р. по 2003 р. тривав третій етап - визнання на рівні державної політики необхідності зменшення державного втручання у підприємницьку діяльність, введення спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва, розпорядження Кабінету Міністрів України „Про організацію розроблення проекту Програми структурної перебудови економіки України на середньостроковий період – 1999-2003 роки”, Указ Президента України „Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності”,

прийняття Верховною Радою України Законів „Про державну підтримку малого підприємництва” та „Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні”. Для створення сучасної ефективної системи державного регулювання розвитку малого бізнесу в Україні першоосною став указ Президента України від 12 травня 1998 року № 456/98 „Про державну підтримку малого підприємництва” [16]. Цей документ визначав підтримку малого підприємництва як одне з найважливіших завдань державної політики. Важливим моментом було відновлення в розумних межах плановірності заходів з державного регулювання цієї сфери економічної діяльності, тобто вони почали набувати рис системності. Указ визначав, що державна підтримка малого підприємництва здійснюється згідно з державною та регіональними програмами підтримки малого підприємництва, які затверджуються відповідно до законодавства. Таким чином, була створена інституційна структура регулювання малого бізнесу. Органам державної влади та місцевого самоврядування указом президента було рекомендовано виділяти для підтримки малого підприємництва кошти у розмірі не менше 0,5 % річних доходів відповідних бюджетів.

З прийняттям у 2000 р. Закону України „Про державну підтримку малого підприємництва” [31], удосконалено правові засади державної підтримки суб'єктів малого підприємництва незалежно від форми власності з метою якнайшвидшого виходу із економічної кризи та створення умов для розширення впровадження ринкових реформ в Україні. Після впровадження Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні державна підтримка малого підприємництва стала самостійним системним напрямком соціально-економічної політики держави. Вона базується на принципах створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва. За цей період Урядом були прийняті нормативно-правові акти, направлені на розвиток молодіжного підприємництва, забезпечення гарантованої участі у формуванні державного замовлення для суб'єктів малого підприємництва, надання можливості бізнес-центрам та бізнес-інкубаторам використовувати науково-дослідні розробки, що виконувалися за кошти державного бюджету.

Водночас, за визначенням фахівців, підтримка малого бізнесу в Україні за розглянутий період не відзначалася системністю та послідовністю, що зумовило повільні темпи його розвитку [7].

Поняття суб'єктів малого підприємництва в Україні вперше було чітко визначено указом Президента України від 12 травня 1998 року № 456/98 „Про державну підтримку малого підприємництва” [32]. Згідно з ним суб'єктами малого підприємництва вважалися зареєстровані у встановленому порядку фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи, а також юридичні особи – суб'єкти підприємництва будь-якої організаційно-правової форми та

форми власності, в яких середньо облікова чисельність працюючих за звітний період не перевищує 50 осіб і обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 000 000 грн. Було введено також поняття мікропідприємств – суб'єктів малого підприємництва з середньо обліковою чисельністю працюючих за звітний період до 10 осіб включно та обсягом виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) не більше 250000 грн. за рік.

Це визначення уточнено Законом України „Про державну підтримку малого підприємництва” від 19 жовтня 2000 року [31]. Згідно з цим Законом суб'єктами малого підприємництва є: фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньо облікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро. Слід відзначити посилення в Законі на грошову одиницю євро замість вітчизняної гривні, яке відображає стратегічний курс України на входження до Європейського союзу, та одночасне суттєве збільшення граничних розмірів доходу, який дає змогу суб'єктові господарювання отримати статус суб'єкта малого підприємництва.

З 2003 р. до теперішнього часу триває наступний період процесів формування та реалізації державної політики підтримки малого бізнесу.

У 2003-2004 рр. прийнято низку законодавчих актів щодо проведення державної регуляторної політики: було прийнято Закон України „Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців” (прийнятий 15.05.2003, набув чинності з 01.07.2004) та Закон України „Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності” (набув чинності з 15.01.2004). Таким чином, усі правові відносини, проблеми закріплення статусу підприємницької діяльності в Україні, які не були визначені раніше, знайшли своє відображення в цих нових законодавчих актах.

Розвиток і підтримка підприємництва в Україні постійно розглядалися як один із пріоритетів державної економічної політики. У Посланні Президента України Верховній Раді України „Україна: поступ у XXI ст. Стратегія економічної та соціальної політики на 2000-2004 рр.”, де була сформульована стратегія соціально-економічної політики до 2004 р., звернено увагу на необхідність здійснення додаткових заходів, спрямованих на стимулювання приватної ініціативи і малого підприємництва, сприяння входженню на ринки нових економічних суб'єктів. Серед таких заходів окреслено участь держави в організації кредитно-гарантійної системи стимулювання малого підприємництва; використання механізмів пільгової оренди малими підприємствами виробничої (у тому числі інноваційної) сфери вільних (незавантажених) виробничих потужностей і обладнання

державних підприємств; залучення малих підприємств до участі у виконанні держзамовлень, спрощення системи оподаткування і звітності малих підприємств. Крім того, звернено увагу на необхідність формування правової бази розвитку малого бізнесу і створення інституційних структур, які захищають його та сприяють діяльності.

Удосконалення правових засад розвитку підприємництва сприяло переведенню на якісно новий рівень взаємовідносин державних органів, що займалися проведенням регуляторної політики, та громадян, як суб'єктів господарювання, щодо прав підприємців в участі у підготовці та відстеженні результативності дії регуляторних актів. Це свідчить про спробу утвердження принципів цивілізованих взаємовідносин у суспільстві між громадянами та урядовцями, стосовно побудови механізмів соціально-трудова відносин у підприємницькій діяльності.

У новому Господарському кодексі України (Стаття 7), який набрав чинності з 1 січня 2004 р., малими визначено підприємства (незалежно від форми власності) в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні [7].

Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. Підприємництво в Україні здійснюється на основі таких законодавчо закріплених принципів господарювання:

- забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;
- свобода підприємницької діяльності у межах чинного законодавства;
- вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України;
- обмеження державного регулювання економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;
- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини [10].

Концептуальні засади подальшого розвитку підприємництва визначаються у щорічних посланнях президента до Верховної Ради України, саме вони закладають основи для подальшого фінансового регулювання та ефективного розвитку підприємництва, створюють належні правові умови для реалізації конституційного права громадян на підприємницьку діяльність.

Частка малих фірм у загальній кількості організацій розвинених країн у 1980-ті рр. представлена в табл. 6.1.

Таблиця 6.1

**Частка малих фірм у загальному обсязі виробництва
у 1980-ті рр. [28]**

Країни	Загальна чисельність організацій, тис.	Доля малих фірм, %	Всього зайнятих, млн. чол.	Число організацій на 10 тис. зайнятих	Середня кількість зайнятих в організації
Австралія	744,3	99	10,89	683	15
Австрія	6,5	88	0,61	107	94
Великобританія	108,0	94	7,11	152	66
Іспанія	164,8	97	2,3	717	14
Італія	628,5	99	2,5	1185	8
Канада	32,0	95	1,7	188	53
Норвегія	13,2	98	0,37	357	28
США	350,8	94	18,52	189	53
ФРГ	93,1	93	7,48	124	80
Швейцарія	62,7	99	0,95	660	15
ЮАР	15,5	91	1,36	114	88

Динамічне зростання у Великій Британії частки малого і середнього бізнесу в ВВП країни наприкінці ХХ ст., порівняно з періодом 1960-1970-х рр., сприяло підвищенню уваги до нього з боку уряду як все більш вагомій сили в економічній і соціальній діяльності країни [9]. В США в малому бізнесі працює майже 70% працездатного населення, яке виготовляє 45% ВВП. Вагомі здобутки малого бізнесу у таких сферах, як зайнятість, інновації, рівень добробуту. Слід взяти до уваги, що у розвинених країнах світу через малі підприємства часто набагато легше впроваджувати новітні технології у виробничо-промисловому комплексі, аерокосмічних дослідженнях, сільському господарстві, переробній промисловості та ін. Так, в останні десятиліття ХХ ст. дві третини інноваційних технологій в США було запропоновано саме малим бізнесом.

Великим є значення малого та середнього бізнесу і в економіці країн, що розвиваються. Провідне значення малих і середніх підприємств у промисловому розвитку, експорті і особливо зайнятості підтверджують показники питомої ваги робочої сили несільськогосподарських малих і середніх підприємств у кінці ХХ – на початку ХХІ ст.: Мексика – 59%,

Філіппіни – 32%, Республіка Корея – 79%, Таїланд – 74%, Китай – 84%, Індонезія – 79%, Тайвань – 69%.

Незважаючи на те, що виникаючи на основі концентрації виробництва і централізації капіталів концерни стали вирішальною силою у сучасній економіці розвинених країн [291]. Сьогодні малий бізнес займає свою нішу в розвитку економіки і відіграє не менш важливу роль у суспільстві. В США, Японії і країнах ЄС на малі і середні підприємства приходить 68% загальної чисельності зайнятих, їх частка у ВВП також перевищує 60% (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

Розвиток підприємств малого бізнесу у різних країнах в кінці ХХ – на початку ХХІ ст. [28, с. 100]

Країни	Число малих і середніх фірм		Число зайнятих, млн. осіб	Частка малих і середніх фірм, %	
	тис. од.	на 1 тис. населення		у загальній чисельності зайнятих	у ВВП
Великобританія	2930	46	13,6	49	50-53
Німеччина	2290	37	18,5	46	50-54
Італія	3920	68	16,8	73	57-60
Франція	1980	35	15,2	54	55-62
Країни ЄС	15 777	45	68	72	63-67
США	19 300	74,2	70,2	54	50-52
Японія	6450	49,6	39,5	78	52-55
Росія	836,6	5,65	8,1	9,6	10-11
Білорусь		3,1			

Як показує міжнародний досвід, розвиток малого і середнього бізнесу є життєво необхідним для стабільного розвитку народногосподарського комплексу. Показники питомої ваги малих фірм у загальній чисельності інших фірм ще вищі. Так, наприклад, в кінці 1980-х рр. у Великобританії спостерігалось стрімке зростання малого підприємництва – до початку 1990 р. їх нараховувалось майже 2,4 млн., що складало 96% загальної кількості приватних компаній, на сьогоднішній день ця цифра зросла до 99%. У США 97% фірм (крім сільськогосподарських) офіційно відносяться до категорії малих.

Сектор малого підприємництва в Україні ще не відіграє такої ролі в національній економіці, як в економічно розвинених країнах. Він

розвивається не достатньо активно, відповідно не відбувається динамічного нарощування власного потенціалу.

Окремі дані, що наведено у табл. 6.2, характеризуючи рівень розвитку малого підприємництва в зарубіжних країнах свідчать, що найвищий показник частки малих і середніх фірм у ВВП спостерігається в країнах ЄС – 63-67%. На рубежі віків у Німеччині, Італії, Угорщині, Чехії на малі підприємства припадало до 60-95 % загальної кількості підприємств, 40-60% валового національного продукту, більше половини робочих місць, у США частка малих фірм в ВНП складала біля 50%. У Франції в загальному обсязі промислового виробництва на малий бізнес приходиться 45%, в Японії – більше 50% [28, с. 100].

Розвиток малого бізнесу в пострадянських країнах поки що суттєво відстає у порівнянні з розвиненими країнами. За даними офіційної статистики, у складі найважливішого підсумкового показника – ВВП частка малих і середніх підприємств у Росії складає лише 10-11%, в Білорусі – 8% [36], в Україні – 11%, у той час як в розвинених країнах – 50-60%. Нинішня ситуація у сфері малого бізнесу в Україні характеризується достатньо швидкою і хвилеподібною динамікою кількісних показників. Станом на 01.01.2006 в Україні діяло 2660 тис. суб'єктів малого підприємництва, що у 10 разів більше, ніж у 1992 р., з них: 248 тис. малих підприємств (у 3,6 раза більше). Крім того, функціонувало 43 тис. селянських (фермерських) господарств. За період з 1992 по 2006 рр. їх кількість зросла майже у 3,8 раза. На сьогодні малі підприємства в Україні складають 83,8% від загальної кількості усіх підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності. Кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення збільшилась за період з 1995 по 2006 рік у 3,4 раза (з 14 до 64 одиниць). Наявні показники засвідчують існування протягом останніх років сталої тенденції до зростання малих підприємств. У країнах ЄС показник кількості суб'єктів малого та середнього підприємництва на 10 тис. осіб населення становить в середньому близько 450 одиниць, в Японії – до 500, в США – до 745, в Росії – до 60, у Білорусі – 3,1 (див. табл. 6.2). Однак, потрібно зауважити, що в розвинених країнах цей показник розраховується для малих та середніх підприємств – юридичних осіб, а в Україні – для малих підприємств та фізичних осіб – суб'єктів малого підприємництва. Практика господарювання малих підприємницьких структур в Україні засвідчує, що вони досі не стали могутнім сегментом вітчизняної економіки. Звичайно, головними орієнтирами рівня розвитку малого бізнесу є його частка у ВВП країни та вартість виробленої продукції. В Україні цей показник на низькому рівні. Основна проблема розвитку малого бізнесу полягає, як стверджують фахівці, у відсутності суттєвих якісних перетворень.

Мале підприємництво України має певні властивості, які суттєво відрізняють його від даної сфери більшості зарубіжних країн: низький технічний рівень і технологічна озброєність при значному інноваційному

потенціалі; низький управлінський рівень, недостатність знань, досвіду та культури ринкових відносин; прагнення до максимальної самостійності в той час, коли більшість іноземних малих підприємств працює за умов субпідряду; поєднання в межах одного малого підприємства декількох видів діяльності, неможливість у більшості випадків орієнтуватися на однопродуктову модель розвитку; знову ж таки, відсутність системи самоорганізації та недостатня інфраструктура підтримки малого підприємництва; відсутність повної та ймовірної інформації про стан та кон'юнктуру ринку; низький рівень системи інформаційних, консультативних і освітніх послуг; практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки; високий ступінь пристосованості до економічної ситуації.

На сьогодні залишається практично незмінним, порівняно з попередніми роками, територіальне розміщення малих підприємств в Україні, майже половина (44,6%) від усіх наявних підприємницьких структур зареєстровані і працюють на території найбільш розвинених адміністративно-територіальних одиниць: у м. Києві – 14,5%; Донецькій області – 10,6%; Дніпропетровській – 6,6%; Харківській – 6,5%; Львівській – 6,0%.

Не дивлячись на загальну тенденцію до збільшення кількості малих підприємств (з 7,2% у 2001 р. до 8,6% у 2002 р. та 7,5% за 2003 р.), у 2004 р. темпи приросту знижено майже у 2 рази, а в 2005 році відновили рівень 2003 року, і в середньому по Україні вони становлять у 2005 р. по відношенню до 2004 р. лише 3,9%. Крім того, в регіонах значно знижені темпи приросту кількості малих підприємств: тільки 4 з 27 у 2005 р. мають збільшені темпи приросту в порівнянні із 2004 р., а в 23 регіонах дані показники значно нижчі від досягнутих за попередні роки.

Питома вага обсягів реалізації продукції (робіт, послуг) малими підприємствами у загальних обсягах по Україні протягом останніх років залишається невисокою та має тенденцію до скорочення: 8,1% у 2000 р., 7,1% у 2001 р.; 6,7% за 2002 р. та 6,2 у 2003 р., а за 2004 та 2005 рр. тільки по 5,3%. Впродовж останніх років має тенденцію до зниження зайнятості у промисловості (на 8,8%), будівництві (на 3%), готельному та ресторанному бізнесі (на 1,7%). Загальні показники зайнятості у малому підприємстві в поточному році залишилися майже без змін по відношенню до попереднього.

Кількість малих підприємств, що випускали продукцію та надавали послуги, від загальної кількості зареєстрованих малих підприємств у 2005 р., складає 72,2% або 204,675 тис. одиниць. Це на 2,6% менше, ніж було таких підприємств у 2001 р. Таким чином, 78723 одиниці малих підприємств не працювали: не створювали нові робочі місця, не сплачували податки державі та не виплачували заробітну плату найманім працівникам (що характеризує приховане безробіття).

Негативне явище полягає у тому, що тільки 7 регіонів України мають середньомісячну заробітну плату одного найманого працівника на малих підприємствах вищу від середнього її значення по Україні, а 20 регіонів –

нижчу. Витрати на одиницю виробленої продукції на малих підприємствах у 2004 р. становили 102,9 коп/грн., що свідчить про збитковість виробництва. Ситуація значно не покращилась і в 2005 та 2006 рр.

Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування за основними видами економічної діяльності малих підприємств у 2004 р. становив – 1344,1 млн. грн., що на 110,5 млн. грн. збитків більше, ніж у 2003 році, та на 1249,4 млн. грн. збитків більше, ніж у 2001 році. Найбільш збитково працювали малі підприємства приватної форми власності (79,2% від загального збиткового сальдо за 2004 рік). У 2005 і 2006 рр. збитковими залишаються малі підприємства промисловості.

Більшість вчених наголошує, що саме недосконала законодавча база щодо державної підтримки малого підприємництва, неоднозначне ставлення до підприємців з боку місцевих органів влади та несприятливе регуляторне середовище, негативно впливали на якість економічного зростання підприємництва та призводили до регіональних диспропорцій в його розвитку, внаслідок чого більше половини малих підприємств України зосереджені у 5-7-ми регіонах України, що є характерним і для інших країн СНД [6, с. 24]. Серед різних чинників на розвиток малих підприємств впливає загальноекономічний рівень розвитку регіону. Це підтверджує приклад Дніпропетровського регіону.

Дніпропетровська область є регіоном, у якому активно розвивається мале підприємництва (табл. 6.3).

Таблиця 6.3

Окремі показники розвитку малих підприємств у Дніпропетровській обл.

Показники	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.*
Загальна кількість малих підприємств	13494	15331	17001	18566	18960	19424	20453
Середньорічна кількість працівників на малих підприємствах, тис. чол.	107,9	112,4	122,5	130,9	128,4	124,0	121,4
Частка продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції	3,7	3,9	4,1	4,5	3,5	3,2	3,6

Джерело: за даними Дніпропетровської облдержадміністрації

Водночас, як видно з табл. 6.3, частка продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції впродовж 2004-2005 рр. зменшилася порівняно з попередніми роками, і лише у 2006 р., підвищилася. Відповідно знижується рентабельність всієї діяльності малих підприємств області: у 2005 р. вона складала 0,3%, у 2006 р. – 0, 0%.

Слід погодитися з Л.І. Дмитриченко, що організаційно-правовий рівень є верхньою видимою причиною більш глибоких чинників, які є результатом помилкових методологічних оцінок, тобто наслідком підміни якісних характеристик кількісним аналізом явищ у початковий період реформування форм власності в Україні та становлення малого підприємництва [11]. На практиці України та інших пострадянських країн підтверджується, що стрімкий розвал великих підприємств і блискуча орієнтація на активний розвиток малого підприємництва, тим більше очікування швидкого ефекту неможлива. До цього можна додати, що причини набагато глибші, вони криються у прорахунках стратегічного характеру в 1990-х рр., які не враховували інституційні чинники українського суспільства, такі як традиції, звички, менталітет населення тощо. Недостатньо удосконалювати лише формальні інститути, необхідно враховувати неформальні, які на відміну від перших формуються поступово і впродовж досить тривалого часу [18]. Тому слід виділити інституційні аспекти у сфері підтримки малих підприємств, адже використання регуляторної політики держави щодо малого підприємництва можна вважати досить поверхневим без урахування специфічних факторів інституційного середовища конкретної країни.

Інститути створюють певний каркас у суспільстві, який притаманний саме конкретній країні. Створення інститутів, які гарантують стабільність, прозорість ринкових правил, процедур, мінімізують вплив тінєвих і кримінальних факторів, тобто того інституційного середовища (інституційного каркасу), для становлення, функціонування і розвитку підприємництва є головним критерієм ефективності державної регуляторної політики і ринкових принципів розвитку підприємництва. Так, динамічні інституційні зміни в постсоціалістичних країнах (Польща, Литва) свідчать про політичну волю влади в цих державах стосовно спроб створити цивілізовані, прозорі правила гри для підприємств малого бізнесу.

Взаємозв'язок між підприємництвом і економічним зростанням, за дослідженням Р. Нуреева, наступний: підвищення середнього грошового доходу, підвищення платоспроможного попиту населення, підвищення попиту як стимулу для розширення підприємницької активності, поглиблення первинного мультиплікаційного ефекту [26, с. 150]. Таким чином, підвищуються як темпи росту добробуту, так і збільшується кількість підприємців, які забезпечать подальше зростання ВВП. Однак для того, щоб окреслений сценарій реалізувався, необхідна ефективна регуляторна політика держави. Якість регуляторних процедур у сфері підприємництва, за методикою Світового банку, аналізується за такими показниками: створення нової компанії; найм і звільнення працівників; отримання кредитів; ліквідація (банкрутство) підприємства; реєстрація прав на нерухоме майно; захист інвесторів. Дослідження Світового банку, проведені за цією методикою у 145 країнах світу, показали досить суттєві розбіжності (табл. 6.4) [1].

Таблиця 6.4

Деякі показники ефективності підприємницької діяльності в окремих країнах світу [1]

Показники	Україна	Велика Британія	Росія	Данія	Польща	Туреччина	Словаччина	Канада	США
Населення, млн. чол.	48,4	59,3	143,4	5,4	38,2	70,7	5,4	31,6	291
Валовий дохід на душу населення, дол.	970	28350	2610	33750	5270	2790	4920	23930	37610
1. Відкриття бізнесу:									
- кількість процедур	15	6	9	4	10	8	9	2	5
- необхідний час, днів	34	18	36	4	31	9	52	3	5
- вартість, % доходу на душу населення	17,6	0,9	6,7	0	20,6	26,4	5,7	1	0,6
- мінімальний капітал, % доходу на душу населення	113,9	0	5,6	48,4	237,9	0	46,1	0	0
2. Реєстрація власності (нерухомість):									
- кількість процедур	9	2	6	6	7	8	5	6	4
- необхідний час, днів	93	21	37	42	204	9	22	20	12
- вартість, % вартості власності	4,3	4,1	0,8	0,6	1,6	3,3	3,4	2	0,5
3. Примусове виконання контрактів:									
- кількість процедур	28	14	29	15	41	22	27	17	17
- необхідний час, днів	269	288	330	83	1000	330	565	346	250
- вартість, % від суми боргу	11	15,7	20,3	6,6	8,7	12,5	15	12	7,5
4. Ліквідація бізнесу (банкрутство)									
- тривалість процедури									
- вартість, % вартості власності	2,6	1	1,5	3,4	1,4	2,9	4,7	0,8	3,0
коefficient повернення, % від вкладеного капіталу	18,0	6	4,0	8,0	18,0	8,0	18,0	40,	8,0
	25,5	85,8	48,4	59,8	62,8	25,7	39,6	89,1	62,8

Як видно з табл. 6.4, якщо у середньому, для створення нового підприємства у розвинених країнах необхідно виконати 6 процедур, витрати 27 днів, а коштів – 8% доходу на душу населення, то у постсоціалістичних країнах у середньому необхідно здійснити 11 процедур, витратити 59 днів, а кошти – приблизно 122% доходу на душу населення. Таким чином, адміністративні процедури є більш складними у країнах з постсоціалістичною економікою, ніж у розвинених країнах.

Спроби реформувати зазначену систему в Україні показали, що використання методу „одного вікна”, які були впроваджені у регіонах України, зіткнулись із значною протидією бюрократичного апарату. Таким чином, для зняття адміністративних бар’єрів необхідна сильна державна воля. Водночас, просування у даному аспекті до цивілізованих норм все ж таки відбувається. Так, у Дніпропетровській області організовано безперебійне функціонування „єдиних вікон” з питань державної реєстрації суб’єктів підприємництва. Наявна кількість державних реєстраторів забезпечує вимоги щодо здійснення реєстраційних дій та ведення реєстраційних справ. Реєстрація проводиться у середньому за 30 хвилин з видачею свідоцтва не пізніше наступного робочого дня з моменту подання заяви. Надання довідки з Єдиного державного реєстру про зайняття підприємницькою діяльністю проводиться протягом години за усною заявою та при пред’явленні паспорта і довідки про ідентифікаційний номер. У кожному районі області створено комісії з питань розробки та введення режиму „одного вікна”, налагоджено взаємодію служб „одного вікна”, місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, територіальних підрозділів органів влади вищого рівня щодо збору (узгодження) документів, необхідних для підготовки кінцевого документа заявникові, впроваджено порядок видачі документів дозвільного характеру за принципом організаційної єдності. За результатами проведення прискореного перегляду регуляторних актів скасовано 44 документи облдержадміністрації, територіальних підрозділів органів виконавчої влади, 27 розпоряджень голів райдержадміністрацій та до окремих внесено зміни.

Отже, припинити руйнівний вплив негативних тенденцій, що можуть набувати стабільного характеру в економіці малого бізнесу можливо лише при втручанні держави в організаційно-трансформаційні та економічно-фінансові механізми розбудови малого підприємства. Це підтверджується як реальним станом малого підприємництва в Україні, так і накопиченим досвідом розвинених держав.

Мале підприємництво відзначається певною самодостатністю, що забезпечує його збереження (як форми виробництва так і форми зайнятості) і поширення. Воно виступає істотним фактором пом’якшення та подолання кризових явищ передусім в аспекті підвищення зайнятості населення та підвищення його добробуту. В умовах перехідного періоду,

що відзначається соціальною нестабільністю, особливого значення набуває саме ця властивість малого бізнесу.

Як свідчить досвід економічно розвинених країн, виконання малим підприємництвом притаманних йому економічної й соціальної функцій можливе тільки за умови його комплексної державної підтримки. Державна політика у сфері малого підприємництва є однією з найважливіших соціально-економічних факторів його розвитку. Від ефективності цієї політики багато у чому буде залежати стійкість функціонування малого підприємництва. Крім того, активна державна підтримка розбудови малого бізнесу в майбутньому забезпечує збільшення бази оподаткування та зростання доходів державного бюджету.

Згідно з визначенням, яке обґрунтував відомий український фахівець З.С. Варналій, державна політика підтримки малого бізнесу розглядається як сукупність пріоритетних рішень (заходів), що визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку малого підприємництва з урахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання. У свою чергу державна підтримка, з одного боку, включає державне регулювання цього сектору економіки, як свідоме формування державними структурами відповідних умов становлення і розвитку малого підприємництва, а з іншого – створення стимулів, використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу малого підприємництва на пільгових засадах [8].

Розмежування напрямів державної політики підтримки малого підприємництва дозволяє виділити три аспекти. Насамперед – аспект програмний, що стосується комплексу взаємопов'язаної та послідовної мети, планів і правил вирішення завдань у галузі державного регулювання малого бізнесу („policy”). Другий, у руслі так званої „позитивної економіки” державного управління, передбачає аналіз реального перебігу процесів застосування державними органами та їх працівниками владних повноважень і різноманітних можливостей впливу на функціонування та розвиток малого підприємництва („politics”). Нарешті, адекватним завершенням буде характеристика економічної і зокрема бюджетної політики у тій частині, що відноситься до діяльності держави у сфері підтримки малого бізнесу, відповідних соціальних інститутів („polity”). Ці аспекти в сукупності дають змогу всебічно висвітлити соціальну підсистему формування та здійснення державної політики підтримки малого бізнесу, а також відкривають простір для розповсюдження такого підходу на характеристику всіх її елементів (загальнодержавного, регіонального, місцевого, юридичного, економічного, ідеологічного, інституціонального, соціально-психологічного, особистісного тощо) [15]. Отже, завдяки його застосуванню набуває цілісності теоретико-методологічне підґрунтя комплексного дослідження державної політики підтримки малого бізнесу.

Як відомо, наповнення бюджету держави пов'язано з функціонуванням великих фірм, корпорацій, оподаткування прибутку яких та оборот складає основну масу надходжень до бюджету, створює матеріальну основу відтворювальних процесів у цих країнах. Бюджетоутворюючі підприємства є і в Україні, проте їх фінансову потужність неможна порівняти із зарубіжними, крім того, значна частка українських підприємств є збитковою. Легалізація доходів великих корпорацій за умови удосконалення системи оподаткування забезпечить зростання надходжень в доходну частину бюджету країни і таким чином збільшить можливості держави у реалізації програм підтримки малого і середнього підприємництва.

Оскільки мале підприємництво, незважаючи на його вагомі переваги, є найбільш вразливим сектором економіки для таких несприятливих факторів як фінансові труднощі, інфляція, податковий тиск, конкуренція великих підприємств - воно потребує активізації фінансового регулювання у системі державної підтримки і регулювання суб'єктів господарювання.

Вчені констатують, що в Україні відсутній дійовий механізм підтримки, розвитку та захисту малого підприємництва на відміну від системи, що склалася у економічно розвинених країнах.

Державне регулювання підприємницької діяльності є системою економічного, соціального, організаційного, правового і політичного забезпечення державою сприятливого середовища для формування і стійкого розвитку сучасного підприємництва. Реалізація єдиної регуляторної політики держави у сфері малого підприємництва сприяє реальній реалізації його потенціалу, як однієї з складових економічного зростання. До методів регулювання діяльності малого підприємництва відносяться: законодавчі, організаційні та економічні.

У період становлення підприємництва держава виконує різноманітні функції.

По-перше, з метою формування суб'єктів сучасного підприємництва, здатних реалізувати свої здібності до інноваційної, пов'язаної з ризиком діяльності у всіх сферах економіки, держава повинна забезпечувати економічну свободу підприємництва, створювати чіткі рівні правила гри на всьому економічному просторі України, формувати економічний механізм стимулювання підприємництва, науково обґрунтовані системи регулювання (податкову, кредитну, страхову, бюджетну та інші). Державі належить зобов'язання створення ефективної системи освіти, підготовки, перепідготовки і підвищення рівня кваліфікації підприємців тощо.

По-друге, формування конкурентного середовища, сприятливого для розвитку економічної конкуренції, де конкурентні переваги забезпечуються за рахунок безперервного оновлення технології і техніки на базі досягнень науки, впровадження інноваційного менеджменту і маркетингу, повної реалізації інноваційних і ризикових здібностей підприємців, роздержавлення

і раціональної приватизації, дієвого, ефективного механізму антимонопольної політики, регулювання рівня відкритості ринку для іноземних конкурентів, раціонального протекціонізму, експорту наукомісткої конкурентоздатної продукції.

По-третє, створення умов для стійкого збільшення пропозиції товарів і послуг високої якості, які випускаються на інноваційній основі. Ці умови створюють за допомогою стимулювання і підтримки підприємницьких структур. Формування пропозиції інноваційних товарів і послуг потребує відповідної інноваційної політики держави. Орієнтації підприємницької стратегії і підприємницьких структур у рамках всього інноваційного циклу. Мова йде про орієнтацію фундаментальної і прикладної науки, сфери відтворення на всіх рівнях.

Формування пропозиції інноваційної конкурентоздатної продукції може бути стимульовано державою за допомогою податкової, фінансово-кредитної, страхової, амортизаційної політик та інших складових інноваційної політики і економічної політики в цілому. Держава може заохочувати своєю економічною політикою раціоналізацію процесу спеціалізації у кожному регіоні і підприємницькій структурі у напрямку їх переорієнтації, а виробництво конкурентоздатної продукції на національному, регіональному, місцевому чи міжнародному рівнях.

По-четверте, стимулювання і безпосереднє формування попиту на інноваційну продукцію. Перш за все, це стосується розробки системи державного замовлення на наукомістку продукцію. Державне замовлення доцільно формувати, у першу чергу, в рамках відповідних програм із виробництва необхідних суспільству наукомістких виробів. Ця продукція зосереджена на інтересах оборони, забезпечення державних підприємств наукомістким обладнанням, створеним на основі найновіших досягнень науки і техніки, здійснення інтервенції продажу конкурентоспроможної продукції з метою збивання цін, приведення їх до соціально прийнятного рівня, а також для створення резерву наукомісткої продукції для будь-яких не передбачуваних випадків з метою впливу на кон'юнктуру ринку тощо.

Необхідним є також і розвиток системи регіональних замовлень на наукомістку продукцію вищої кондиції, конкурентоспроможну не лише на регіональному, а й на національному і міжнародному рівнях. Держава може підтримувати стійкий попит на конкурентоспроможну продукцію, стимулюючи його за допомогою податкової і кредитної системи, забезпечуючи соціальний захист населення, сприяючи розвитку імпорту наукомісткої, конкурентоспроможної продукції, створюючи або сприяючи створенню ефективної організаційної та ринкової інфраструктури. Важливим завданням є зняття бар'єрів та доступ малих підприємств до конкурсу державних закупівель на регіональному рівні. У цьому напрямі вже робляться певні кроки. Так, всім суб'єктам малого підприємництва, які мають намір прийняти участь у конкурсі, надається безкоштовна

конкурсна документація. У ній детально викладені строки та умови проведення конкурсу, орієнтовна структура бізнес-плану, конкурсні критерії оцінки проектів. Але основна співпраця департаменту з переможцем конкурсу починається з моменту укладання фінансового договору. Протягом всього періоду реалізації проекту департамент здійснює моніторинг впровадження проекту з метою контролю цільового використання коштів, ефективності його впровадження та забезпечення своєчасного повернення фінансової підтримки. Надання фінансової підтримки здійснюється із забезпеченням фінансових зобов'язань шляхом або застави власного майна суб'єкта малого підприємництва, або поруки чи гарантії інших осіб. Виконання цієї вимоги також забезпечує департамент впровадженням проектів та забезпеченням виконання фінансових зобов'язань, укладаючи відповідні договори застави, перевіряючи наявність та стан заставленого майна протягом строку дії фінансового договору [44].

По-п'яте, формування і розвиток ринкової інфраструктури підприємництва. На сучасному етапі ставиться і у певній мірі вирішується проблема державної підтримки з метою створення інфраструктури малого бізнесу. Інфраструктура малого підприємництва повинна бути інтегрована до системи інфраструктурного забезпечення підприємництва у цілому, незалежно від масштабу підприємницької діяльності (мале, середнє, велике підприємство). Виконання цієї функції вимагає створення системи відповідних ринків: національного, регіонального, місцевого, у межах СНД. Одночасно, держава призвана надавати підтримку у створенні системи установ, фірм, структур, які б забезпечували процес формування, розвиток і підтримку всіх форм підприємництва (центрів інформаційно-консультативного, наукового забезпечення, підготовки і підвищення кадрів підприємництва, лізингового і маркетингового обслуговування, інноваційних центрів і союзів підприємців тощо).

По-шосте, забезпечення соціальної орієнтації даного процесу та виконання цієї функції потребує уваги підприємницьких структур у досягненні не лише економічного, а й соціального ефекту. Останній забезпечується тим, що підприємницький тип відтворення є основою добробуту всіх членів суспільства. Розуміння сутності і ролі підприємництва вимагає від державного регулювання стимулювати виробництво інноваційного типу, розвивати конкуренцію. Це підвищує рівень і динамічну стійкість розвитку національної економіки. Саме тут криється шлях до національного багатства і можливість забезпечити добробут для всіх.

Важливим моментом правового забезпечення є не лише висока якість законодавчих актів, а і їх узгодження один з одним. Необхідно забезпечити ефективний механізм реалізації прийнятих законів, гарантованість прав підприємців, відповідальність за їх порушення.

Оптимальне поєднання в економіці різних форм господарювання є динамічною величиною: пропорції між різними економічними секторами та між різними формами власності можуть суттєво розрізнятися на різних етапах розвитку. Так, досвід багатьох країн свідчить, що для стабільного розвитку економіки питома вага державного сектору має становити біля 10-25%, що дозволяє утримувати нерентабельні але необхідні для функціонування суспільства виробництва, розвивати наукомісткі галузі та інше. У 1990 рр. до державного бюджету Японії надходило біля 18% ВВП країни, США – 19%, Австралії – 22%, Швейцарії – 21%, Іспанії – 28%. Ці співвідношення вважаються типовими для країн з розвинутою ринковою економікою. Для перехідного стану ці пропорції мають бути іншими, у залежності від етапів просування до ринкових відносин.

Питома вага окремого економічного сектору, певної форми господарювання у створенні національного продукту в різних розвинених країнах приблизно однакова. Це положення справедливе не лише для малого бізнесу і державних підприємств, але і для інших форм господарювання (великих приватних корпорацій, кооперативів тощо).

У країнах, які орієнтуються на розвиток ринку, – а це практично всі постсоціалістичні країни, включаючи Україну, – мале підприємництво, як об'єкт державного регулювання має бути в центрі уваги, адже саме малі підприємства створюють конкурентне середовище.

Необхідність державного регулювання сектору малого підприємництва, особливо в країнах з перехідною економікою, не викликає сумнівів. Малим підприємствам особливо складно „вижити” в період трансформаційних перетворень. Водночас, слід зауважити, що регулювання має певні межі: надмірне регулювання може викривляти структуру малих підприємств і заважати ефективному веденню бізнесу.

Враховуючи обставини, що фінансові можливості розвитку малого підприємництва в Україні на сьогодні є вкрай обмеженими, державну економічну політику підтримки малого підприємництва необхідно спрямовувати саме у напрямку удосконалення фінансового регулювання. Матеріальним підґрунтям цього є розвиток великих підприємств, стимулювання фінансової інфраструктури, створення фінансово-промислових груп, здатних мобілізувати значні інвестиційні ресурси, використовувати сучасні науково-технічні досягнення та виготовляти продукцію, яка б користувалась попитом.

Фінансові методи регулювання підприємництва є найбільш дієвими в умовах нестачі фінансових ресурсів, враховуючи, що саме останнє є найвагомим обмеженням в Україні для розвитку малих підприємств: активність їх розвитку значно стримується фінансовими бар'єрами.

Діяльність органів влади у сфері малого підприємництва не завжди спирається на глибоке вивчення механізмів його розвитку. Тому пошук

ефективних інструментів фінансового регулювання підприємництва, особливо в регіональному розрізі, є актуальною науковою і практичною проблемою. Важливо забезпечити раціональний протекціонізм сучасного цивілізованого підприємництва, органічне узгодження економічної і соціальної мети, програмно-цільове регулювання. Державна служба може ефективно впливати на реалізацію функцій державного регулювання, якщо вона буде будуватись на певних принципах. Крім того, необхідно наукове розуміння змісту і ролі підприємництва у розвитку економіки країни і матеріальному забезпеченні життєдіяльності суспільства. Особливе значення має державна підтримка різних форм підприємницької діяльності за умови її мотиваційної спрямованості, гарантованості гнучкого диференційованого підходу. Повинні бути забезпечені розділення і кооперації повноважень між державною та регіональною (місцевою) службами.

Основним джерелом інвестицій залишаються власні фінансові ресурси суб'єктів малого підприємництва. Фахівці відзначають відсутність дієвої системи фінансування, кредитування та страхування малих підприємств. Банківські кредити використовуються обмежено через великі відсоткові ставки банківської системи України та відсутність гарантій для банків [22]. Виходячи із цього, визначальними напрямками удосконалення політики сприяння розвитку малого підприємництва є фінансова та кредитна підтримка, податкове регулювання, а також створення відповідної фінансової інфраструктури в регіонах.

Побудова ефективної фінансово-кредитної системи, яка б дозволила суб'єктам малого бізнесу мати доступ до фінансових ресурсів, визначається як один з пріоритетів державної політики у сфері підприємництва. Характерною рисою сучасного етапу створення такої системи є зміна у розумінні місця і ролі держави в цьому процесі. Якщо у попередні роки держава розглядалась як головне джерело фінансових ресурсів для такої підтримки, то сьогодні державна політика націлена на створення умов для розвитку відповідних сфер та видів діяльності. У відповідності з цим змінюється і бюджетна політика. Обмеженість коштів бюджету призвела до недофінансування реалізації заходів вже згадуваної Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні. Так, на 2002 р. з державного бюджету було виділено лише 306 тис. грн., що становить 15,3% від запланованих державним бюджетом 2 млн. грн. і 0,6% від 48 млн. грн., запланованих розпорядженням Кабінету Міністрів України 463-р. На реалізацію заходів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні на 2006 рік заплановано 285581 грн. (табл. 6.5). Дана сума складає мізерну суму від загального фонду державного бюджету (180 245 248,8 тис. грн.), визначеного у Законі України про Державний бюджет на 2006 р.

Річний план державних закупівель щодо реалізації заходів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні на 2006 рік

(головний розпорядник коштів – Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва) [44]

№ з/п	Пункт	Дані по кожному окремому предмету закупівлі			
		Організація консультацій	Організація семінарів	Проведення семінарів	Друкування методичних матеріалів
1.	Загальне найменування предмета закупівлі	Організація консультацій	Організація семінарів	Проведення семінарів	Друкування методичних матеріалів
2.	Загальна очікувана вартість предмета закупівлі, грн.	90 000	97 500	81 000	98 000
3.	Джерело фінансування	Загальний фонд Державного бюджету України	Загальний фонд Державного бюджету України	Загальний фонд Державного бюджету України	Загальний фонд Державного бюджету України
4.	Очікувана процедура закупівлі	Запит цінкових пропозицій (котирування)	Запит цінкових пропозицій (котирування)	Запит цінкових пропозицій (котирування)	Запит цінкових пропозицій (котирування)
5.	Очікуваний термін проведення процедури закупівлі	29.05.06	19.06.06	12.06.06	31.05.06

Головним розпорядником коштів, що виділяються на реалізацію заходів Національної Програми, є Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. Головним організатором виконання більшості заходів є Український фонд підтримки підприємництва. Загальний внесок УФПП на підтримку розвитку підприємництва розглядається у наступних аспектах: забезпечення суб'єктам підприємницької діяльності полегшення доступу до фінансових ресурсів; збереження існуючих та створення нових робочих місць; збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції та, відповідно,

збільшення питомої ваги продукції, яка виробляється малими підприємствами, у валовому внутрішньому продукті; розширення податкової бази, а тим самим збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів; попередження відходу в тіньовий бізнес та виведення з нього суб'єктів підприємництва; сприяння підвищенню бізнес-культури та кваліфікації підприємців, отриманню ними досвіду для майбутньої діяльності.

Водночас, як стверджує С.Г. Дрига, суто декларативний характер державної політики відносно малого підприємництва в значній мірі обумовлюється правовим нігілізмом виконавчих органів влади як у центрі, так і на місцях, які часто просто ігнорують законодавчі положення стосовно виділення бюджетних коштів на підтримку розвитку підприємництва, навіть щодо фінансового забезпечення реалізації вже затверджених програмних заходів. Інша проблема, яка є як причиною, так і наслідком першої, – це факти спрямування фінансових потоків не через законодавчо передбачені структури (тобто Український фонд підтримки підприємництва), а шляхом прямого фінансування з місцевих бюджетів, або через створення паралельних кишенькових фондів, або через органи та структури, яким подібні функції не властиві (Міністерство економіки, інші міністерства) [43].

Важливий комплекс проблем полягає в необхідності удосконалення механізму формування та реалізації заходів Національної програми підтримки малого підприємництва, недоліки якого полягають у наступному:

- незбалансованість заходів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні і регіональних (місцевих) програм щодо мети, сегменту дії, термінів реалізації, можливостей спільного фінансування окремих їх заходів тощо;

- заходи Національної програми затверджуються Кабінетом Міністрів без фінансових показників, через що розрахункова вартість заходів взагалі не враховується при розгляді і прийнятті Державного бюджету; відсутня можливість внесення до заходів Національної програми довгострокових (до 3-х років) проектів і програм зі щорічним їх оновленням і розвитком поряд із впровадженням заходів у нових напрямках;

- класифікація видатків бюджету не враховує особливості видатків, що передбачаються заходами Національної, регіональних та місцевих програм (капітальні витрати, внесення до статутних фондів тощо).

Таким чином, результати реалізації державної політики щодо цього сектора економіки могли б набрати суттєвої економічної й соціальної ваги за умови наукового підходу при формуванні державної політики підтримки підприємництва, врегулювання правового поля, в якому працюють ФПП, безумовного додержання законодавства органами влади всіх рівнів та належного фінансування Національної і регіональних програм сприяння розвитку малого підприємництва.

Для досягнення реальних зрушень у сфері малого підприємництва потрібне уточнення стратегічних напрямів його підтримки. Тільки при цій умові будуть ефективними заходи, що вживаються з метою стимулювання зростання малого бізнесу. У протилежному разі малі підприємства через проблеми виробничого та збутового характеру, неналежного забезпечення фінансовими ресурсами, сировиною та матеріалами, кваліфікованими кадрами функціонуватимуть на традиційно відсталому рівні, адже значна частина малих підприємств в Україні відзначається фінансовою, технологічною, управлінською слабкістю. Перед усім, мають бути задіяні організаційні форми подолання ізольованості окремих підприємств, розвитку їх інтеграції з великими підприємствами та кооперації, зокрема на регіональному рівні.

Так, результати перевірки Рахунковою палатою використання коштів Державного бюджету України, виділених у 2003 р. та I півріччі 2004 р. на реалізацію Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, показали, що існуюча система державної підтримки малого підприємництва в Україні є неефективною, Урядом не забезпечено системність і комплексність відповідних механізмів державного регулювання розвитку та діяльності малого підприємництва. Рахунковою палатою встановлено недоліки та порушення щодо обґрунтування і реалізації Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні. Так, щорічні обсяги асигнувань, що визначаються при економічному обґрунтуванні заходів Національної програми, не ув'язуються з обсягами видатків державного бюджету на цю мету. У зв'язку з цим, сума видатків з державного бюджету на виконання Національної програми у 2003 р. на 8,1 млн. грн. або на 19,3% перевищувала розмір фінансування програми, визначений економічним обґрунтуванням заходів, затверджених Кабінетом Міністрів України. Проте відповідних змін до заходів не було внесено. Затвердження Урядом заходів без визначення суми їх фінансового забезпечення дозволяє Держпідприємству та Українському фонду підтримки підприємництва самостійно визначатися із спрямуванням бюджетних коштів, у багатьох випадках за напрямками, що не відповідають цілям заходів. За висновком Рахункової палати, Міністерством фінансів та Держказначейством не забезпечується ефективне керівництво бюджетними коштами: переважна їх частина розподіляється в останні дні року, що не дає змоги розпорядникам коштів здійснювати повне та ефективне фінансування затверджених бюджетних програм відповідно до укладених договорів.

Відсутність дієвої державної політики у цій сфері стала основною причиною гальмування розвитку цього сектору економіки: за період з 2000 по 2006 рр. його питома вага у ВВП підвищилася лише з 7 до 7,9%, що підтверджує його незначний вплив на соціально-економічну динаміку в державі.

На державу покладено визначення загальних принципів, пріоритетних напрямів і методів державної підтримки малого підприємництва в Україні,

встановлення порядку створення і діяльності органів державної влади щодо державної підтримки, розробка і реалізація державних програм розвитку та підтримки малого підприємництва, зокрема в тих випадках, коли вони фінансуються щонайменше на 50% за рахунок коштів державного бюджету і спеціалізованих позабюджетних фондів України, встановлення пільг для суб'єктів малого підприємництва щодо податків та інших платежів до державного бюджету і позабюджетних фондів. Органи місцевого самоврядування можуть вживати додаткових заходів підтримки малого підприємництва.

Акумуляція та розподіл бюджетних ресурсів для підтримки економіки, включаючи сферу малого бізнесу, можуть здійснюватись безпосередньо у дохідній та видатковій частинах державного й місцевих бюджетів, або шляхом створення у складі цих бюджетів спеціального бюджету розвитку, ресурси якого призначені виключно для цілей підтримки і розвитку галузей чи сфер народного господарства та окремих регіонів.

Економічні інструменти за способом дії поділяються на інструменти прямої та опосередкованої (непрямої) дії. До інструментів прямої дії належать:

- державні видатки (на створення нового виду послуг або фізичного об'єкта);
- безпосередній контроль за економічними процесами (регулювання обсягу імпорту й експорту);
- законодавчі акти.

Характерна риса більшості інструментів непрямої дії полягає в тому, що вони впливають на вартісні пропорції господарства. Так, за допомогою податків можна знизити рівень виробництва певних товарів та послуг.

До економічних інструментів належать: численні податки і збори з товарів; пільгові кредити, гарантії, субсидії, звільнення від сплати податків і надання фінансової допомоги.

Адміністративні інструменти регулювання впливають безпосередньо на економічні відносини: ліцензування; квотування (кількісне лімітування ввезення або вивезення за межі країни); специфічні вимоги до товару, упаковки та маркування; зобов'язання щодо самообмеження поставок.

В останнє десятиліття бюджетна підтримка реального сектору економіки істотно скоротилась. У цілому рівень державних витрат, які характеризуються частиною виробленого ВВП, що перерозподіляється через державний бюджет, в Україні мав чітко виражену тенденцію скорочення. Видатки бюджету скоротились з 52,4% від ВВП у 1994 р. до 27,4% у 2001 р., у наступні роки вони поступово підвищувалися і зараз складають біля 30 % ВВП. У самій структурі бюджетних витрат видатки на підтримку галузей економіки (за старою класифікацією – витрати на народне господарство) скоротились за період 1991-2005 рр. у 2,5 раза і становили на кінець періоду 4,1% ВВП, тоді як на початок – 14,2%. Скорочення цих витрат офіційно пояснюється з одного боку необхідністю

мінімізації втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання, підвищення їх відповідальності за кінцеві результати, створення конкурентного середовища і рівних умов господарювання, а з іншого боку – об'єктивною необхідністю збільшення соціальних видатків бюджету. Однак, насправді, соціальні витрати з 1992 по 2001 рр. у структурі видатків бюджету залишались приблизно на одному рівні (45,1% у 1991 р., 39,6 % у 2000 р. та 45,9 % у 2001 р.), з них витрати на соціальний захист навіть зменшились (з 18,7 до 15,0%), відносно ж ВВП соціальні витрати та витрати на соціальний захист зменшились суттєво, відповідно в 1,4 і 1,7 рази. На фоні гасел про дерегуляцію підприємницької діяльності, мінімізацію втручання держави у неї, підвищення соціального захисту населення, фактично відбувалось збільшення бюджетних витрат за іншими статтями, зокрема такими як державне управління та правоохоронна діяльність. Починаючи з 2002 р. ситуація змінилася, а з 2005 р. – кардинально; соціальні пріоритети стали переважаючими, з 2007 р. відбулася переорієнтація бюджетної політики на підвищення інвестиційного попиту. Основним завданням бюджетної політики стає забезпечення поступального розвитку підприємницької діяльності, прискорення економічного зростання й підвищення державного регулювання економічних та соціальних процесів.

Враховуючи, що економіка є складним об'єктом управління, інструментарій її регулювання досить різноманітний. Всю сукупність засобів державного впливу на економіку можна розділити на дві групи: засоби макро- та мікрополітики. Засоби макрополітики використовують державні органи різного рівня, якщо об'єктом впливу є економічний простір країни у цілому чи окремі його частини. При цьому застосовуються інструменти грошово-кредитної та бюджетної політики. Засоби мікрополітики використовуються державними органами влади різного рівня. Якщо об'єктом впливу є окремі підприємства чи групи підприємців, здійснюється політика впливу на капітал; якщо об'єктом впливу є окремий працюючий індивід, – реалізується політика впливу на труд.

Залежно від типу економіки існує значна відмінність як у складі інструментів, які використовуються державою, так і у цілях державного впливу на економіку за допомогою них. В умовах планової економіки держава впливала переважно засобами мікрополітики, використовуючи інструменти прямого управління державними підприємствами і організаціями. Бюджетна та грошово-кредитна політика не відіграла такої ролі, як у країнах з розвиненими ринковими відносинами.

В умовах ринкової економіки держава здійснює не пряме регулювання, а не пряме управління соціально-економічними процесами розвитку суспільства. Тому інші акценти розставляються у використанні інструментарію мікро- і макрополітики. У макрополітиці основним засобом впливу на економіку стає бюджетна політика. Про це свідчать дані про роль державних видатків у ВВП. У окремі періоди активно

використовувалися засоби грошово-кредитної політики. З середини 1990-х років роль грошово-кредитної політики у регулюванні економік окремих держав поступово слабшає. Простежується загальна для всіх країн закономірність щодо підвищення ступеня впливу на економіку регіональної і місцевої влади.

Проведення державою активної й ефективної бюджетної політики повинно поєднувати у собі як прямі, так і непрямі методи регулювання і залучення ресурсів. Під прямими методами слід розуміти засоби безпосереднього державного фінансування і кредитування у різних формах. Під непрямыми засобами розуміється створення сприятливих макроекономічних умов для розширення обсягів інвестицій за рахунок усіх джерел (власних, позичкових, залучених ресурсів). Для підвищення результативності бюджетної політики в Україні пропонується посилення використання непрямих важелів бюджетного регулювання, а саме: забезпечення структурної перебудови господарського комплексу, створення адекватної матеріальної бази як у державному, так і в приватному секторах економіки, збільшення потенціалу вітчизняного товаровиробника та підвищення його конкурентоспроможності, створення адекватної розвиткові економіки ринкової інфраструктури, послаблення централізації економічного розвитку та посилення економічного і фінансового потенціалу регіонів.

Пряма бюджетна підтримка може здійснюватись у формах бюджетного фінансування на незворотній основі (у тому числі, у вигляді субсидій чи субвенцій) окремих регіонів, галузей, підприємств, національних та державних програм; бюджетного фінансування на зворотній основі: пільгового бюджетного кредитування інвестиційних програм та проектів; державних капіталовкладень, за яких держава виступатиме одноосібним чи пайовим інвестором; державного гарантування повернення кредитів, наданих підприємствам вітчизняними та іноземними кредиторами; надання окремим галузям чи підприємствам, визначених пріоритетними, податкових чи митних пільг (по суті, прямого бюджетного фінансування у обсягах невнесених до бюджету коштів, визначених як різниця між внесками від звичайного і пільгового оподаткування чи стягування мита); державного замовлення підприємствам на виготовлення та постачання окремих видів товарів чи надання послуг; державного регулювання цін на продукцію окремих галузей та виробництв.

Гнучка кредитна і податкова політика, за рахунок диференціації податків, стимулює розвиток необхідних видів виробництв, причому диференціація повинна торкатись не лише різних форм господарювання, а і напрямів їх діяльності у залежності від видів і значимості продукції, яка випускається.

Сучасні тенденції у межах податкової реформи здійснюються у впровадженні політики скорочення податкових пільг. Особливістю податкової політики держави по відношенню до малого підприємництва на

сучасному етапі економічного розвитку є відсутність чіткого виокремлення форм малого підприємництва, надання пільг по галузевому принципу, нерівноправність малих підприємств у порівнянні з великими. Потребує удосконалення спрощена система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності, на що неодноразово вказують фахівці.

Основним фактором активізації малого підприємництва в Україні у кінці XX – на початку XXI ст. вчені вважали організаційно-правовий рівень. При цьому аналіз ролі і значення малого бізнесу в розвинених країнах та механічне перенесення досвіду їх становлення і розвитку в Україну без урахування принципово відмінного інституційного середовища спричинило до розробки неадекватних заходів економічної політики стосовно стимулювання розвитку малого бізнесу. Фахівці стверджують, що відбулася заміна якісних характеристик кількісним аналізом явищ [11]. Кількість малих підприємств у загальній чисельності підприємств неспинно зростає, водночас, результати діяльності не складають адекватної частки у загальному їх обсязі. Так, у Великій Британії на долю малого бізнесу приходить лише 21% внутрішнього товарообігу, у США – 10% загального обсягу продаж приватних підприємств, у Японії – біля 55% реалізованої продукції при кількості малих і середніх підприємств 82-99% від загальної кількості підприємств [17,38,41]. Таким чином, малий бізнес не є основою економічної могутності сучасних розвинених країн. Тому слід погодитися з вченими, які стверджують, що державна політика, спрямована на розукрупнення великих підприємств в Україні, і стрімка орієнтація на розвиток малого підприємництва та очікування швидкого ефекту від нього є помилковими. При цьому, підґрунтям не виваженої економічної політики стала відсутність науково обґрунтованого аналізу проблеми. З повною відповідністю це відноситься і до бюджетної політики.

Водночас, слід визнати, що підприємницька діяльність у формі малих та середніх господарських структур має значний потенціал становлення середнього класу в Україні. За умов послідовного вдосконалення механізмів державного регулювання, підвищення рівня менеджменту та професійного рівня ведення підприємницької діяльності, цей потенціал може бути перетворений у реалії, що підтверджується досвідом розвинених країн світу.

Основними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні є відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва. З певних причин близько половини зареєстрованих підприємств не працюють. Серед основних причин фахівці називають наступні: невпорядкованість чинного законодавства щодо оподаткування і кредитування малих підприємств; недостатня кількість маркетингових досліджень; ускладнений доступ підприємців до джерел сировини і матеріалів; відсутність виробничих та офісних приміщень.

В умовах існуючої фінансово-кредитної системи, підвищення рівня інфляції, зменшення обсягів матеріального виробництва малі і середні підприємства практично не в змозі, не порушуючи закону, самостійно нагромадити достатні кошти для розвитку власного бізнесу на сучасному цивілізованому рівні.

Як наслідок, більшість малих підприємств займаються торговельно-посередницькою діяльністю, перепродажем товарів, вироблених державними підприємствами або придбаних за кордоном, переводять кошти в тіньову економіку з метою уникнення сплати податків. За окремими даними, чесно сплачують податки державі лише 10% комерційних структур.

Стосовно результатів практичної реалізації Національної та регіональних програм розвитку малого бізнесу, вони незначні. Активізація процесу у перспективі також не однозначна. Підтвердженням тому є недостатня увага і недостатня глибина аналізу і оцінки реальної картини розвитку малого бізнесу в програмі стратегічного розвитку “Україна – 2010”, де замість конкретних заходів у сфері малого бізнесу декларовані загальні положення. Так, відмічається, що “державна фінансова підтримка малого бізнесу буде полягати, в основному, у створенні сприятливих умов для залучення інвестицій і нагромадження капіталу”. При цьому планувалося, що до 2003 р., “коли за розрахунками, в основному, завершаться приватизаційні процеси, розвиток малого підприємництва буде проходити переважно автономно” [33]. Як показує час, для послаблення державного регулювання малого підприємництва навіть на сьогодні, у кінці 2007 р., немає підстав.

Селективна підтримка малого бізнесу на регіональному рівні місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування має сприяти формуванню раціональної структури місцевого господарства з урахуванням особливостей його розвитку на певній території.

Фінансове забезпечення регіональних програм державної підтримки підприємництва має здійснюватися щорічно із місцевих бюджетів. Водночас, кошти, які виділяються із обласних бюджетів на підтримку підприємництва, складають мізерну суму – соті долі відсотка від видаткової частини місцевих бюджетів.

Як показує практика, фінансування регіональних програм підтримки підприємництва необґрунтовано скорочується ще на стадії їх розробки і навіть на прийнятті програми фінансові ресурси у повній мірі не виділяються. Як показує аналіз, у період 2000-2005 рр. фінансування програм із місцевих бюджетів у різних регіонах України досягали у окремі роки до 32,8% від запланованої суми. За даними офіційних сайтів обласних державних адміністрацій, значна кількість регіональних програм була під загрозою невиконання через нерівномірність бюджетних надходжень.

Одним із джерел інвестиційних ресурсів є фінансова допомога міжнародних організацій. Так, головними пріоритетними напрямками

стратегії допомоги Україні Європейським банком реконструкції та розвитку протягом 2005-2007 рр. визначено посилення інституційної спроможності фінансового сектору та підвищення рівня фінансування для малих і середніх підприємств; допомога у поліпшенні підприємницького клімату та розвитку конкуренції у приватному секторі [2 с. 16]. У 2001-2006 рр. позиками МБРР підтримувалося впровадження 16 проектів розвитку, серед яких Проект розвитку приватного сектору (30 млн. дол. США), Проект «Друга кредитна лінія» для розвитку малих і середніх підприємств (88,256 млн. дол. США) [2].

Фінансово-кредитну підтримку малих підприємств не можна назвати великомасштабною. У загальному обсязі інвестицій частка бюджетних коштів, представлених у якості кредитів, коливалася у різні роки від 0,1% до 0,4%. Звичайно, при таких розмірах асигнувань неможливо здійснити суттєвий вплив на розвиток малого бізнесу. Цей висновок підтверджується також відсутністю значимого зв'язку між розміром коштів, які були виділені на фінансову підтримку в регіонах, і рівнем розвитку малого бізнесу. Це добре простежується на прикладі окремих міст регіонів України, де останні роки на підтримку малого бізнесу виділялися мізерні суми, однак темпи росту зайнятих на малих підприємствах залишалися високими.

З метою підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів необхідно диференціювати фінансові механізми підтримки підприємництва, використовуючи їх непрямі форми. Механізми непрямой підтримки малих підприємств містять гарантії і поручительства, компенсацію частини процентних ставок за банківськими кредитами, часткове субсидювання розробки бізнес-планів тощо. Більшу увагу слід приділити створенню в регіонах розвиненої фінансової інфраструктури для більш сприятливого доступу суб'єктів малого підприємництва до фінансових ресурсів, у тому числі шляхом спрощення процедури отримання кредитів. Цьому можуть сприяти різноманітні заходи, одним із найважливіших серед яких є створення різноманітних фондів з використанням коштів місцевих бюджетів:

- фондів фінансової підтримки підприємців, однією із основних функцій яких може стати часткова компенсація витрат малого бізнесу з виплати процентів за користування кредитами;

- заставних (гарантійних) фондів для підприємств малого бізнесу з використанням механізму консолідованих гарантій, які забезпечують розподіл ризиків між місцевими органами влади, кредитними установами і суб'єктами малого бізнесу.

Кошти цих фондів можуть використовуватися для гарантій малим підприємствам при наданні кредитів банками чи фінансовими компаніями на пайовій основі у поєднанні з власними гарантіями малих підприємств, що значно полегшить доступ до інвестиційних ресурсів.

Важливими заходами також є: впровадження спрощеного механізму гарантування короткострокових кредитів для суб'єктів малого бізнесу з

метою оперативного поповнення обігових коштів і збільшення обсягів операцій у сфері виробництва і надання послуг, а також мінімізація термінів надання фінансових ресурсів; пайова участь і підтримка (від прямих субсидій до пільг з оподаткування і орендної плати) лізингових і венчурних компаній з метою розширення можливостей малих підприємств для впровадження нових технологій і бізнес-ідей.

Важливим інструментом фінансового регулювання виступає податкове регулювання. Аналіз показує, що взаємозв'язок між темпами зростання податкових надходжень від малого бізнесу на одного працюючого і темпами зростання показників, які характеризують рівень розвитку малого бізнесу, є від'ємним. Це означає, що чим швидше зростають податки на малий бізнес, тим менше створюється малих підприємств і тим менше зростає кількість зайнятих на цих підприємствах. Можна прогнозувати, що збереження такої тенденції у подальшому неминуче приведе до скорочення податкових надходжень до бюджету.

Характерною рисою економічної політики нашої держави є те, що постійно змінюється відношення держави до малого підприємництва залежно від політичної кон'юнктури, соціально-економічної ситуації та інших факторів.

Економічне пожвавлення в Україні, яке відбувалося з 2000 р., кардинально не вирішило ряд проблемних питань малого бізнесу, від яких залежить посилення конкурентноздатності економіки, підвищення рівня життя і соціального захисту населення. Екстенсивні чинники економічного зростання, насамперед, це глибока девальвація гривні у 1997-1999 рр., використання резервних потужностей, що простоювали у роки кризи, і сприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура, за визначенням фахівців, значною мірою себе вичерпали. Так, у 2005 р. спостерігався феномен зниження темпів зростання ВВП при одночасному зростанні бюджету і більшості соціальних параметрів. Серед ряду гострих дестабілізуючих проблем сфери малого бізнесу, які потребують підвищення державного регулювання у формі посилення бюджетної підтримки, є:

- погіршення структури промислового виробництва у бік збільшення частки сировинних і зменшення обробних галузей;
- збільшення сировинної складової експорту й частки самого експорту у ВВП, що звузило внутрішній ринок, надало економіці виваженої сировинно-експортної орієнтації, збільшило її технологічну залежність від високо розвинених країн, посилило вплив зовнішньо економічних дестабілізаційних чинників, загальмувало розвиток високотехнологічних обробних галузей;
- критична зношеність основних виробничих фондів, за якої стало неможливим їх відновлення, не відбувається не лише розширене, а й просте відтворення основного капіталу, призупинені відновлення та модернізація діючих основних фондів, тим самим, в економіці накопичуються фізично зношені і морально застарілі засоби виробництва, консервуючи, таким чином, відсталий технологічний уклад.

6.3. Удосконалення бюджетної політики підтримки малих підприємств

Незважаючи на те, що в Україні малі підприємства стали об'єктом підтримки з боку державних і недержавних структур, ця діяльність не завжди спирається на глибоке вивчення механізму розвитку малого підприємництва. Тому пошук ефективних інструментів державного впливу та підтримки малого підприємництва, особливо в регіональному розрізі, є актуальною науковою і практичною проблемою.

З розвитком ринкової економіки критично важливою стає здатність держави впливати на суб'єкти господарювання через прямі і непрямі важелі, віддаючи перевагу останнім. Вагому роль мають відігравати інструменти бюджетної, податкової, регуляторної та грошово-кредитної політики.

Створення системи державного фінансового регулювання та фінансового забезпечення і підтримки сучасного підприємництва потребує якісного удосконалення політики міжбюджетних відносин, оподаткування, кредитування, страхування, фінансування, амортизації тощо. Серед основних напрямів такого удосконалення наступні:

1. Удосконалення фінансового забезпечення регіонального розвитку шляхом збільшення доходної бази місцевих бюджетів. Досягти оптимальних обсягів доходної частини місцевих бюджетів можливо за рахунок підвищення рівня місцевих податків і зборів та проведення ефективної трансфертної політики. Трансфертна політика, як важлива складова бюджетної політики, є певним типом поведінки держави стосовно фінансового забезпечення місцевих бюджетів [37]. Вимоги, яким вона має відповідати, пов'язані з її впливом на розвиток регіональної економіки і полягають у відповідності наступних критеріїв: ефективність використання ресурсів, ступінь вирівнювання горизонтальних фіскальних дисбалансів та вплив на стабілізацію місцевих фінансів та регіональне економічне зростання.

2. Податкова політика має стимулювати сучасне ефективне підприємництво за допомогою науково-обґрунтованої системи пільг.

3. Кредитна політика повинна якісно переорієнтуватися в бік створення і примноження державних кредитних ресурсів для середньострокового кредитування, а також стимулювання середньострокового кредитування комерційними банками. Доцільно створити систему фондів підтримки підприємницьких структур на загальнодержавному і регіональному рівнях із різних джерел (відрахування із державного бюджету, доходів підприємницьких структур, ресурсів, що виділяються міжнародними організаціями для надання допомоги малому підприємству тощо). Необхідна участь держави у формуванні венчурного капіталу, венчурних фірм, інноваційних фондів. Недостатність фінансових ресурсів, відсутність дієвих механізмів їх концентрації та мобілізації, високі ризики інвестування та відсутність механізмів страхування ризиків в цілому призводить до

встановлення не виправдано високої ціни за кредити та гальмує розвиток малих підприємств.

4. Страхова політика у сфері підприємницької діяльності потребує переорієнтації вектора державного регулювання. Для цього необхідно забезпечити раціональне поєднання державного і ринкових форм страхування підприємництва за участю державних і підприємницьких структур, інноваційних й інвестиційних фондів, страхових товариств, венчурних фірм тощо.

5. Формування системи інфраструктурного забезпечення підприємництва у цілому. Ринкова інфраструктура має багато недоліків і невирішених питань, тому державні та місцеві органи влади повинні більше уваги приділяти формуванню її основних елементів. У цьому контексті важливо перетворити розрізнені об'єкти інфраструктурного забезпечення на регіональному рівні у цілісну систему, що обслуговує підприємство.

6. Організація державного регулювання процесу формування і розвитку підприємництва передбачає створення ефективної довгострокової стратегії наукового забезпечення підприємництва (на 10-15 років) і на цій основі будувати свою інноваційну політику. Ця стратегія розробляється з урахуванням необхідності забезпечення лідерства підприємницьких фірм у певних нішах світового ринку, на національному і регіональному ринках.

7. Дієвість бюджетної політики є відображенням в основних макроекономічних умовах, що стимулюють розвиток підприємництва, зокрема малого. Удосконалення бюджетної політики щодо певних напрямів і сфер діяльності лежить у площині перегляду принципів визначення об'єктів впливу з метою підвищення її ефективності шляхом концентрації обмежених ресурсів виключно на стратегічних напрямках, і має здійснюватися, виходячи з несприятливих макроекономічних факторів, зокрема таких:

- низька дієздатність банківсько-кредитної системи, її недостатня спроможність в даній економічній ситуації акумулювати високий інвестиційний потенціал населення, відсутність розвиненої мережі інституційних інвесторів (пенсійних фондів та страхових компаній); виникнення у зв'язку з цим суперечності між необхідною наявністю у короткі строки (1-2 роки) масштабного інвестиційного забезпечення та неможливістю залучити у ці строки усі потенційні заощадження населення та підприємств;

- спрямування інвестиційного потенціалу приватизації переважно на цілі бюджетного споживання;

- розпорощування інвестиційних бюджетних ресурсів серед державних цільових програм, значна частина яких заморожена через відсутність фінансування;

- відсутність необхідної системи страхування інвестиційних ризиків, нерозвиненість фондового ринку та іпотечних відносин, лізингу та інших інститутів фінансування;

- значні обсяги тіньового бізнесу як основного джерела нелегального накопичення та вивезення капіталу.

Скорочення державних видатків на економічну діяльність, включаючи державні інвестиції, є наслідком проведення політики, спрямованої на децентралізацію управління економікою, зняття із держави функцій забезпечення потреб економіки (насамперед інвестиційних) і їх передачу суб'єктам господарювання.

Якщо спочатку передбачалось підвищити регуляторну роль держави у відновленні інвестиційного процесу шляхом концентрації та спрямування інвестиційних ресурсів бюджетів усіх рівнів, а також кредитних коштів, що залучаються під гарантії Кабінету Міністрів України, у розвиток пріоритетних секторів економіки, то у подальшому роль держави в інвестиційній діяльності зводиться до створення рівних умов для ведення бізнесу та інвестування економіки суб'єктами господарювання, подальшої дерегуляції підприємницької діяльності та лібералізації ділової активності в інвестиційній сфері, зокрема шляхом забезпечення мінімізації втручання органів влади у господарську діяльність підприємців.

Власну інвестиційну діяльність держава планує проводити у таких сферах:

- усунення структурних деформацій в економіці України шляхом випереджаючого нарощування темпів розвитку споживчих галузей та сфери послуг;

- розширення і модернізація транспортної інфраструктури, зокрема газотранспортної системи, створення умов для зростання обсягів транзитних перевезень, створення національної мережі міжнародних транспортних коридорів на основі залучення інвестицій у розвиток транспортної інфраструктури, дорожнього господарства, з використанням механізмів концесії та лізингу;

- сприяння збільшенню обсягу інвестицій у галузі зв'язку та телекомунікаційних послуг;

- стимулювання залучення інвестицій у наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність.

Перелічені заходи спрямовані на усунення структурних деформацій в економіці. Серед них слід виділити, зокрема, зміни у напрямі переорієнтації державних видатків у високотехнологічні, наукоємні галузі, освоєння виробництва продукції та систем машин, що забезпечуватимуть запровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, комплексне технічне і технологічне переоснащення виробництва, масове оновлення основних фондів; виробництво імпортозамінної продукції; освоєння системи машин для розвитку агропромислового комплексу; розширення експортної бази, у тому числі високих технологій та товарів з високим ступенем обробки.

В основу визначення напрямів державних видатків покладено їх відповідність інноваційній моделі розвитку і досягненню мети модернізації промислового виробництва. При цьому перевага надаватиметься виробництвам, що формують „точки зростання”, до яких віднесені авіаційна і ракетно-космічна галузі; танкобудування, суднобудування,

комп'ютерна індустрія. Припускається, що розвиток цих „точок зростання” стане імпульсом для піднесення інших галузей, таких як металургія, хімія, приладобудування, електротехніка.

Як стверджують фахівці, „точки зростання” визначені невдало, адже у структурі промислового виробництва галузі, віднесені до них, займають малу частку, тому збільшення виробництва продукції у цих галузях відчутного імпульсу для всієї економіки не дасть, а при несприятливій зовнішній кон'юктурі цих імпульсів взагалі може не бути [23, 25].

Для визначення вірних орієнтирів соціально-економічного розвитку та пов'язаних з ними пріоритетів бюджетної політики важливим є уточнення реального стану економіки в цілому та регіонів, зокрема. Це має важливе значення для коректного визначення виправданого бюджетного навантаження на економіку, щодо розміру якого науковці не виробили остаточного рішення. Не поглиблюючись далі у цьому напрямі, відзначимо, що на наш погляд, пріоритети виробничої і соціальної сфери мають бути скоординовані.

Одним із засобів реалізації державної економічної політики, посилення державного регулювання та державної підтримки економіки, механізмом реалізації намічених цілей розвитку є удосконалення державного програмування. В Україні програмно-цільовий метод управління в останні роки знаходить усе більшого застосування. Державне програмування подається комплексом державних, регіональних та галузевих програм, об'єднаних єдиною програмою економічного і соціального розвитку країни (на визначений період), воно належить до основних механізмів модернізації економіки та промисловості.

Як форма бюджетної підтримки галузей програмний метод в Україні почав застосовуватися з початку нового століття. Так, у 2001 р. планувалось виконувати 102 комплексних галузевих програми із запланованим фінансуванням з держбюджету – 2,83 млрд. грн. (6,7% запланованих бюджетних видатків та 21% загального обсягу фінансування програм), у 2002 р. – 124 програми з державним фінансуванням у 7,1 млрд. грн. (14,3% бюджетних видатків та 31% загального обсягу). Кількість програм невпинно зростає, що сприяє виникненню численних проблем.

Актуальною на сучасному етапі є проблема якості державних програм економічної розбудови країни в різних її ринкових сегментах. Складовою частиною Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні є комплекс заходів, спрямованих на створення умов для побудови ефективної фінансово-кредитної системи підтримки діяльності суб'єктів малого підприємництва. Законодавчо визначено, що фінансове забезпечення реалізації державної політики, підтримки малого підприємництва здійснюють відповідно до своєї компетенції Український, регіональні та місцеві фонди підтримки підприємництва (ФПП).

Розроблений на 2007 р. план заходів щодо виконання Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні подано у табл. 6.6.

План заходів з виконання у 2007 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні [43]

Найменування заходу		Очікуваний результат	Відповідальні за виконання
1	2	3	4
Удосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності			
1.	Розроблення та супроводження проектів:		
	Закону України “Про внесення змін до Закону України “Про кредитні спілки”	надання права малому підприємству та фермерському господарству набувати членства в кредитній спілці	Держфінпослуг Держпідприємництво Мінекономіки
	Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України”	удосконалення правового регулювання, функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності	Держпідприємництво центральні органи виконавчої влади
	Закону України “Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб’єктів малого підприємництва”	удосконалення спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб’єктів малого підприємництва	Мінфін Держпідприємництво Державна податкова адміністрація Мін’юст
	Закону України „Про внесення змін до Закону України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців”, червень	удосконалення та спрощення процедури реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців	— “ —
Формування єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємництва			
2.	Проведення публічних обговорень проектів регуляторних актів	досягнення позитивних економічних результатів шляхом впровадження регуляторних актів	Державне підприємництво Центральні та місцеві органи виконавчої влади

Найменування заходу		Очікуваний результат	Відповідальні за виконання
1	2	3	4
<i>Активізація фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки малого підприємництва</i>			
3.	Залучення міжнародної технічної допомоги для підтримки розвитку кредитування малого бізнесу	розширення можливостей доступу малого підприємства до позабюджетних фінансових джерел	Мінекономіки центральні та місцеві органи виконавчої влади
<i>Сприяння створенню інфраструктури розвитку малого підприємництва</i>			
4.	Впровадження освітньої програми з підприємницької діяльності для підприємців та широких верств населення	залучення широких верств населення до набуття знань, необхідних для започаткування та ведення власної справи, підвищення ефективності діяльності суб'єктів малого підприємства	Держпідприємництво Український фонд підтримки підприємництва
5.	Поширення позитивного досвіду створення промислових територіально-галузевих виробничих систем (кластерів) у регіонах	розвиток малого підприємства в різних галузях економіки, створення робочих місць, кооперація суб'єктів господарювання	Держпідприємництво Мінпромполітики Мінекономіки центральні та місцеві органи виконавчої влади
6.	Організація професійного навчання осіб, які перебувають на обліку в державній службі зайнятості, за направленням цієї служби за професіями та спеціальностями, що необхідні для розвитку власної справи	залучення до підприємницької діяльності осіб, які перебувають на обліку в службі зайнятості	Мінпраці Держпідприємництво МОН місцеві органи виконавчої влади

Найменування заходу		Очікуваний результат	Відповідальні за виконання
1	2	3	4
7.	Залучення до підприємницької діяльності незахищених верств населення (інвалідів, жінок, молоді, звільнених у запас військовослужбовців, безробітних, жителів сільської місцевості)	збільшення кількості суб'єктів малого підприємництва серед незахищених верств населення, створення нових робочих місць, усунення соціальної напруженості	Держпідприємництво Мінпраці Мінагрополітики Мінсім'ямолодьс порт Український фонд підтримки підприємництва місцеві органи виконавчої влади
8.	Поширення інформації про потенційні можливості малого підприємництва, надання допомоги у пошуку ділових партнерів, сприяння розширенню експорту виробленої продукції	просування продукції, виготовленої вітчизняними суб'єктами малого бізнесу, на зовнішні ринки збуту, збільшення експорту продукції підприємствами малого бізнесу, залучення іноземних інвестицій в економіку України	Мінекономіки МЗС Держпідприємництво
9.	Сприяння розвитку мережі навчально-ділових центрів, бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів	створення умов для організації підприємницької діяльності суб'єктів малого підприємництва, поширення передового досвіду розвитку підприємництва, збільшення обсягу послуг, що надаються малому бізнесу	Держпідприємництво МОН Мінсім'ямолодьс порт Український фонд підтримки підприємництва місцеві органи виконавчої влади
10.	Забезпечення функціонування в регіонах інформаційної служби "гаряча лінія" для підприємців	розвиток системи інформаційного забезпечення та надання інформаційних послуг суб'єктам малого підприємництва	Держпідприємництво місцеві органи виконавчої влади Український фонд підтримки підприємництва
11.	Сприяння розвитку мережі регіональних і місцевих фондів підтримки підприємництва	створення нових та сприяння діючим регіональним і місцевим фондам підтримки підприємництва, методичне супроводження їх діяльності	— " —

Найменування заходу		Очікуваний результат	Відповідальні за виконання
1	2	3	4
12.	Проведення Всеукраїнського конкурсу бізнес-планів підприємницької діяльності серед молоді	підтримка підприємницької ініціативи молоді, сприяння створенню та організації діяльності молодіжних підприємств	Мінсім'ямолодьспорт Держпідприємництво місцеві органи виконавчої влади
13.	Проведення конференцій, нарад, засідань за круглим столом, форумів, виставок та ярмарків за участю представників малого підприємництва, відзначення Дня підприємця	формування позитивної суспільної думки про мале підприємництво, інформування громадськості про проблеми малого підприємництва, сприяння розвитку економічного співробітництва суб'єктів малого підприємництва	Держпідприємництво центральні та місцеві органи виконавчої влади Український фонд підтримки підприємництва
14.	Підтримка діяльності громадських приймалень, громадських колегій, інституту уповноважених з питань захисту прав підприємців	посилення ролі та значення громадських організацій у розв'язанні проблем суб'єктів підприємництва	Держпідприємництво місцеві органи виконавчої влади
<i>Упровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва</i>			
15.	Сприяння розвитку народних промислів та ремісництва	створення та підтримка існуючих малих підприємств у сфері народних промислів, відродження національних традицій, створення нових робочих місць	Держпідприємництво Мінекономіки Мінагрополітики МКТ Український фонд підтримки підприємництва місцеві органи виконавчої влади
16.	Сприяння розвитку сільського туризму	створення умов для надання якісних послуг суб'єктами малого підприємництва в галузі сільського туризму	Держпідприємництво Мінекономіки МКТ Мінагрополітики місцеві органи виконавчої влади Український фонд підтримки підприємництва разом з Інститутом сільського розвитку та Українським інститутом підприємництва

Найменування заходу		Очікуваний результат	Відповідальні за виконання
1	2	3	4
17.	Сприяння розвитку підприємництва в сільській місцевості	розв'язання проблеми зайнятості населення в сільській місцевості, підвищення якості та конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції	Держпідприємництво Мінекономіки Мінагрополітики центральні та місцеві органи виконавчої влади Український фонд підтримки підприємництва разом з Інститутом сільського розвитку
18.	Сприяння висвітленню засобами масової інформації у межах державного замовлення проблем розвитку підприємництва та реалізації державної регуляторної політики	підвищення рівня поінформованості суспільства щодо проблем розвитку підприємництва та реалізації державної регуляторної політики	Держкомтелерадіо Держпідприємництво центральні та місцеві органи виконавчої влади
19.	Організація підготовки та випуску періодичних видань, в яких висвітлюються проблеми розвитку підприємництва та реалізації державної регуляторної політики	поширення досвіду розвитку підприємництва	Держпідприємництво

Розглядаючи затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 р. № 28-р. План заходів з виконання у 2007 р. Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні (далі – План), відповідно до Законів України „Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні” та „Про державну підтримку малого підприємництва”, слід відзначити наступне. План, розроблений за такими напрямками: удосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності, формування єдиної

державної регуляторної політики у сфері підприємництва, активізація фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки малого підприємництва, сприяння створенню інфраструктури розвитку малого підприємництва, впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва. Фінансування заходів здійснюється у межах бюджетних призначень, передбачених у державному бюджеті. Отже, План в основному орієнтує на вирішення питань організаційного й правового характеру та не сприяє концентрації бюджетних коштів на пріоритетних напрямках розвитку малого бізнесу. Таким чином, питання має ставитися не про значне фінансування із бюджету, а про концентрацію виділених коштів на пріоритетних напрямках державної політики. Первісні вкладення фінансових ресурсів у пріоритетні сфери можуть бути незначними, адже умова успіху полягає не в значному фінансуванні, а у швидкому переході суб'єктів підприємницької діяльності в режим самоокупності і позитивної рентабельності на основі використання адекватних механізмів позитивного зворотного зв'язку, який підсилює цільові відхилення від початкового стану. Як тільки це відбудеться, подальше інвестування у розвиток бізнесу, включаючи малий, може здійснюватися переважно із власних коштів.

Центральною проблемою економічного дослідження малого підприємництва є його ефективність, що вимірюється точністю самої постановки проблеми економічних протиріч та запропонованими шляхами внутрішнього руху протиріччя від антагонізму в сторону гармонії. Тобто, якщо в якості прикладу подивитися на державні програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, то вони повинні спрямовувати крок за кроком такий величезний сегмент економічних відносин як малий бізнес до гармонійного розвитку, вирішуючи на цьому шляху проблеми економічних протиріч. Але такого не відбувається через недостатню наукову обґрунтованість, що породжує декларативність більшості програм економічного розвитку. Тому актуальними залишаються слова відомого українського вченого С. Злупка: “При всьому прагматизмі тих економічних проблем, які приходиться (має) вирішувати наше суспільство на сучасному етапі, без їх теоретичного осмислення, без чіткості і ясності в методології важко побудувати практично здійсненні, реалістичні і зважені соціально-економічні концепції, пріоритети і програми” [14, с. 218].

Фінансове забезпечення державної політики розвитку підприємництва згідно з затвердженими програмами виконує Український фонд підтримки підприємництва (УФПП). На сучасному етапі розвитку економіки України його роль суттєво змінилася: з фонду, який розглядався і частково виступав як безпосередньо фінансово-кредитна установа, він трансформується в інституцію, що впроваджує активну політику держави у сфері малого підприємства. Діяльність УФПП у сфері фінансової підтримки суб'єктів малого підприємництва визначається чинними законодавчими актами, регламентується „Положенням про порядок використання Українським фондом підтримки підприємництва коштів,

передбачених на розвиток підприємництва в Україні” і стосується таких напрямів:

- фінансове забезпечення реалізації заходів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні;
- фінансова підтримка окремих програм і проектів вітчизняних товаровиробників на конкурсній основі через уповноважений банк;
- моніторинг виконання програм і проектів, аналіз ефективності використання інвестованих коштів;
- впровадження нових форм фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва;
- сприяння розвитку небанківського фінансово-кредитного сектора.

Головним документом, що забезпечує реалізацію ідеологічних засад і визначає конкретні дії у сфері фінансової політики УФПП, є Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні. Метою Національної Програми є створення належних умов для реалізації конституційного права громадян України на підприємницьку діяльність, підвищення їх добробуту шляхом залучення широких верств населення до такої діяльності. Очікуваними результатами реалізації Національної Програми має стати прискорення розвитку малого підприємництва, використання його потенційних можливостей для розв’язання економічних і соціальних проблем, сприяння структурній перебудові економіки, збільшення кількості малих підприємств, зміцнення економічної бази регіонів, позитивний вплив на вирішення проблем безробіття, насичення ринку вітчизняними конкурентоспроможними товарами і послугами, розвиток інфраструктури підтримки підприємництва.

В Законі України про Національну програму № 2157-III від 21.12.2000 р. визначено її основні напрями та передбачено, що заходи щодо її реалізації щорічно затверджуються Кабінетом Міністрів України, а обсяги їх бюджетного фінансування затверджуються Верховною Радою України в Законі про Державний бюджет України на черговий рік.

Національна програма є комплексом заходів, в реалізації яких можуть брати участь державні й місцеві органи влади, об’єднання підприємців і суб’єкти інфраструктури, такі як бізнес-центри, бізнес-інкубатори, профільні бізнес-асоціації, аналітичні центри, консалтингові, лізингові та інші організації. Ці заходи стосуються основних напрямів, що є складовими державної політики у сфері підприємництва, і саме у цих напрямках спрямовуються державні кошти:

- розвиток регіональної інфраструктури підтримки підприємництва;
- реалізація соціально спрямованих програм;
- впровадження освітніх програм і заходів, спрямованих на підвищення бізнес-культури;
- консультаційна, інформаційна, ресурсна та фінансова підтримка суб’єктів малого підприємництва.

Відповідно до Закону України “Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти”, виконання заходів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, які пов’язані з закупівлею

УФПП товарів або послуг, здійснюється шляхом проведення тендерів. Оголошення про чергові тендери розміщуються у „Віснику державних закупівель”.

З метою забезпечення об’єктивності та прозорості впровадження заходів, пов’язаних з фінансуванням суб’єктів малого підприємництва, УФПП проводить шляхом конкурсного відбору. Оголошення про чергові конкурси публікуються в газеті „Урядовий кур’єр”.

Здійснюючи фінансування проектів і програм за рахунок передбачених на це державних коштів, важливим є проведення системного моніторингу, впровадження заходів та дослідження соціально-економічної ефективності від їх реалізації. У зв’язку з цим УФПП має переслідувати наступні цілі:

- забезпечити своєчасне, цільове і раціональне використання державних коштів;

- аналізувати результати використання цих коштів з точки зору зростання обсягів виробництва та реалізації продукції, надходжень до бюджетів різних рівнів, додаткового створення робочих місць, економічного та соціального значення для регіону, набутого досвіду для майбутньої діяльності;

- стимулювати та дисциплінувати підприємців, виховувати в них відповідальне ставлення до виконання своїх фінансових та інших зобов’язань за договорами, ділову відповідальність, додержання засад підприємницької етики.

Але розробка та обґрунтованість державних програм повинна спиратися на фундаментальні знання економічної науки в такому напрямі: політико-економічний аналіз проблеми; її сегментованість в макроекономічному процесі національної економіки; практичні мікроекономічні механізми вирішення проблеми.

Механізмом державного впливу на структурні зрушення, що застосовується багатьма провідними країнами і дозволяє у достатній мірі акумулювати необхідні для перебудови ресурси, ефективно їх розподіляти та здійснювати контроль за використанням, є бюджет розвитку (фонд розвитку) у складі державного бюджету з визначеними джерелами доходів, напрямками видатків.

В Україні на сьогоднішній день законодавством не передбачено складання і виконання бюджету розвитку. Зокрема, в прийнятому у 2001 р. Бюджетному кодексі України ідея бюджету розвитку як складової частини державного бюджету, поряд з його загальним та спеціальним фондом, визначена лише для місцевих бюджетів.

Кошти фонду (бюджету) розвитку мають спрямовуватись на цілі надання бюджетних позичок на конкурсній основі під пільгові відсотки підприємцям й організаціям недержавної форми власності, на реалізацію інвестиційних проектів у пріоритетних галузях. Головним розпорядником коштів бюджету розвитку може виступати Міністерство економіки, а оперативне управління бюджетом повинна здійснювати спеціальна фінансова установа, до основних функцій та завдань якої належатимуть:

- організація і проведення державної науково-технічної експертизи та конкурсного відбору інвестиційних проектів;

- фінансування проектів-переможців державних та недержавних підприємств на зворотній чи незворотній основі, в т.ч. кредитування венчурних компаній; пошук та залучення до фінансування проектів інших інвесторів, супровід інвестиційних проектів та контроль за використанням наданих коштів;

- проведення моніторингу економіки в цілому та окремих галузей з метою виявлення перспективних напрямів інвестування, пріоритетів та перспектив розвитку; ініціювання, розробка та реалізація власних інвестиційних проектів з пайовим залученням вітчизняних чи іноземних інвесторів;

- надання державних гарантій за вітчизняними та іноземними кредитами;

- залучення внутрішніх чи зовнішніх фінансових ресурсів шляхом випуску цінних паперів та здійснення операцій з ними;

- співробітництво з міжнародними фінансовими організаціями, урядовими та неурядовими іноземними організаціями з питань залучення фінансових ресурсів та реалізації спільно з ними інвестиційних проектів і програм.

Формування і визначення напрямів видатків бюджету розвитку у складі місцевих бюджетів слід здійснювати в першу чергу на основі комплексного моніторингу економіки в цілому та окремих галузей, виявлення „вузьких місць”, подальшого спрямування фінансово-інвестиційних ресурсів на підйом традиційних виробництв у цих „вузьких місцях” та на розвиток перспективних високотехнологічних, капіталомістких, фондостворюючих та структуроформуючих галузей.

Право різних рівнів влади використовувати ті чи інші засоби економічної політики залежить від покладених на них функцій. У перехідній економіці зростає потреба у використанні нових інструментів у регулюванні економіки, досвід застосування яких у розвинених країнах довів свою життєздатність і ефективність. Водночас важливим є розподіл цих інструментів між різними рівнями державної влади – центральною, регіональною, місцевою. Регіональний і місцевий рівень влади мають можливість швидко реагувати на зміни умов господарювання і життєдіяльності людей, впливаючи на соціально-економічні протиріччя з використанням інструментів бюджетної політики.

Президент України, визначаючи у щорічних посланнях до Верховної Ради України концептуальні засади подальшого розвитку підприємництва, спільно з Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та центральними органами виконавчої влади закладає основи для подальшого ефективного розвитку підприємництва та створюють належні правові умови для реалізації конституційного права громадян на підприємницьку діяльність.

У Дніпропетровському обласному бюджеті виділяються кошти на підтримку малого і середнього підприємництва з метою фінансування

заходів регіональної програми розвитку малого підприємництва у розмірі: у 2003 р. – 319,9 тис. грн., у 2004 р. – 5348,1 тис. грн., у 2005 р. – 320 тис. грн. [43]. Кошти спрямовувалися на фінансово-кредитну підтримку, ресурсне забезпечення, розвиток інфраструктури, зокрема:

1) *Залучення соціально незахищених категорій населення до підприємницької діяльності.* У містах і районах області організовано навчання безробітних за професіями, орієнтованими на підприємницьку діяльність шляхом використання потенціалу професійно-технічних училищ, вищих навчальних закладів, створення колективних учбово-виробничих підприємств (наприклад, „Оптиміст” у м. Вольногорську), проведення стажування безробітних (наприклад, пілотний проект у м. Новомосковську, навчання та переорієнтації безробітних на підприємницьку діяльність за угодою між центром зайнятості та ГО “Нікопольський міський бізнес-інкубатор”), проведення семінарів для безробітних, семінарів з основ тендерної політики та з техніки пошуку роботи, проведення соціологічних досліджень серед підприємців та молоді щодо бачення сучасного стану та перспектив підприємництва.

2) *Встановлення пільг за місцевими податками і зборами.* Одним з пріоритетів Національної програми залишається зменшення податкового тиску, спрощення процедур оподаткування та звітності для суб’єктів малого підприємництва шляхом закріплення спрощених режимів в чинному законодавстві.

Впродовж останніх декількох років місцеві органи влади встановлювали певні пільги за місцевими податками (Апостолівська районна рада з ініціативи підприємницьких кіл) і зборами у межах своєї компетенції: перегляд у сторону зниження ставки єдиного податку, звільнення від сплати комунального податку (у м. Павлограді для суб’єктів малого підприємництва, які здійснюють діяльність у сфері санітарної очистки міста, реконструкції і будівництва каналізаційних колекторів, розробки і впровадження природоохоронних технологій, ремонту внутрішніх інженерних мереж будинків міста).

3) *Підтримка діяльності об’єктів інфраструктури.* Підвищення ролі та значення малих підприємств в економіці України висунуло нові вимоги до формування відповідної ринкової інфраструктури (фінансово-кредитних інститутів, бірж, інвестиційних фондів і компаній, торговельно-посередницьких, інформаційних, консультативних фірм і т. ін.).

Поступово в Дніпропетровській області формуються громадські організації підтримки діяльності суб’єктів малого бізнесу. Серед них Асоціація підприємців (м. Вільногірську), Спілка підприємців (у м. Зеленодольську, м. Марганці), кредитні спілки підприємців (при муніципальному бізнес-центрі м. Марганця). Крім того, створено Координаційно-експертний центр об’єднань підприємців Дніпропетровської області та Дніпропетровський координаційно-експертний центр з питань регуляторної політики, метою яких є ефективне впровадження державної регуляторної політики, в тому числі розробка механізмів підготовки та відстеження ефективності дії регуляторних актів.

Важливо не забувати про соціально-економічні фактори малого підприємництва, а саме: сприяння поступовому створенню чисельної верстви підприємців-власників, які самостійно забезпечують собі добробут та відповідний рівень життя; мале підприємство є не тільки джерелом коштів для існування, але й способом розкриття та реалізації власного потенціалу; розвиток підприємництва сприяє формуванню „середнього класу”, який є основою соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності та демократичного розвитку суспільства; мале підприємство створює додаткові робочі місця, забезпечує зниження рівня безробіття та соціальної напруги.

У розвинених країнах малому підприємству приділяється першочергова увага з боку урядових органів, приватних структур, громадських організацій. Для них встановлено сприятливі законодавчі умови, відповідне інституційне середовище.

В Україні потребує удосконалення чинна законодавча база з державної підтримки малого підприємства. Практично не створено механізму спеціального кредитування малих підприємств, передбаченого розпорядженням Президента України від 18.08.97 № 298 „Про невідкладні заходи щодо прискорення реформ і виведення економіки України із кризи”, не забезпечено вирішення в законодавчому порядку питань про франчайзинг та спеціалізовані установи з мікрокредитування, відповідно до Указу Президента України „Про заходи щодо забезпечення підтримки та дальшого розвитку підприємницької діяльності”.

Враховуючи, що незадовільна ситуація зі станом малого бізнесу в нашій країні зумовлена, у першу чергу, відсутністю матеріальної бази для функціонування малих підприємств, необхідно сконцентрувати державну економічну політику на створення умов її формування. Такою базою є розвиток великих фірм, що фактично створюють живильне середовище для розвитку малих. Тому перспективним напрямом державної політики розвитку малого бізнесу, що підтверджують дослідження українських вчених, є формування фінансово-промислових груп, здатних мобілізувати значні інвестиційні кошти, використовувати сучасні досягнення науково-технічної думки, виготовляти суттєві обсяги продукції і послуг, що і надасть матеріальну основу для малого бізнесу. Легалізація доходів великих корпорацій за умови удосконалення податкової політики у напрямі удосконалення оподаткування забезпечить зростання надходжень до бюджету держави і таким чином підвищить можливості держави у реалізації програм підтримки малого і середнього підприємства.

Велика роль малого бізнесу в період становлення ринкової економіки в Україні зумовлює необхідність формування системи підтримки його розвитку як довгострокового напрямку економічної політики держави. Тому необхідним є створення на загальнодержавному рівні економічних, правових та організаційних умов для формування розвинутої структури малого бізнесу; активізація стимулів для забезпечення стійкого розвитку і ефективного зростання малих підприємств, а також вкладення у цей сектор економіки матеріальних і фінансових інформаційних ресурсів на пільгових

умовах. При цьому вагомим є здійснення планування, оперативного управління і контролю.

У державному сприянні розвитку малого бізнесу доцільно використовувати досвід країн з розвинутою ринковою економікою, де для нього створюється „режим найбільшого сприяння”. Найбільш типовими рисами даного режиму є: захист прав приватної власності; спрощення процесу реєстрації і ліцензування діяльності фірм; різноманітні економічні стимули і вибір господарської діяльності; підтримка конкуренції (включаючи компенсацію несприятливих умов виходу на монополізовані ринки); забезпечення доступу до фінансово-кредитних ресурсів на пільгових умовах; вільне ціноутворення; участь в державних замовленнях; залучення інвестиційних ресурсів.

Загальна схема системи державного фінансового регулювання та фінансового забезпечення підтримки малого підприємництва з урахуванням пріоритетів соціально-економічної політики може бути представлена таким чином (рис. 6.1).

Фінансове забезпечення передбачає пільгове кредитування, пряме бюджетне фінансування, організацію державних закупівель, податкові пільги підприємствам і працівникам; систему забезпечення: інформаційне, технічне, консультаційне, маркетингову допомогу, кадрове забезпечення. У даному механізмі важливо поєднувати елементи непрямой і прямої підтримки державою малих підприємств з обмеженням останньої.

Головним критерієм ефективності державного сприяння малому бізнесу, за твердженням Л.І. Дмитриченко, має розглядатися якість і стійкість малих підприємств, призначення яких в економіці України - підвищення ефективності та надання економіці соціальної спрямованості [11]. Водночас до нього вважаємо за необхідне приєднати і ряд інших важливих критеріїв, зокрема конкурентоспроможність, інноваційну спрямованість, суспільну значущість діяльності, реалізацію регіональних і державних пріоритетів, підвищення добробуту населення.

Необхідним є удосконалення напрямів державної підтримки малого бізнесу шляхом продовження створення регіональних „бізнес-інкубаторів” і бізнес-центрів. Вагоме їх призначення - якісна підготовка фахівців у сфері підприємницької діяльності, консультаційно-інформаційна допомога новим і діючим фірмам тощо [4].

Вразливість малих підприємств внаслідок їх розмірів і організації зумовлює необхідність державного субсидування експорту, пільгового страхування, експортних кредитів, спеціальних податкових і митних пільг; створення інфраструктури, орієнтованої на потреби малого бізнесу. Забезпечення державою реалізації даного механізму підтримки малого бізнесу сприятиме не лише розвитку самого малого підприємництва, а й зумовить комплексний розвиток відтворювальних процесів, що приведе до зростання обсягів виробництва, розвитку зовнішньоекономічної діяльності, створення додаткових робочих місць, розвитку соціальної захищеності населення України та підвищення їх добробуту. У свою чергу, це дозволить збільшити надходження до державного і місцевих бюджетів, розширить можливості держави та місцевих органів влади щодо реалізації своїх соціально-економічних функцій.



Рис. 6.1. Механізм реалізації фінансового регулювання та підтримки малого підприємництва

Виділення основних елементів механізму державного макроекономічного регулювання відповідає концепції розвитку національної економіки у загально цивілізаційному руслі, що в якості одного із пріоритетів визначає розвиток малого і середнього бізнесу, активну роль уряду шляхом використання інструментів бюджетної і податкової політики в проведенні соціально-економічних перетворень.

У сучасній ринковій економіці зникає протиставлення малого бізнесу великому підприємству, він перетворюється у взаємодіючий з іншими господарськими структурами елемент економічного середовища. Фахівці підкреслюють, що в умовах обмеженості фінансових ресурсів державного і місцевого бюджету, відсутності дієвої системи його кредитування та страхування необхідно розвивати форми інтеграції малих і великих підприємств: субпідрядність, франчайзинг, лізинг та венчурне фінансування.

У розвинених країнах набула поширення система функціональних виробничих коопераційних зв'язків між великими та дрібними промисловими фірмами (субпідряду), внаслідок чого вони не взаємо виключають, а доповнюють одне одного. Кооперація створює нові можливості як для великих, так і малих фірм. Корпорації зацікавлені у передачі низки функцій і виробництв дрібним фірмам, що дозволяє одержати значний економічний ефект. За допомогою залучення невеликих спеціалізованих фірм у власне виробництво корпорації забезпечують йому гнучкість, можливість прискореного реагування на ринкову кон'юнктуру. Саме на засадах спеціалізації та кооперації малий бізнес перетворюється у невід'ємну частину великого виробництва. Принципово нова техніка, збільшення номенклатури продукції, розширення кількості функціональних елементів, що застосовуються у випуску складних технічних пристроїв, забезпечують ефективний розвиток малих вузькоспеціалізованих виробництв у їх взаємодії з великими фірмами.

У країнах із розвинутою ринковою економікою великі головні компанії використовують низку пільг для суб'єктів малого підприємництва (гарантують закупівлю значної частки виробленої продукції, надають в оренду засоби виробництва, створюють пільгові умови придбання сировини та матеріалів тощо). Урядом Південної Кореї навіть проводилась жорстка лінія на обов'язкове залучення за субконтрактами великими національними конгломератами малих і середніх підприємств для виробництва компонентів і запчастин [7].

Субпідрядна система набула розвитку в автомобільній, електротехнічній, електронній промисловості, окремих галузях машинобудування. В Україні доцільним є здійснення спеціальних заходів по залученню за субконтрактами, великими корпораціями малих та середніх підприємств для виробництва окремих компонентів, виконання

певних функцій. При цьому мають бути задіяні стимулюючі механізми, що ініціюються державою.

Великого значення для розвитку малого підприємництва на інтеграційних засадах набуває запровадження системи франчайзингу. Як метод організації і управління бізнесу франчайзинг поширився в останні десятиріччя ХХ ст. в країнах із різним рівнем економічного розвитку. За прогнозами багатьох спеціалістів, франчайзинг має стати домінуючим напрямом розвитку малого бізнесу в ХХІ ст. Передбачається стрімке розгортання цієї організаційної форми в найближчі роки. Експерти Міжнародної асоціації франчайзингу виділяють низку чинників, що сприяють швидкому зростанню франшизних систем [16]. Зокрема, – це глобалізація та формування зрілих концепцій і методів управління, посилення тенденцій приєднання незалежних малих підприємств до франшизних сіток. Останній процес відбувається у двох напрямках. З одного боку, франшизні сітки виявляють підвищену агресивність, намагаючись розширити зону впливу за рахунок включення у систему незалежних операторів, з іншого - останні все більше починають шукати шляхи підвищення своєї конкурентоздатності, приєднуючись до відомих сіток з відомими торговельними марками.

Більшість сучасних франшизних систем є сітками, тобто такими організаційними структурами, що оцінюються як найбільш перспективні у новому тисячолітті. Вони запроваджують в управління нову культуру кооперативного бізнесу. На їх основі змінюється характер конкуренції, поширюється взаємовигідне співробітництво. Головна функція конкурентної боротьби переходить до сітки в цілому. Приєднання до сітки дає можливість отримати підтримку з боку всіх інших учасників, використати їх досвід і загальні ресурси для вирішення проблем, що виникають особливо гостро перед новими операторами на початку становлення їх бізнесу.

Важливість франшизних сіток визначається можливістю цілеспрямованого впливу держави на процеси розвитку малого бізнесу, що дозволяє посилити керованість економікою в цілому, враховуючи, що франчайзинг є ринковою альтернативою адміністративного контролю. В його межах здійснюється жорсткий нагляд щодо основних параметрів діяльності всієї франшизної сітки: фінансовий облік, контроль, якість товарів і послуг, підтримка торгової марки та репутації сітки. Разом із тим франчайзинг залишає великі можливості для дій оператора, який володіє самостійністю та юридичною незалежністю власного бізнесу. Від нього самого залежать результати його діяльності.

Франчайзинг характеризується як гібридна форма інституційної угоди. Вона визначається О.Уільямсоном як спеціалізована структура управління, що виникає у випадку двобічної залежності, що є достатньо великою й

вимагає тісної координації, але не настільки тісної, щоб стимулювати вертикальну інтеграцію [27]. Федеральною торговою палатою США франчайзинг визначено як будь-яке тривале комерційне співробітництво у межах угод, за якими виконуються певні умови [16, с. 105.].

Франчайзинг найбільш поширений у США і Канаді, де його частка в роздрібному товарообігу досягає відповідно 35 і 26% проти близько 10% у Західній Європі та Японії [5]. В Україні відомими компаніями-франчайзерами є "Кока-Кола", "Мак-Дональдс", "Адідас", "Пепсі-Кола" "Дока-піца", "Фуджі-Фільм", "Деу Мотор". В сучасних умовах перспективними напрямками запровадження франчайзингу є роздрібна торгівля, громадське харчування, медичне обслуговування, автосервіс, домашні послуги, ділові послуги і консультування тощо. Франчайзингові системи можуть сприяти розробці інновацій та їх втіленню. Внаслідок невирішеності багатьох проблем розвитку малого бізнесу в Україні, забезпечення його взаємодії з великим підприємництвом на засадах франчайзингу є особливо необхідним для вирішення завдань структурної перебудови економіки.

Поширення франшизних систем сприятиме визначеним структурним зрушенням і зростанню стабільності в економіці, тому що держава отримує значно більше можливостей адресно впливати на процеси розвитку малого підприємництва через вплив на право власників. Стимулювання франчайзингу надасть можливість більш швидкого запровадження нових прогресивних форм управління та організації бізнесу, підвищить стійкість

Складність функціонування більшості малих підприємств України на сучасному етапі зумовлена тим, що між ними лише починають розвиватися навички взаємодопомоги, практично вони майже не скоординовані на відміну від таких підприємств у розвинутих державах, де вони мають власні установи, банки, сформовані системи кооперування. Без орієнтації на коопераційні норми та методи результатом державної підтримки малих підприємств в Україні буде лише консервація відсталих виробництв. Для вирішення загальних проблем доцільним є об'єднання малих підприємств на добровільних засадах, створення в регіонах різного роду спілок та асоціацій, як за галузевим, так і за функціональним принципом. Особливого значення набуває об'єднання підприємств, розташованих поруч і насамперед тих, що є ланками одного виробничого процесу. У промисловості Італії саме територіальні об'єднання дрібних і середніх підприємств (кластери) великою мірою визначили їх успішну діяльність. У різних провінціях Італії у радіусі, що не перевищує декілька десятків кілометрів, були згруповані сотні підприємств, які склали один виробничий ланцюжок. На основі розподілу праці ці підприємства змогли випускати значні обсяги продукції і задовольняти потреби великих ринків, забезпечуючи при цьому ефективність виробничих процесів. Така

організаційна модель набула особливого поширення у швейній та взуттєвій промисловості, багатьох секторах машинобудування. Основна частина малих підприємств Італії входить до кластерів.

Групи малих підприємств, що територіально близько розташовані, організовують спільні закупки сировини та збуту своїх товарів, почали поширюватись в останнє десятиріччя в країнах, що розвиваються. Індійський економіст Абід Хуссейн визначає кластери малих підприємств як „центри майбутнього зростання”. Його позиція збігається з їх оцінками в країнах ЄС [6]. Конкурентоспроможність кластерів підвищується за рахунок економії на адміністративних витратах, знання місцевих ринків. Вони є своєрідними розвідниками ринку, що можуть задовольняти попит глибинних районів із розвинутою інфраструктурою, де побоюються діяти великі підприємства через відсутність гарантії збуту продукції. Кластер як багатофункціональна організаційна форма, що комбінує ринкові важелі та адміністративне регулювання, дозволяє подолати ізольованість і розрізненість малих підприємств, об'єднуючи їх зусилля у підвищенні ефективності інвестицій. Успіх кластерної форми організації бізнесу зумовлений насамперед можливостями міжфірмової кооперації малих і середніх підприємств.

Розвиток процесів взаємодії є важливим із позицій створення умов для виходу малих і середніх підприємств на зовнішні ринки. Навіть при наявності високоякісної конкурентоспроможної продукції цим підприємствам складно її реалізувати на зовнішніх ринках, що пов'язано, передусім, з відсутністю належної інформації та фінансового забезпечення експортної діяльності. Держкомпідприємництва України запропонував програму групової участі малих і середніх підприємств у міжнародних бізнес-форумах, що, зокрема, передбачає спільну рекламу підприємств на різноманітних виставках [30].

Перспективним напрямом розвитку малого бізнесу є забезпечення взаємодії між малими підприємствами країн СНД. В більшості країн колишнього Радянського Союзу становище малого підприємництва є складним, що, насамперед, пов'язано з макроекономічною нестабільністю, недосконалістю законодавчої бази, відсутністю необхідних фінансових ресурсів. Основою для розвитку співробітництва на пріоритетних напрямках стала Угода про підтримку та розвиток малого підприємництва в державах-учасниках СНД, яку підписали в 1997 р. глави урядів одинадцяти країн СНД [3]. В результаті створено консультативну раду з підтримки та розвитку малого підприємництва, в яку увійшли представники державних структур, комерційних і суспільних організацій. Однією із негативних сторін, що сприяла зниженню ефективності Угоди, стала невизначеність механізмів реалізації конкретних напрямів співробітництва, зокрема фінансового забезпечення.

Невід'ємним елементом конкурентоспроможної організаційної побудови економіки України має стати розгалужена мережа інноваційних структур, перш за все, технологічних парків і бізнес-інкубаторів, що об'єднують базові науково-дослідні організації та сучасні виробничі підприємства. Науковий (технологічний) парк – це територіально-виробниче формування, побудоване на взаємодії двох складових – інфраструктурної, що генерує послуги, та виробничої, яку утворюють підприємства-користувачі. В нього входять дослідний центр і компактна виробнича зона, що прилягає до нього, де на орендних чи інших умовах розташовані малі наукоємні фірми. Технопарки забезпечують максимальну інноваційну віддачу на одиницю інвестицій, що робить їх важливим чинником стимулювання структурної перебудови, який прискорює позитивні техноіндустріальні зрушення. Інкубатори здебільшого створюються як один із компонентів наукового парку, його початкова стадія.

Паркові утворення різних форм власності - приватні, державні, змішані широко розповсюджені в розвинутих, нових індустріальних і тих, що розвиваються, країнах. В останні роки вони поширюються і в постсоціалістичних державах. На початок третього тисячоліття в США функціонувало понад 140 наукових і технологічних парків, а з 25 найбільших університетів 23 мали наукові парки, де створено сотні компаній і тисячі робочих місць. Більшість парків мають технологічні бізнес-інкубатори. В європейських країнах створено понад 260 науково-технологічних парків. В КНР налічується 53 національних парки (спеціальних технологічних зон), 50 провінціальних парків і 30 парків при університетах [21]. У китайських технопарках національні і зарубіжні інвестиції становлять мільярди доларів, що свідчить про намагання Китаю широкого запровадження інноваційних методів розвитку.

Водночас фінансово-кредитній і податковій політиці щодо підтримки малих підприємств не слід завдавати кардинальних змін, її достатньо час від часу вдосконалювати. Суттєву роль у фінансовій підтримці малого бізнесу має відігравати Український національний фонд підтримки підприємництва і розвитку конкуренції.

З метою підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів необхідно диверсифікувати фінансові механізми підтримки підприємництва, використовуючи механізми непрямой фінансової підтримки малого підприємництва, зокрема гарантії і поручительства, компенсація частини процентних ставок за банківськими кредитами, часткове субсидювання розробки бізнес-планів тощо. Більше уваги слід приділити створенню в регіонах розвинутої фінансової інфраструктури для більш сприятливого доступу суб'єктів малого підприємництва до

фінансових ресурсів, включаючи спрощення процедури отримання кредитів.

Вирішенню сучасного підходу щодо фінансового регулювання та фінансової підтримки малих підприємств можуть сприяти наступні заходи:

1. Створення регіональних фондів фінансової підтримки підприємців з використанням коштів місцевих бюджетів і позабюджетних фінансових ресурсів, однією із основних функцій яких і може стати часткова компенсація витрат малого бізнесу з виплати процентів за використання банківських кредитів.

2. Створення гарантійних (заставних) фондів для підприємств малого бізнесу за рахунок бюджетних та інших ресурсів із використанням механізму консолідованих гарантій, що забезпечують розподіл ризиків між місцевими органами влади, кредитними установами і малими підприємствами. Ці фонди можуть використовуватися для гарантій малим підприємствам при наданні кредитів банків чи фінансовими компаніями на пайовій основі у поєднанні з власними гарантіями малих підприємств, що значно полегшить доступ до позабюджетних інвестиційних ресурсів.

3. Впровадження спрощеного механізму гарантування короткострокових кредитів для суб'єктів малого підприємництва з метою оперативного поповнення обігових коштів і збільшення обсягів операцій у сфері виробництва і надання послуг, а також мінімізація термінів надання фінансових ресурсів.

4. Пайова участь і підтримка (від прямих субсидій до пільг з оподаткування й орендної плати) лізингових й венчурних компаній з метою розширення можливостей малих підприємств для впровадження нових технологій і бізнес-ідей.

Одним з механізмів реалізації механізму державної підтримки малих підприємств є вже згадувана Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні. На регіональному рівні механізмом реалізації державної підтримки національного малого підприємництва є регіональні програми.

Треба відзначити, що відповідно до чинного законодавства пряме кредитування суб'єктів підприємницької діяльності належить до прерогативи банків і небанківських фінансово-кредитних установ. Однак доступ до коштів цих установ та одержання кредитів для мікро- і малих підприємств, особливо для підприємців-початківців, як і раніше залишається проблематичним через ряд причин (проблеми забезпечення, неможливість витримувати фінансове навантаження з діючими процентними ставками та ін.) [22, с. 34-35]. За таких умов для фондів підтримки підприємництва відкривається поле для розгортання діяльності щодо впровадження різних схем фінансової підтримки малих підприємств.

Фонди, що надають фінансову підтримку суб'єктам підприємницької діяльності за рахунок державних коштів, передусім мають на меті отримання соціально-економічного ефекту від упровадження підприємницького проекту або програми (створення або збереження робочих місць, забезпечення додаткових надходжень до бюджетів усіх рівнів та загальнодержавних фондів, зростання заробітної плати працівників, підвищення асортименту та якості продукції або послуг та ін). Ця мета досягається завдяки дотримання таких принципів: конкурсність у відборі проектів з урахуванням відповідності їх змісту пріоритетним напрямам регіонального розвитку, визначених органами місцевого самоврядування, поворотність та, як правило, платність наданої фінансової підтримки, здійснення фінансової підтримки підприємців-початківців за схемою: навчання – розробка і захист бізнес-плану – видача мікрокредиту – моніторинг реалізації проекту. Така схема успішно реалізується через залучення бізнес-центрів, центрів сприяння підприємництву та інших подібних структур. Обов'язковість моніторингу впровадження проекту та його соціальних наслідків є досить важливим. Гнучкі підходи до оцінки ходу виконання проекту дозволяють своєчасно відреагувати на зміну умов, в яких реалізується даний проект, і при визнанні об'єктивності цих змін надати необхідну правову, консультаційну допомогу або скорегувати договірні відносини і, таким чином, зберегти об'єкт фінансування, а іноді й сам суб'єкт підприємництва.

Найбільш теоретично і практично відпрацьованим видом фінансування малих підприємств через фонд підтримки підприємництва (ФПП) в рамках затверджених програм розвитку підприємництва (як це й передбачається законом), є фінансова підтримка на кредитних засадах через уповноважений банк. Її надання має цілий ряд переваг перед банківським кредитуванням, а саме:

- пільгова процентна ставка, що не перевищує ставку рефінансування Нацбанку, тоді як банківська ставка, як правило, перевищує її більш ніж удвічі;

- більш гнучкі вимоги щодо забезпечення як відносно його вартості, так і відносно форм забезпечення;

- можливість надання „кредитних канікул”, тобто відстрочка щодо сплати тіла кредиту;

- врахування соціального аспекту (створення робочих місць, врахування територіальних інтересів, розвиток депресивних регіонів тощо);

- конкурсний відбір бізнес-проектів, при якому враховується не лише його комерційна складова, а всі фактори в комплексі;

- супроводження реалізації проекту щодо виконання бізнес-плану (цільове спрямування коштів, створення робочих місць, прибутковість діяльності й т. ін.); можливість внесення коректив; аналіз ефективності використання фінансової підтримки.

Разом з тим, маючи на увазі вкрай обмежені державні кошти, що виділяються за рахунок Державного та місцевих бюджетів, фонди переходять на нові форми підтримки з дотриманням вищезазначених принципів. На відміну від банківського кредитування ФПП можуть використовувати (а деякі вже використовують) такі механізми, як:

- часткова сплата процентної ставки по кредитах, отриманих малими підприємствами у комерційних банках;
- здешевлення лізингових платежів;
- надання майнової і виробничо-технологічної підтримки;
- гарантування кредитів для малих підприємств.

Так, за останні п'ять років на виконання заходів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва розрахунковою вартістю 460,9 млн. грн. держава спрямувала 63,7 млн. грн., а в поточному році в Державному бюджеті України, незважаючи на вимоги декількох Указів президента України щодо збільшення фінансування, заплановано видатки на ці цілі лише в сумі 1,8 млн. грн. Аналогічна ситуація і з фінансуванням більшості регіональних та місцевих програм розвитку малого підприємництва.

Можливо, не досить коректним є порівняння з розвиненими країнами, водночас слід зазначити, що підтримка розвитку сектора малого підприємництва урядом США здійснюється через структури двох рівнів – федеральну установу, так звану Адміністрацію малого бізнесу (АМБ) та різного роду муніципальні структури. Діяльність АМБ фінансується федеральним урядом. Щорічний бюджет сягає 15 млрд. доларів. Так, в країнах ЄС виділяють чотири головні категорії фінансової допомоги малим і середнім підприємствам [9]: мінімальна допомога упродовж трьох років, збільшена допомога, інвестиційна допомога, що залежить від регіону, де розташовані підприємства, та цільова фінансова допомога на отримання консультаційних послуг в обсязі до 50% від вартості сукупних витрат відповідного типу. Водночас у Великій Британії доведено, що усунення бюрократичних бар'єрів є ефективнішим засобом підвищення підприємницької активності, ніж надання прямої фінансової допомоги.

Підсумовуючи результати дослідження, слід відзначити, що при вирішенні проблеми регіонального розвитку в Україні найбільш актуальним є пошук таких форм і методів державного фінансового регулювання, які були б орієнтовані на стимулювання місцевого капіталу і

місцевих трудових ресурсів, не лягали непосильним тягарем на місцеві бюджети і в той же час сприяли підвищенню ділової активності та зміцненню доходів регіональних (місцевих, муніципальних) утворень.

Держава через бюджетну політику має відігравати вагомую роль у становленні та розвитку підприємництва в країні, використовуючи комбіновану стратегію модернізації економіки, системний підхід до державного регулювання. Застосування активної стимулюючої бюджетної політики в реалізації загальної стратегії функціонування регіону повинно стати каталізатором підвищення його економічного потенціалу, адже темпи макроекономічного зростання і рівень доходів бюджету через розширення бази оподаткування безпосередньо залежать від темпів розвитку усіх секторів економіки регіону.

При цьому важливим є комплексний науковий підхід, а не штучне „виривання” із економічної цілісності окремих напрямів чи сфер діяльності. Необхідно підсилити механізм експортоорієнтованого розвитку економіки України ще й механізмом економічного зростання, орієнтованим на збільшення внутрішнього інвестиційного попиту. Таким чином відбуватиметься не перерозподіл вкладу кожного сектору в економічне зростання, а їх поєднання у напрямі сталого економічного розвитку, а в перспективі можливо і примноження. У руслі виробленої в Україні державної економічної політики це означає зниження податків, реформування державного сектору і скорочення бідності. Для посилення темпів економічного зростання необхідною є початково незначна, але постійно зростаюча (більш того, наростаюча, здатна самопідсилюватися) зміна руху грошових потоків, спрямована на удосконалення інфраструктурних компонентів соціально-економічної системи. Саме цьому критерію відповідають інвестиції у масове будівництво житла (розрахованого на людей із середнім рівнем доходів), створення якісної транспортної мережі, модернізація житлово-комунального комплексу, розвиток нового бізнесу у галузях, які виробляють товари і послуги та забезпечують функціонування інфраструктури ринкового господарства, наукомісткі види послуг. Крім того з метою активізації підприємницької діяльності, необхідно стимулювати підприємців, які працюють у сільській місцевості і малих містах.

Постійне недофінансування, мізерний обсяг коштів, які виділяє держава на розвиток підприємництва, є найбільш уразливим місцем у системі державної підтримки підприємництва і не дозволяє належним чином його активізувати. Це свідчить здебільшого про декларативність, а по суті – фактичну відсутність у країні цілісної, науково та економічно обґрунтованої ефективною державної політики щодо малого

підприємництва. При цьому мова йде не про значні розміри фінансування із бюджету, а про концентрацію їх на пріоритетних напрямках. Початкові вкладення фінансових ресурсів у пріоритетні сфери можуть бути великими, адже умова успіху полягає не в значному фінансуванні, а у швидкому переході суб'єктів підприємницької діяльності в режим самоокупності і позитивної рентабельності на основі використання адекватних механізмів позитивного зворотнього зв'язку, який підсилює цільові відхилення від початкового стану. Як тільки це відбудеться, подальше інвестування у розвиток бізнесу, включаючи малий, може здійснюватися без бюджетної підтримки.

Інвестування у названі об'єкти створить дію значного мультиплікаційного ефекту, адже з'являться нові сфери застосування капіталу і нові робочі місця; розширення мережі доріг підвищить мобільність капіталу і праці, надасть новий імпульс розвитку підприємництва, перетворить території, які поглинають дотації і субсидії, в потенціал прискорення економічного зростання, що, у свою чергу, збільшить ефект масштабу для економіки в цілому. Саме таким чином можливе вирішення завдання забезпечення сталого зростання доходів бюджетів усіх рівнів через максимізацію прибутків суб'єктів господарювання, а отже більш повне і якісне виконання функцій і зобов'язань, покладених на державу.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 6

1. Алексеев А. Регуляторная политика как путь к процветанию // Зеркало недели. – 2004. – № 36. – С. 12.
2. Аналіз ефективності використання позик міжнародних фінансових організацій на виконання системних та інвестиційних проектів економічного і соціального розвитку України. Випуск 6. – К.: Рахункова палата України, 2007.
3. Барковский А.Н., Ушакова Н.А. Взаимодействие предпринимательских структур стран СНГ // Проблемы прогнозирования – 2001. – № 2. – С. 134.
4. Белоус Г. Развитие малого предпринимательства в Украине // Экономика Украины. – 2000. – № 2. – С. 35-41.
5. Бойчук І. Доцільність розвитку франчайзингової системи співробітництва в Україні // Регіональна економіка – 2001. – № 3. – С. 253.
6. Брагина Е. Малое предпринимательство в переходной экономике Юга // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 1. – С. 90.
7. Брагина Е. Малый бизнес в развивающихся странах на фоне глобализации // Мировая экономика и международные отношения. – 1998. – № 6. – С. 131.
8. Варналій З.С. Економічна природа та особливості розвитку малого підприємництва в Україні: Автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.01.01 / Національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 1998. – С. 18-19.
9. Галан Н.І. Державна підтримка малих та середніх підприємств в Європейському союзі // Фінанси України. – 2005. – № 5. – С. 147-154.
10. Господарський кодекс України. – К.: Видавничий дім „Скіф”, 2007. – 164 с.
11. Дмитриченко Л.И. Малый бизнес как объект государственного регулирования экономики. – Прометей: региональный сборник научных трудов по экономике. – Донецк: Юго-Восток, 2001. – Вып. 5. – С. 254-263.
12. Дьякон Ю. Еще раз о малом бизнесе // Экономика Украины. – 2000. – № 7. – С. 49-51; Белоус Г. Развитие малого предпринимательства в Украине // Экономика Украины. – 2000. – № 2. – С. 35-41.
13. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: С.М. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2001. – 848 с.
14. Злупко С. Від археології до економіки, регіоніки, кібернетики і екогенології. Вибрані дослідження. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка. – 2001. – 584 с.
15. Кондратюк Т.В. Теоретико-методологічні питання дослідження державної політики підтримки малого бізнесу // Збірник наукових праць Української Академії державного управління при Президенті України. –

Харків: УАДУ при Президентіві України; Харківський філіал, 2001. – Вип. 1. – Ч. 1. – С. 111.

16. Кочетков Г.Б. Франчайзинг: организация малого бизнеса // США – Канада. Экономика - Политика - Культура. – 2000. – № 4 – С. 103-105.

17. Либерникель В. Укрепление конкурентоспособности малых и средних предприятий на международных рынках // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 5. – С. 86-89.

18. Лисяк Л.В. Інституційний підхід до дослідження бюджетної політики // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Вип. 31 – 2 (117). – Донецьк: ДонНТУ, 2007. – С. 171-176.

19. Лисяк Л.В. Роль бюджетної політики у досягненні стратегічних цілей регіону / Стратегічний розвиток регіону – економічне зростання та інтеграція: Матеріали XV міжнародної науково-практичної конференції. Ч. I. – Чернівці, 2006. – С. 187-191.

20. Лисяк Л.В., Баранник Л.Б. Бюджетна політика та проблеми розвитку муніципальних утворень // Організаційні та економічні проблеми розвитку муніципальних утворень: Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. – Тернопіль: Наукова думка, 2006. – С. 93-96.

21. Мазур О. Науково-технічні інновації – головний фактор стійкого економічного розвитку // Світ. – 45-46. – Грудень 2001 р. – С. 2.

22. Малий бізнес в Україні: економіка, фінанси, бухгалтерський облік / Т.І. Єфименко, Л.Г. Ловінська, О.О. Канцурова та ін.; За ред. Л.Г. Ловінської. – К.: НДФІ, 2006. – 368 с.

23. Механізм структурних зрушень в економіці України (монографія) / В.І. Кононенко, О.О. Веклич, Л.М. Шаблиста та ін.; відпов.ред. д.е.н. В.І. Кононенко. – К.: Ін-т економіки НАНУ, 2002. – 288 с.

24. Мировая экономика: Учебник / Под ред. проф. А.С. Булатова. – М.: Экономистъ, 2003. – 734 с.; Мировая экономика: Учеб.пособие для вузов / Под ред. проф. И.П. Николаевой. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 575 с.; Халевинская Е.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник. – М.: Экономистъ, 2004. – 303 с.

25. Модернизация российской экономики и государственное управление. – М.: КомКнига, 2006. – 376 с.

26. Нуреев Р. Теория развития: кейнсианские модели становления рыночной экономики // Вопросы экономики. – 2004. – С. 137-156.

27. Обыденков А. Франчайзинг как особая форма институциональных соглашений // Вопросы экономики. – 2001. – № 7. – С. 114.

28. Павлов К.В. Интенсификация экономики в условиях неопределенности рыночной среды. – М.: Магистр, 2007. – 271 с.; С. 99.

29. Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. – М. – Смоленск – Ойкумена, 2005. – 496 с.

30. Приймак О. Підтримати національного товаровиробника // Урядовий кур'єр. – 2002. - № 2(4) січня 2002 р. – С. 2.
31. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19 жовтня 2000 року № 2063-111 // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 51-52. – С. 447.
32. Про державну підтримку малого підприємництва: Указ Президента України від 12 травня 1998 р. № 456/98 // Правовий захист вітчизняного виробника: Зб. нормат. актів / Відп. ред О.В. Кужель. – К.: Юринком Інтер, 2000. – С. 210-212.
33. Програма “Україна – 2010” (Проект). – Київ, 1999. – 96 с.; С. 78-79; 187, Україна – 2010 (Конспект програми стратегічного розвитку). – К.: Медіа-центр “Профі”, 1999. – 38 с.; С. 31.
34. Регіональна політика та механізми її реалізації / За ред. академіка НАН України М.І. Долішнього. – К.: Наукова думка, 2003. – 503 с.
35. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент: Учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
36. Слонимский А.А. Препятствия в развитии малых предприятий Беларуси и необходимые мероприятия по их поддержке // Регіональна економіка. – 1999. – № 1. – С. 171-182.
37. Слухай С.В. Вплив державної трансфертної політики на ефективність використання ресурсів у регіонах // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії: Збірник наукових праць. Вип. 8: Економічні науки. – Чернівці, 2007. – С. 28-36.
38. Сорокина В. Государственное регулирование малого бизнеса: опыт Великобритании // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 2. – С. 100-103.
39. Табаченко О. Нові проекти технопарків // Урядовий кур'єр. – № 192. – 17 жовтня 2002 р. – С. 7.
40. Трегобчук В., Вишенский А. Предпринимательская деятельность в условиях дерегулирования экономики // Экономика Украины. – 2000. – № 7. – С. 52-56., Минин Л., Белоус Г. О дерегулировании экономики // Экономика Украины. – 1999. – № 3. – С. 4-9.
41. Цветова И. Политика стимулирования малого бизнеса: опыт Японии // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 5. – С. 90-94.
42. Чугунов І.Я. Теоретичні основи системи бюджетного регулювання: Навч. посібник. – К.: НДФІ, 2005. – 259 с.
43. <http://www.adm.dp.gov.ua>.
44. Офіційний сайт УФПП: <http://ufpp.kiev.ua>.

ГЛАВА 7. ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ

7.1. Альтернативні варіанти оподаткування суб'єктів малого бізнесу

Ефективність трансформаційних реформ та прискорення темпів розвитку економіки України значною мірою залежать від успішності функціонування підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Правовою основою, яка регламентує податкові правовідносини між державою та суб'єктами малого і середнього бізнесу, є ряд нормативно-правових документів, серед них: Конституція України [1]; Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [2]; Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. №435 – IV (зі змінами та доповненнями) [3]; Закон України від 18.02.1997р. № 77/97-ВР „Про систему оподаткування” (зі змінами та доповненнями) [4]; Закон України від 22.05.1997р. № 283/97-ВР „Про оподаткування прибутку підприємств” (зі змінами та доповненнями) [5]; Закон України від 03.04.1997р. № 168/97-ВР „Про податок на додану вартість” (зі змінами та доповненнями) [6]; Закон України від 21.12.2000 р. № 2181-111 „Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами і державними цільовими фондами”(зі змінами та доповненнями) [7]; Закон України від 19.10.2000 р. № 2063-III „Про державну підтримку малого підприємництва” [8]; Указ Президента України від 03.07.1998р. № 727/98 „Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва” в редакції Указу Президента України від 28.06.99 р. № 746/99 [13]; Декрет Кабінету Міністрів України від 26.12.1992р. № 13-92-Р IV „Про прибутковий податок з громадян” (зі змінами та доповненнями) [12]; Закон України від 22.05.2003 р. № 889-IV „Про податок з доходів фізичних осіб” (зі змінами та доповненнями) [9]; Закон України від 25.03.2005 р. № 2505 „Про внесення змін до закону України „Про Державний бюджет на 2005 рік” [10]; Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.03.2005р. № 58-р „Про деякі питання спрощеної системи оподаткування” [14]; Закон України від 19.12.2006 р. № 489-V „Про Державний бюджет на 2007 рік” [11] тощо.

Зазначені нормативно-правові документи містять загальні правові, економічні, соціальні та податкові засади здійснення підприємницької діяльності на території України та встановлюють гарантії свободи малого підприємництва, його державну підтримку.

Відповідно до Господарського кодексу України „підприємства, залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік, можуть бути віднесені до малих, середніх або великих підприємств” [2]. Суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи, які зареєстровані згідно з чинним законодавством як суб'єкти підприємницької діяльності, в яких середньооблікова кількість працівників не перевищує 5 осіб, та юридичні – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої

організаційно-правової форми власності, в яких середньооблікова кількість працівників не перевищує 50 осіб та обсяги річного валового доходу становлять не більше 500 тисяч євро за середньорічним курсом НБУ щодо гривні.

Разом з тим слід зазначити, що згідно з чинним законодавством є обмеження за видами діяльності при віднесенні підприємств до малого бізнесу. До малого бізнесу не можуть відноситись довірчі товариства, страхові компанії, банки, ломбарди, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи, діяльність у сфері грального бізнесу, здійснення обміну іноземної валюти, виробництво та імпорт підакцизних товарів тощо [32, с. 24-31].

Мале підприємництво є важливою формою економічної діяльності, воно передбачає орієнтацію на досягнення комерційного успіху, інноваційний та ринковий характер діяльності, перспективність спрямування та подальший розвиток, розширення масштабів та сфер бізнесу, майнову відповідальність підприємців за результати господарювання, свободу та самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень. Ця сфера діяльності характерна для будь-якої комерційної діяльності, що проводиться фізичними та юридичними особами з метою отримання прибутку шляхом виробництва та реалізації товарів та послуг, здійснюється на основі законодавчих актів, які регламентують створення і функціонування різних видів, типів, форм малих підприємств та їх розвиток.

Аналіз динаміки суб'єктів малого підприємництва за роки економічних перетворень свідчить, що з 1991 р. спостерігається їх стрімке зростання. Це було пов'язане з прийняттям та реалізацією у ці періоди низки нормативно-правових та законодавчих актів, які сприяли розвиткові підприємництва.

Станом на 01.01.2007 р. в Україні функціонувало 2660 тис. суб'єктів малого підприємництва, з них: 248 тис. малих підприємств та 2412 тис. фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності. Малі підприємства становили 83,8% у загальній кількості підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності. Середньорічна кількість працюючих на малих підприємствах досягла 1893 тис. осіб (на 4,7% вище, ніж у 2006 р.). Малі підприємства забезпечували 18,7% зайнятості в країні та близько 8% загального виробництва продукції (робіт, послуг) [18, с. 51;29].

Структурні зрушення в економіці України сприяли відповідним змінам у формах власності суб'єктів малого підприємництва. Починаючи з 1992 р. і до цього часу частка малих підприємств з державною формою власності в промисловості скоротилася з 14% до 1%. Відповідно до структури недержавної форми власності частка колективної власності становить 2%, а приватної – 36% (рис. 7.1) [29].

Сьогодні мале підприємництво України є невід'ємною складовою частиною економіки держави усіх її галузей і функціонує у визначених законодавством межах за чисельністю зайнятих працівників та обсягами

виробництва. За галузевими ознаками малі підприємства переважно зосереджені в торгівлі та громадському харчуванні – 50%, промисловості – 17%, будівництві – 10%, побутовому обслуговуванні – 15%, інших сферах – 21% [29].

Для малого підприємництва характерною є тенденція несталості його структури. Аналітичні дані свідчать, що зі 100 малих підприємств, які починають діяльність одночасно, в перший рік свого існування ліквідуються 20, протягом другого – 17, до кінця третього року продовжує функціонувати близько половини всіх підприємств, до кінця п'ятого року – тільки третина [29].

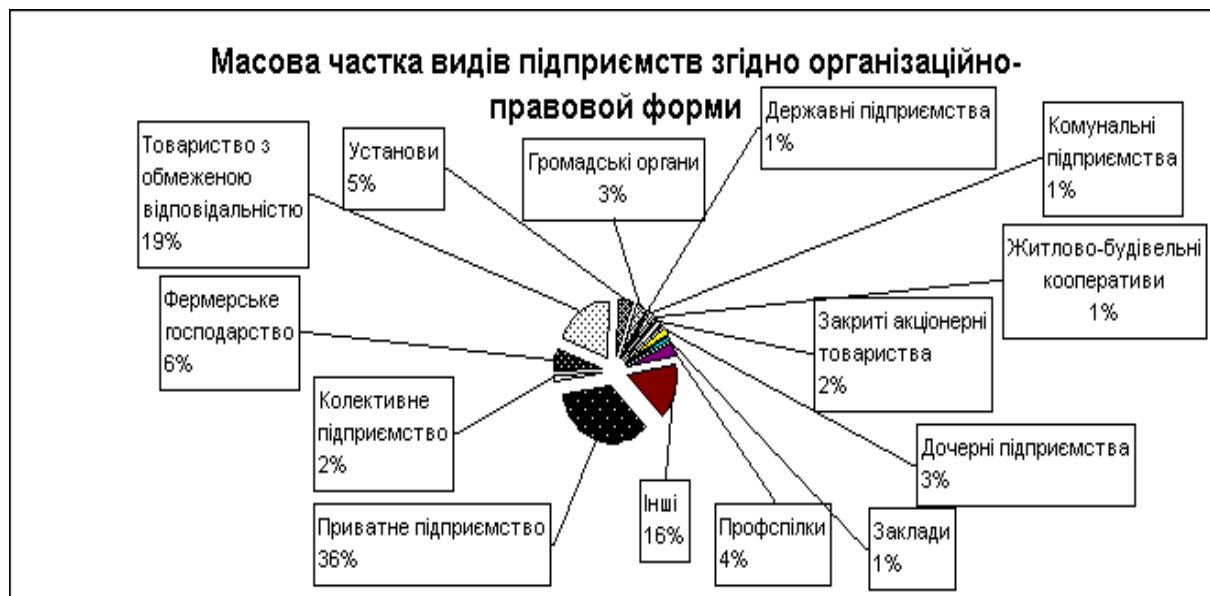


Рис. 7.1. Частка видів малих підприємств в Україні відповідно до організаційно- правової форми власності (станом на 01.04.2007 р.)

Серед засобів державної підтримки суб'єктів малого бізнесу в Україні, спрямованих на їх розвиток, є надання права самостійного вибору таким платникам податків, відповідно до чинного законодавства, альтернативних варіантів оподаткування.

Сучасне оподаткування є продуктом тривалої еволюції та характеризується різноманітністю взаємозалежних форм, що утворюють систему. Рациональність цієї системи в умовах, коли податки перетворилися в основне джерело доходів держави, у значній мірі визначає суспільний, у тому числі економічний, розвиток. Одне з основних завдань державної податкової політики на сучасному етапі – створення сприятливих умов для активної фінансово-господарської діяльності всіх суб'єктів ринку за допомогою досягнення оптимального співвідношення між коштами, що залишаються у розпорядженні платника податків, і коштами, що перерозподіляються через податковий і бюджетний механізм. У процесі реалізації податкової політики держава повинна враховувати специфіку різних форм господарювання, тому що без цього неможливо забезпечити нормальні умови економічної діяльності. Розвиток малого й

середнього бізнесу, що становить основу ринкової економіки та дає значну частину бюджетних надходжень у розвинених країнах, в Україні стримується обмеженістю фінансових та інвестиційних ресурсів. Інвестиційне забезпечення підприємницької діяльності в значній мірі залежить від перерозподілу створених підприємцем доходів через податкову систему, тому формування сприятливого податкового середовища є необхідною умовою розвитку малого й середнього бізнесу.

Певним кроком у цьому напрямку з'явилося внесення до чинного податкового механізму декількох альтернативних фіскальних технологій для суб'єктів даного сектору економіки, що дає можливість вибору оптимального варіанта за різними критеріями на конкретному етапі розвитку бізнесу. Існує кілька варіантів оподаткування суб'єктів малого бізнесу:

1. Традиційна (загальна) система оподаткування, що передбачає сплату податку на прибуток, податку на додану вартість, зборів у соціальні фонди, плати за землю тощо.

2. Сплата фіксованого податку з доходів громадян, що здійснюють торгівлю на ринку й надання супутніх послуг.

3. Придбання спеціального торгового патенту підприємницькими структурами сфери торгівлі й послуг окремих регіонів.

4. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого бізнесу – фізичних і юридичних осіб, введена Указом Президента України від 3.07.98 р. (зі змінами від 28.06.99 р.).

5. Фіксований сільськогосподарський податок для сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм, фермерських та інших господарств.

Загальна система оподаткування відповідно до Закону України «Про систему оподаткування» у редакції від 18.02.1997 р. №77/97-ВР (з урахуванням змін і доповнень) передбачає біля сорока податків, зборів та інших податкових платежів, порядок обчислення й сплата яких регулюється законодавчою базою, що нараховує до 30 законів. При цьому необхідно підкреслити, що діюча система оподаткування в Україні характеризується численними доповненнями й змінами до законодавчих актів, що створює додаткові труднощі в роботі з ними.

Найпоширенішими в Україні є прибуткове оподаткування юридичних і фізичних осіб, податок на додану вартість, збори до соціальних фондів.

Прибуткове оподаткування юридичних осіб (податок на прибуток підприємств) регулюється Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» у редакції від 24.12.2002 р. № 349-ВР, що передбачає певні зміни підходів до визначення бази й рівня оподаткування.

Визначення оподаткованого прибутку відповідно до ст. 3 Закону здійснюється шляхом вилучення із суми скорегованого валового доходу звітного періоду суми валових витрат, а також нарахованих амортизаційних відрахувань.

У статті 4 Закону України наведено перелік доходів, які входять до складу валового доходу. При цьому з метою оподаткування з валового доходу виключаються: сума податку на додану вартість, за винятком випадків, коли підприємство-продавець не є платником податку на прибуток; сума коштів або вартість майна, що надходять у вигляді прямих інвестицій або реінвестицій у корпоративні права тощо.

Стаття 5 Закону містить перелік витрат, які поділяться на витрати:

- що входять до складу валових витрат з метою визначення об'єкта оподаткування;
- що не входять до складу валових витрат з метою визначення об'єкта оподаткування;
- подвійного призначення.

Якщо об'єкт оподаткування суб'єкта господарювання з числа резидентів має від'ємне значення за результатами податкового року, сума такого від'ємного значення входить до складу валових витрат першого кварталу наступного за звітним року та враховується з розрахунку об'єкта оподаткування за півроку, три квартали та року до повного погашення.

Такий порядок визначення об'єкта оподаткування дає можливість платнику податків активно впливати на формування абсолютної суми оподаткованого прибутку та на суму податку. Зокрема, цей вплив може бути здійснений шляхом формування складу основних валових витрат і витрат подвійного призначення.

Статтею 10 Закону встановлена стандартна ставка податку в розмірі 25% до об'єкта оподаткування. Інші розміри ставок, встановлені Законом, можна класифікувати як пільгові, крім оподаткування суб'єктів грального бізнесу.

З метою запобігання подвійного оподаткування сума податку, що підлягає сплаті до бюджету, зменшується на вартість торгових патентів, придбаних платником податку відповідно до Закону України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності».

Відповідно до діючого законодавства платники податку на прибуток зобов'язані вести податковий облік. Стаття 11 Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» визначає порядок ведення такого обліку, у тому числі порядок збільшення валових доходів і валових витрат. Валові доходи й валові витрати враховуються у податковому обліку за правилом «першої події», тобто за касовим або за обліковим методом, залежно від того, яка з подій відбулася раніше. Такий порядок спричиняє різне значення прибутку як результату господарської діяльності і прибутку як об'єкта оподаткування. При цьому податковий результат від бухгалтерського відрізняється на величину отриманої передоплати. Оскільки попередньо сплачений товар, імовірно, буде відвантажений покупцеві у наступному звітному періоді, різниця в даних бухгалтерського та податкового обліку є тимчасовою, але така ситуація ускладнює бухгалтерський облік, тому що вимагає окремого обліку податків.

Прибуткове оподаткування фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється відповідно до Закону України «Про податок з доходів фізичних осіб» від 22.05.03 р. № 889-IV. Об'єктом оподаткування даної категорії платників, якщо не проводиться сплата податку у фіксованому розмірі, є оподатковуваний дохід, що визначається як різниця між валовим доходом (виручкою у грошовій і натуральній формі) і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з одержанням доходів. Витрати визначаються відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» у вищезазначеному порядку. Якщо витрати не можуть бути підтверджені документально, вони враховуються податковими органами при проведенні остаточних розрахунків за встановленими нормами та диференційовані за видами діяльності. Таким чином, у приватних підприємців є можливість вибору методики обліку витрат при визначенні чистого доходу з метою їхньої мінімізації залежно від конкретних умов діяльності.

Суб'єкти підприємницької діяльності без створення юридичної особи зобов'язані надавати податковим органам декларації про доходи у встановлений термін і сплачувати протягом року авансові платежі, нарахування яких проводять безпосередньо податкові інспекції. По закінченню звітного року, на підставі декларації про фактичний річний дохід, податкові органи проводять перерахунок податку з урахуванням сплачених авансових платежів.

Податок на додану вартість утримується на підставі Закону України «Про внесення змін у Закон України «Про податок на додану вартість» від 03.04.1997 р. № 168/97-ВР (зі змінами та доповненнями). Статтею 2 Закону визначені дві основні категорії платників податків:

- особи, що здійснюють операції з поставки товарів (послуг) як на території України, так і за її межі;

- особи, що ввозять (пересилають) товари на митну територію України або одержують від нерезидента послуги для їхнього використання або споживання на митній території України.

Об'єктом оподаткування є операції з поставки товарів (послуг) і операції із ввезення (пересилання) товарів на митну територію України (надання послуг нерезидентами для використання на митній території України). Відповідно до ст. 6 Закону застосовуються дві ставки: 20% і 0%. Нульова ставка застосовується, в основному, до експортних операцій, за умови обов'язкової наявності у платника належним чином оформленої вивізної вантажної митної декларації. Не дозволяється застосування нульової ставки ПДВ до операцій, пов'язаних із експортом товарів (послуг) у тих випадках, коли ці операції звільнені від оподаткування на митній території України.

У Законі вперше подане визначення «податкового зобов'язання» і «податкового кредиту».

Податкові зобов'язання – це загальна сума податку, отримана (нарахована) платником податків у звітному (податковому) періоді

відповідно до чинного законодавства. Податковий кредит – сума, на яку платник податків має право зменшити податкове зобов'язання звітного періоду.

При цьому до складу податкового кредиту можна відносити суми податку, сплачені (нараховані) платником податків у звітному періоді у зв'язку із придбанням товарів (послуг) для їх подальшого використання в оподатковуваних операціях у межах господарської діяльності та основних фондів (основних засобів, у тому числі інших необоротних матеріальних активів та незавершених капітальних інвестицій в необоротні капітальні активи), у тому числі при їх імпорті, з метою подальшого використання у виробництві та/або поставці товарів (послуг) для оподатковуваних операцій у межах господарської діяльності платника податку (згідно з нормами Закону „Про внесення змін до Закону України „Про Державний бюджет України на 2005 рік” та деяких інших законодавчих актів України” від 25.03.05 р. № 2505-IV). Крім того, обов'язковою (за винятком ряду випадків) умовою включення ПДВ до складу податкового кредиту є наявність податкової накладної.

Відповідно до чинного законодавства платник зобов'язаний вести податковий облік. Стаття 7 Закону визначає порядок ведення такого обліку, у тому числі порядок збільшення суми податкового зобов'язання та податкового кредиту. Як і при визначенні моменту виникнення валових доходів і валових витрат, податкове зобов'язання та кредит виникають за правилом «першої події».

Розрахунок суми податку на додану вартість, що підлягає сплаті до бюджету, проводиться за методом податкового кредиту. Сума податку визначається як різниця між сумою податкового зобов'язання та податкового кредиту, і її величина залежить від обсягів реалізації і величини доданої вартості у доходах від продажу товарів (послуг). Значна частина придбаної вартості у порівнянні з доданою, може призвести до від'ємного результату, а платник у зв'язку із цим має право на відшкодування йому з бюджету цієї різниці. Окремі платники мають право на застосування касового методу визначення суми ПДВ, яка підлягає сплаті до бюджету. Такий метод нейтралізує певною мірою негативні наслідки визначення податкових зобов'язань за «першою подією», що пов'язані з іммобілізацією ресурсів платника.

Податок на додану вартість є непрямим видом податку, його величина залежить не від величини доходів платника, а від обсягу його споживання і не повинна впливати на фінансовий стан підприємства, тому що сплачується за рахунок кінцевого споживача. Однак зазначений вище механізм утримання податку на додану вартість дає можливість стверджувати, що непрямі податки не є нейтральними відносно фінансово-господарської діяльності та фінансового стану підприємства. Зокрема, існуючий механізм оподаткування може призводити до тимчасового відволікання оборотних коштів платників для сплати ПДВ у бюджет.

Іммобілізація оборотних коштів суб'єктів господарювання має місце:

- при оплаті товарів (робіт, послуг), до ціни яких включений ПДВ. У цьому випадку сума й період іммобілізації залежить від обсягу податків у ціні, форми розрахунку за товари (готівкова, безготівкова), джерел і строків відшкодування сплаченого в ціні товарів податку на додану вартість;

- при сплаті податку на додану вартість до бюджету. У цьому випадку сума і період іммобілізації оборотних коштів залежить від умов реалізації та оплати товарів (робіт, послуг), до ціни яких включений ПДВ; обсягів і напряму реалізації товарів; ставок і пільг; встановлених строків сплати ПДВ до бюджету.

Суттєвий вплив на результати фінансово-господарської діяльності та фінансовий стан суб'єктів господарювання має сплата зборів до державних цільових фондів. Закон України «Про систему оподаткування» встановлює участь суб'єктів господарювання у формуванні централізованих державних цільових фондів у вигляді зборів:

- на обов'язкове державне пенсійне страхування;
- на обов'язкове державне соціальне страхування;
- на обов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття;
- на обов'язкове соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві і професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності.

Базою нарахування цих зборів є фактичні витрати на оплату праці, до складу яких входять витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати та інших заохочуваних і компенсаційних виплат (у тому числі й у натуральній формі).

Відповідно до чинних законодавчих актів загальна сума нарахувань на заробітну плату становить більше 36%, у тому числі:

- до Пенсійного фонду – 33,2%;
- до фонду соціального страхування – 1,5%;
- до фонду сприяння зайнятості населення – 1,3% у вигляді внесків на соціальне страхування на випадок безробіття.

Важливим моментом є те, що джерелом сплати цих зборів є витрати виробництва та витрати обігу з точки зору бухгалтерського обліку та валові витрати з погляду податкового обліку.

Відрахування в цільові державні фонди за обсягом становлять значну суму, тому істотно впливають на результати фінансово-господарської діяльності підприємства. Цей вплив проявляється:

- через формування валових витрат, які виключаються із суми скорегованого валового доходу, що призводить до зменшення оподаткованого прибутку й, отже, суми податку з нього;
- через формування собівартості (витрат), що веде, з одного боку, до її збільшення, а з іншого боку – до збільшення вартості продукції і можливих проблем з її збутом.

Як бачимо, сума відрахувань до цільових фондів досить суперечливо впливає на фінансово-господарську діяльність і фінансовий стан

підприємств. При цьому можливість впливу підприємства на формування абсолютної суми відрахувань у цільові фонди обмежена, тому що нормативи відрахувань визначені законодавчо і є однаковими для господарюючих суб'єктів.

Розглянувши найбільш загальні положення функціонування основних податків, платником яких є підприємство при загальній системі оподаткування, можна зробити висновок:

- основною перевагою традиційної системи оподаткування є залежність необхідності сплати прямих податків від результатів фінансово-господарської діяльності платника податку. Якщо платник податків у податковому періоді не одержав дохід, відповідні податки сплачуватись не будуть, а за обов'язковими платежами, сплачені авансом, за підсумками року або у випадку припинення діяльності, здійснюється перерахунок;

- функціонування цих податків потребує певних умов адміністрування;

- платник зобов'язаний вести окремий податковий облік як із податку на прибуток, так з податку на додану вартість;

- за всіма видами податків передбачається обов'язкова подача в податкові органи звітності на бланках установленої форми в строки, передбачені чинним законодавством;

- діючий механізм оподаткування впливає як на господарську діяльність підприємства, так і на його фінансовий стан;

Сутність спрощеної системи полягає в уніфікації оподаткування та заміні декількох видів загальнодержавних і місцевих податків і зборів одним. З цього погляду всі вищезазначені варіанти, окрім першого, можна розглядати як різновиди спрощеної системи оподаткування, але з додатковими обмеженнями.

Спеціальний торговий патент був спрямований на зменшення регулювання у сфері готівкового грошового обігу.

Застосування спеціального торгового патенту було передбачено Законом України від 23.03.96 р. № 98/96-ВР «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності (зі змінами та доповненнями) на обмежених територіях, які визначені Кабінетом Міністрів України за узгодженням з відповідними органами місцевого самоврядування». Законом України «Про внесення змін у Закон України «Про Державний бюджет на 2003 р. і деякі інші законодавчі акти» спеціальним патентом був відмінений, однак досвід його застосування заслуговує на увагу як практика оподаткування суб'єктів малого бізнесу, що існувала зі своїми перевагами та недоліками. Спеціальний торговий патент – це державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності на особливий порядок оподаткування відповідно до вищевказаного закону. Постановою Кабінету Міністрів України від 08.06.98 р. «Про затвердження переліку територій, на яких у порядку експерименту застосовується спеціальний торговий патент» був визначений перелік таких територій:

1. Автономна республіка Крим міста: Велика Ялта, Євпаторія, Судак, Саки, Феодосія.

2. В Одеської області – Іллічевськ.

3. У Донецької області – Краматорськ.

4. Обласний центр у м. Луганськ.

Дія положень Закону № 98/96-ВР про спеціальний торговий патент поширювалась на юридичні особи і суб'єкти підприємницької діяльності, що не мають статусу юридичної особи, резидентів і нерезидентів, а також їхні відокремлені підрозділи, які займаються торговельною діяльністю та наданням побутових послуг за наявні кошти, інші платіжні кошти з використанням кредитних карток. Діяльність певних юридичних і фізичних осіб у сфері торгівлі та побутових послуг не підлягала патентуванню, у тому числі й шляхом придбання спеціального торгового патенту. До них відносяться підприємства і організації Укоопспілки, військової торгівлі, аптеки, що перебувають у державній власності; фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють торгівлю з прилавків і лотків та сплачують ринковий збір; платники податку на промисел; особи, що здійснюють продаж вирощених в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній і городній ділянках продукції рослинництва, худоби, кроликів, нутрій, продукції особистого бджільництва й інших. Спеціальний торговий патент видавався за плату державними податковими органами суб'єктам підприємницької діяльності за місцем перебування пункту продажу товарів або пункту з надання побутових послуг.

Вартість спеціального торгового патенту встановлювалась органами місцевого самоврядування щорічно після затвердження місцевого бюджету залежно від місцезнаходження пункту продажу товарів і асортиментного переліку товарів або місцезнаходження об'єкта з надання побутових послуг і виду цих послуг. При цьому розрахункова сума надходжень за рік від суб'єктів підприємницької діяльності у вигляді плати за спеціальні торгові патенти не повинна була бути менше від загальної суми надходжень до бюджету всіх рівнів і державні цільові фонди податків та зборів (обов'язкових платежів), сплачених такими суб'єктами підприємницької діяльності за попередній бюджетний рік з урахуванням рівня інфляції. При розрахунку вартості спеціального торгового патенту враховувалися податки та збори, від сплати яких суб'єкти підприємницької діяльності звільняються при його придбанні:

- податок на додану вартість;
- податок на доходи фізичних осіб;
- податок на прибуток підприємств;
- плата (податок) за землю;
- збір за спеціальне використання природних ресурсів;
- збір на обов'язкове соціальне страхування¹;

¹ Приводиться в редакції Закону №98/96-ВР.

- збір на обов'язкове державне пенсійне страхування²;
- комунальний податок;
- ринковий збір;
- збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;
- збір до Державного інноваційного фонду²;
- збір до фонду для здійснення заходів щодо ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи²;
- відрахування та збори на будівництво, реконструкцію, ремонт і утримання автомобільних доріг загального користування².

Органи місцевого самоврядування встановлювали диференційовану плату за спеціальний торговий патент залежно від площі, використаної суб'єктом підприємницької діяльності для торгівлі або надання побутових послуг. Шкала ставок плати за квадратний метр площі могла бути пропорційною, регресивною або прогресивною. Плата за спеціальний торговий патент встановлювалася за єдиною методикою для всіх суб'єктів підприємницької діяльності або окремо для фізичних і юридичних осіб.

З огляду на вищевикладене, придбання спеціального торгового патенту суб'єктом підприємницької діяльності не обов'язково супроводжувалося зниженням його податкового навантаження, однак могло забезпечити зниження витрат на сплату податків та зборів. Крім того, такі суб'єкти підприємницької діяльності одержували додаткові переваги у вигляді звільнення від обов'язкового застосування реєстраторів розрахункових операцій, спрощення порядку ведення обліку з видів діяльності, на які придбано патент. У той же час, у випадку здійснення інших видів діяльності (не передбачених умовами придбання спеціального патенту), суб'єкт підприємницької діяльності зобов'язаний був вести окремий облік доходів і витрат за такою діяльністю й сплачувати податки на загальних підставах.

Можливість сплати прибуткового податку у фіксованому розмірі з певних видів діяльності фізичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності була передбачена статтею 14 Декрету Кабінету Міністрів України «Про прибутковий податок із громадян» від 26.12.1992 р. № 13-92. Перелік таких видів діяльності та розміри фіксованої суми податку (плати за патент) мали право затверджувати уряд Автономної Республіки Крим, обласні, Київську та Севастопольську міські державні адміністрації. Плата за патент визначалась виходячи із середньомісячної суми доходу осіб, що займаються аналогічними видами діяльності на підприємствах у порядку підприємництва та діючих ставок податку з наступним перерахуванням плати за патент, якщо фактичний річний дохід у 1,5 і більше разів перевищував розрахунковий. На території Дніпропетровської області, наприклад, у 1997 р. було встановлено більш ніж 40 видів діяльності, сплата прибуткового податку за які

² Відмінені

передбачалася у фіксованому розмірі. Розмір плати встановлювався у коефіцієнтах до неоподаткованого мінімуму доходів громадян диференційовано для груп населених пунктів: Дніпропетровськ, Кривий Ріг, Дніпродзержинськ, міста обласного підпорядкування, інші населені пункти. Максимальний розмір податку становив 170 грн. на місяць (транспортне обслуговування громадян), мінімальний – 5,1 грн. на місяць.

Законом України від 13.02.1998 р. «Про внесення змін у Декрет Кабінету Міністрів України «Про прибутковий податок із громадян» був радикально змінений порядок сплати прибуткового податку у фіксованому розмірі громадянами-підприємцями.

Введення **фіксованого прибуткового податку** в нинішньому його вигляді було спрямовано на дерегулювання найбільшого за кількістю суб'єктів сектору підприємницької діяльності – торгівлі на ринках, що дозволило значно спростити відносини дрібних підприємців з податковими органами та процедури перевірок.

На сьогоднішній день оподаткування доходів у фіксованому розмірі шляхом придбання патенту може здійснюватись фізичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності, якщо:

- число осіб, які беруть участь у підприємницькій діяльності, включаючи членів родини, не перевищує 5;
- валовий дохід такого платника податків за останні 12 календарних місяців, що передують місяцю придбання патенту, не перевищує 7000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;
- видом підприємницької діяльності є продаж товарів (крім торгівлі лікєро-горілчаними й тютюновими виробами) і надання супутніх послуг на ринках зі сплатою підприємцем ринкового збору.

Розмір фіксованого податку встановлюється відповідною місцевою Радою залежно від територіального розташування місця торгівлі у межах від 20 до 100 грн. на місяць. Якщо діяльність здійснюється на території всієї України, податок встановлюється у максимальному розмірі.

При участі в підприємницькій діяльності членів родини або найманих працівників сума податку збільшується на 50% з кожного з них.

Даний спосіб оподаткування доходів привабливий для фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності з декількох позицій:

- доходи, отримані від підприємницької діяльності, оподатковувані фіксованим податком, не включаються до складу сукупного доходу за підсумками року, а сплачена сума фіксованого податку є остаточною та не включається до перерахунку податкових зобов'язань такого платника;
- платник звільняється від обов'язкового ведення обліку доходів і витрат;
- платник фіксованого податку, особи, що знаходяться з ним у трудових відносинах, а також члени родини, що беруть участь у підприємницькій діяльності, звільняються від ряду платежів.

Недоліком даного способу оподаткування, як і у випадку зі спеціальним торговим патентом, є необхідність надавати декларацію про доходи й сплачувати податок на загальних підставах, якщо платник одночасно з торгівлею на ринку здійснює й інші види діяльності.

Законодавче введення спеціального торгового патенту та фіксованого прибуткового податку у часі передувало введенню спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу. Разом з тим, широке застосування зазначених варіантів оподаткування має обмеження, пов'язані з умовами переходу на них суб'єктів підприємницької діяльності.

Введення спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу, що більш детально буде розглянуто у наступних розділах, дозволило в значній мірі перебороти обмеження, властиві зазначеним варіантам оподаткування.

Фіксований сільськогосподарський податок було введено з метою спрощення оподаткування сільськогосподарських товаровиробників Законом України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17.12.1998 р. № 320-XIV. Платниками фіксованого сільськогосподарського податку є сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, фермерські та інші господарства, які займаються виробництвом, переробкою й збутом сільськогосподарської продукції, у яких сума, отримана від реалізації сільськогосподарських продуктів власного виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік, перевищує 75% загальної суми валового доходу підприємства.

До платників податку не відносяться підприємства, основною діяльністю яких є виробництво та реалізація продукції декоративного рослинництва, декоративних рослин, диких тварин і птахів, риби, хутряних товарів, лікєро-горілочаних виробів, пива, вина й виноматеріалів (крім виноматеріалів, реалізованих для подальшої переробки).

Таким чином, фіксований сільськогосподарський податок, на відміну від єдиного податку, не є спеціальним податком для суб'єктів малого бізнесу, однак його платниками можуть бути фермерські та інші господарства, що відповідають критеріям малого підприємництва, але функціонують у такій специфічній галузі як сільське господарство.

Об'єктом оподаткування фіксованим сільськогосподарським податком є площа сільськогосподарських угідь, що перебувають у власності сільськогосподарського товаровиробника й використовуються самим власником, а також угідь, наданих йому в користування, у тому числі, на умовах оренди.

Ставки податку, встановлені у відсотках до грошової оцінки одного гектара сільськогосподарських угідь:

- для ріллі, косовиць та пасовищ – 0,15;
- для багаторічних насаджень – 0,09.

Платники фіксованого сільськогосподарського податку, як і в інших випадках розглянутих вище, звільняються від внесення до бюджету ряду податків і зборів: податку на прибуток, плати за землю, податку із власників транспортних засобів, комунального податку, збору на геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок коштів бюджету, зборів до державних цільових фондів й деяких інших.

Основні параметри розглянутих варіантів спрощеного оподаткування наведені в таблиці 7.1.

Враховуючи те, що спрощені системи оподаткування мають певну привабливість для суб'єктів підприємництва, спостерігається позитивна динаміка як суми надходжень до бюджету за цими системами, так і кількості платників (зокрема, з єдиного податку).

Протягом минулого року з доходів, одержаних приватними підприємцями, що надали перевагу спрощеним методам оподаткування, надійшло до Зведеного бюджету України понад 1,6 млрд. грн. податків, у тому числі фіксованого податку – 630 млн. грн. (кількість платників – близько 200 тис. осіб), єдиного податку – 3133,5 млн. грн. (кількість платників – 820,5 тис. осіб, а з урахуванням власників фірм, приватних підприємців і найманих працівників – 2,4 млн. осіб). Отже, такі статистичні дані свідчать про те, що кількість платників єдиного податку є достатньо суттєвою. Більш наочно динаміка кількості платників єдиного податку у розрізі юридичних і фізичних осіб продемонстрована на рис. 7.2 [18, с. 50-53; 29].

Таблиця 7.1

Порівняльна характеристика параметрів оподаткування

Параметри	Єдиний податок	Спецпатент	Фіксований податок
1	2	3	4
Спосіб встановлення ставки податку	Встановлюються у фіксованому розмірі незалежно від обсягу доходу або інших результатів діяльності		
Діапазон зміни ставок	Від 20 до 200 грн. щомісяця для фізичних осіб; 6-10% від обсягу реалізації для юридичних осіб	Не встановлений	Від 20 до 100 грн. щомісяця
Критерії диференціації ставок	Вид діяльності (для фізичних осіб)	Місцезнаходження, асортимент товарів, площа приміщення	Територіальне розташування місця торгівлі

1	2	3	4
Залежність від кількості найманих працівників	Ставка збільшується на 50% за кожного працівника (для фізичних осіб)	Не залежить	Ставка збільшується на 50% за кожного працівника
Періодичність встановлення ставок	Не встановлена	Щорічно	Не встановлена
Повноваження щодо встановлення ставок	Встановлюються органами місцевого самоврядування (для фізичних осіб) Встановлюються Указом Президента (для юридичних осіб)		
Ведення книги обліку	Спрощений облік	Не ведеться обов'язковий облік (для фізичних осіб)	Не ведеться обов'язковий облік
Застосування РРО	Не застосовується фізичними особами-підприємцями	Не застосовується	Не застосовується
Включення доходів до складу оподаткованого доходу	За діяльністю, оподаткованої єдиним податком, фізичними особами податок не сплачується; юридичними особами не сплачується податок на прибуток	Оподаткування доходів юридичних та фізичних осіб з діяльності, на яку придбаний спецпатент, не здійснюється	Не включається до складу сукупного оподаткованого доходу за рік
Сплата податку	Попередня (для фізичних осіб); за фактом отриманого доходу (для юридичних осіб)	Попередня	Попередня

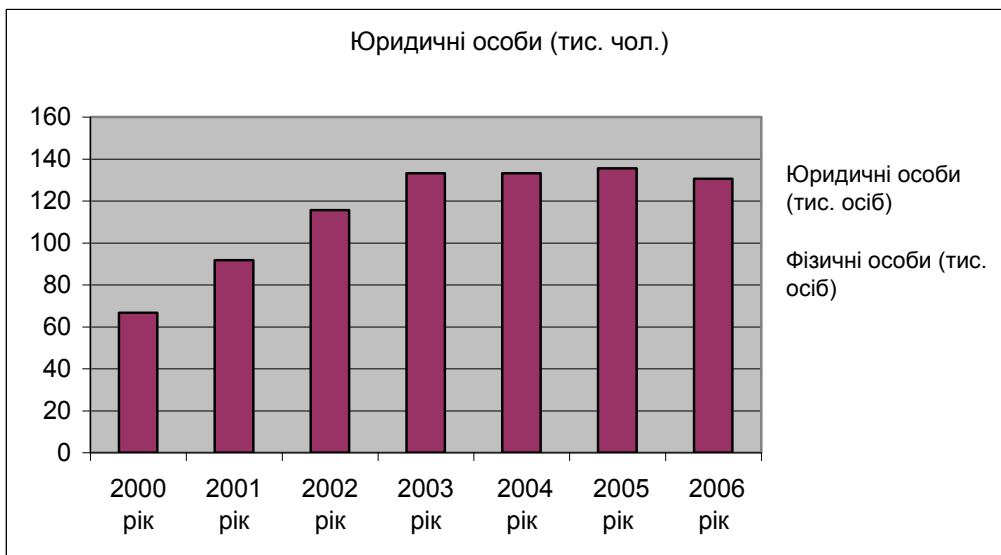


Рис. 7.2. Динаміка кількості платників єдиного податку в Україні протягом 2000-2006 рр.

7.2. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого бізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку

Єдиний податок для суб'єктів малого бізнесу запроваджено з 19 вересня 1999 р. Указом Президента України від 28.06.99 № 746/99 „Про внесення змін до Указу Президента України від 03.07.1998 р. №727/98 „Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва" та Законом України від 19.10.2000 р. № 2063 -III „Про державну підтримку малого підприємництва". Указом № 727, який наведено у табл. 7.2, встановлено порядок оподаткування доходів суб'єктів малого бізнесу - юридичних осіб.

Отже, застосовувати таку систему оподаткування можуть не всі суб'єкти малого бізнесу, а тільки ті, які відповідають певним критеріям. Зокрема, у юридичних осіб, які бажають сплачувати єдиний податок, обсяг виручки від реалізації продукції за рік не повинен перевищувати 1 млн. грн., а середньооблікова чисельність працюючих – 50 осіб.

Перехід на спрощену систему оподаткування можливий з будь-якого податкового періоду (кварталу), а для новостворених підприємств – з початку діяльності. Слід враховувати наступне: якщо підприємство здійснює перехід на спрощену систему оподаткування протягом року, його виручка (для співставлення з граничною сумою) визначається як сума фактичної виручки за минулі місяці та розрахункової виручки за період до кінця року.

Порядок оподаткування доходів суб'єктів малого бізнесу – юридичних осіб

Платники податку, об'єкт оподаткування	Дія цього Закону не поширюється	Ставка	Строки сплати	Зарахування до бюджетів	Відповідальність
<p>- суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності (у т.ч. ті, що здійснюють свою діяльність у галузі сільського господарства), у яких за рік середньо-облікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб;</p> <p>- обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн. грн.</p>	<p>- суб'єктів підприємницької діяльності, на яких поширюється дія Закону «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» в частині придбання спеціального торгового патенту;</p> <p>- довірчі товариства, страхові компанії, банки, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи;</p> <p>- суб'єкти підприємницької діяльності, які проводять свою діяльність у сфері грального бізнесу, здійснюють обмін іноземної валюти, які є виробниками та імпортерами підакцизних товарів;</p> <p>- суб'єкти підприємницької діяльності, у статутному фонді яких є частка вкладів, що належить юридичним особам – засновникам та учасникам цих суб'єктів, що не є суб'єктами малого підприємництва, перевищує 25%</p>	<p>для юридичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності:</p> <p>- 6% суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору у разі сплати ПДВ згідно з Законом України «Про податок на додану вартість»;</p> <p>- 10% суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору, у разі включення ПДВ до сплати єдиного податку</p>	<p>- юридичні особи щомісячно перераховують суми єдиного податку не пізніше 20 числа наступного місяця, за тим, у якому отримано виручку</p>	<p>- юридичні особи перераховують на окремий рахунок відділень Державного казначейства України -100%, а наступного дня після надходження цих коштів вони перераховують:</p> <p>- до місцевого бюджету - 43%;</p> <p>- до Пенсійного фонду України - 42%;</p> <p>- на обов'язкове соціальне страхування -15%</p>	<p>згідно з Законом України від 21.12.2000 № 2181-III</p>

Для переходу на спрощену систему оподаткування подається заява до органу державної податкової служби за місцем реєстрації із зазначенням ставки податку. Термін подання заяви – не пізніше, ніж за 15 днів до початку наступного кварталу; обов'язковою умовою при цьому є сплата всіх встановлених податків та інших платежів за звітний податковий період.

Суб'єкт малого бізнесу може використати своє право на застосування спрощеної системи оподаткування один раз протягом року. Слід враховувати й ще один аспект. Зворотній перехід зі спрощеної на загальну систему оподаткування відбувається також за бажанням платника шляхом подання відповідної заяви.

Сплачують єдиний податок юридичні особи – суб'єкти малого бізнесу за пропорційними ставками:

- 6% суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору та у разі сплати ПДВ;
- 10% суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за винятком акцизного збору, у разі включення ПДВ до складу єдиного податку.

Базою оподаткування єдиним податком є виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), під якою слід розуміти суму, фактично отриману суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий рахунок чи в касу за здійснення операцій з продажу. Крім того, до виручки входить сума надходжень від продажу основних фондів, яка перевищує їх остаточну вартість, а саме:

База оподаткування = виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) + виручка від реалізації основних фондів.

Юридичні особи – платники єдиного податку повинні вести книгу обліку доходів і витрат, яка за своєю суттю є базовою формою податкового обліку з даного податку. Порядок ведення розрахункових книжок визначено наказом ДПАУ від 01.12.2000 р. № 614.

Щодо строків сплати єдиного податку та подання звітності (розрахунку), то вони регламентуються не Законом № 2181, а Указом № 746 (ст. 4), відповідно до якого звітним (податковим) періодом, у платників єдиного податку (юридичних осіб) є квартал. Після закінчення кварталу, до 20 числа місяця, наступного за звітним (податковим) періодом в ДПІ подається: розрахунок суми єдиного податку, платіжні доручення про сплату єдиного податку за звітний період з відміткою банку про зарахування коштів.

Сплата єдиного податку юридичною особою здійснюється щомісячно. За перший та другий місяці звітного кварталу єдиний податок сплачується не пізніше 20 числа наступного місяця (останній день сплати – 20 число). За третій місяць кварталу податок сплачується до 20 числа місяця, наступного за звітним кварталом (останній день сплати – 19 число). Це пояснюється тим, що при поданні розрахунку в ДПІ необхідно подати і платіжні доручення про сплату єдиного податку за звітний період.

Відповідно до ст. 5 Указу № 727 відповідальність за правильність нарахування, подання звітності (розрахунку) та сплату єдиного податку суб'єкти малого бізнесу – юридичні особи несуть згідно з Законом № 2181.

Застосовувати спрощену систему оподаткування, відповідно до Указу № 727, можуть не тільки юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, але й приватні підприємці – фізичні особи. Проте між спрощеною системою оподаткування фізичних осіб – підприємців у порівнянні з юридичними особами – платниками єдиного податку існують суттєві відмінності. У першу чергу, це стосується критеріїв переходу, а саме: обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не повинен перевищувати 500 тис. грн., а кількість осіб, які мають з платником трудові відносини, враховуючи членів їх сімей, протягом року має бути не більше 10 осіб.

Під виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) слід розуміти суму, фактично отриману суб'єктом підприємницької діяльності – фізичною особою на розрахунковий рахунок чи в касу за здійснення операцій з продажу (визначається за касовим методом).

При застосуванні найманої праці на кожну особу видається довідка про трудові відносини фізичної особи з платником єдиного податку, форма якої затверджена Наказом ДПА України від 29.10.99 № 599. У разі подальшого збільшення чисельності працівників за кожного з них платником єдиного податку повинна бути зроблена доплата не менш як за місяць та отримана довідка на нових працівників.

Ставки єдиного податку для приватних підприємців встановлюються не пропорційно, як для юридичних осіб, а в твердих сумах у межах від 20 грн. до 200 грн. в залежності від виду діяльності за вирішенням місцевих органів самоврядування. При здійсненні кількох видів діяльності, для яких встановлено різні ставки єдиного податку, підприємець повинен сплатити єдиний податок не за кожен вид діяльності, а за один – за максимальною ставкою. Проте, якщо використовується наймана праця, то ставка єдиного податку збільшується на 50% за кожного найманого працівника.

Порядок оподаткування доходів фізичних осіб – підприємців наведено у табл. 7.3.

Платники єдиного податку – приватні підприємці, також як і юридичні особи, повинні вести книгу обліку доходів та витрат, але за формою, передбаченою для суб'єктів підприємницької діяльності – платників податку з доходів фізичних осіб. Якщо проводиться торговельна діяльність, книга повинна вестися кожним найманим працівником окремо.

Форма звітності для приватних підприємців встановлена відповідно до Порядку № 599. Звітним податковим періодом є квартал. Протягом п'яти днів після закінчення звітного податкового періоду платнику єдиного податку необхідно подати Звіт до ДПІ за місцем реєстрації. Єдиний податок, сплачений протягом звітного податкового періоду (кварталу), вказується у Звіті з кожного платежу окремо.

Таблиця 7.3

Порядок оподаткування доходів суб'єктів малого підприємництва – фізичних осіб*

Платники податку	Ставка	Строки сплати	Форма та порядок видачі свідоцтва	Оподаткування	Облік доходів та витрат, звітність	Застосування РРО і РК	Відповідальність
- фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи і у трудових відносинах з якими, враховуючи членів їх сімей, протягом року перебуває не більше 10 осіб; - обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за календарний рік не перевищує 500 тис. грн.	встановлюється місцевими радами за місцем їх державної реєстрації залежно від виду діяльності і не може становити менше 20 грн. та більше 200 грн. на місяць. У разі використання найманої праці ставка збільшується на 50% за кожну особу	сплачується щомісяця не пізніше 20 числа наступного місяця	заява подається не пізніше, ніж за 15 днів до початку наступного звітного кварталу за умови сплати всіх установлених податків та обов'язкових платежів за попередній звітний період	платник єдиного податку не є платником таких податків і зборів: ПДВ, податку з доходів фізичних осіб (за себе), плати за землю (лише за земельні ділянки, які використовуються ним для здійснення підприємницької діяльності), збору за спеціальне використання природних ресурсів, збору на обов'язкове соцстрахування, податку на промисел, збору на обов'язкове державне пенсійне страхування, збору на видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі, внесків до Фонду соціального захисту інвалідів, внесків до Державного фонду сприяння зайнятості населення	платник єдиного податку веде книгу обліку витрат, при цьому заповнюються лише графи "період обліку", "витрати на виробництво продукції", "сума виручки", "чистий дохід". Звітність – щоквартальна. Протягом 5 днів після закінчення звітного періоду платник єдиного податку подає звіт до ДПІ за місцем реєстрації	не застосовується, якщо не здійснюється продаж підакцизних товарів (крім пива на розлив), за умови ведення такими особами книг обліку доходів і витрат. Якщо здійснюється продаж підакцизних товарів, то використовується РК і КУРО	якщо порушуються вимоги Указу, платник єдиного податку повинен перейти на загальну систему оподаткування, починаючи з наступного звітного кварталу. За відсутності або неналежного ведення обліку доходів і витрат СПД несуть відповідальність у формі штрафу від 1 до 5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. (17 грн. – 85 грн.)

* Дія Указу № 727 не поширюється на: суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють торгівлю лікєро-горілчаними та тютюновими виробами, паливно-мастильними матеріалами.

Дослідження особливостей оподаткування та можливостей адаптації сучасного механізму спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу в Україні потребує детального аналізу реалізації фіскальної та регулюючої дії цієї системи оподаткування на практиці, тобто її впливу на формування доходів бюджету, що дасть можливість виявити найбільш суттєві чинники, які негативно впливають на розвиток бізнесу в нашій державі. Фактичною базою для здійснення аналізу слугували статистичні дані Державного комітету статистики України [29], ДПА України у Дніпропетровській області [18]. Насамперед розглянемо динаміку надходжень єдиного податку від суб'єктів малого підприємництва до Зведеного бюджету України протягом 2000-2006 рр. для цього проаналізуємо структуру та динаміку податкових надходжень до Зведеного бюджету України (на прикладі показників надходжень по Дніпропетровській області) протягом 2000-2006 рр.

Наведені дані на рис. 7.3 надходжень єдиного податку до Зведеного бюджету України протягом 2000-2006 рр. свідчать про позитивну динаміку в цих показниках, проте фактична сума надходжень єдиного податку від юридичних осіб у 2006 р. є дещо меншою у порівнянні з податковими надходженнями від фізичних осіб (відповідно, 1544,6 млн. грн. та 1588,9 млн. грн.). А у порівнянні з 2000 р. обидва зазначених показника у 2006 р. зросли майже у п'ять разів. Так, надходження єдиного податку від юридичних осіб у 2000 р. становили всього 348,7 млн. грн., від фізичних осіб – 225,5 млн. грн. Це є свідченням суттєвого внеску підприємців у поповнення доходів бюджету [18; 29].

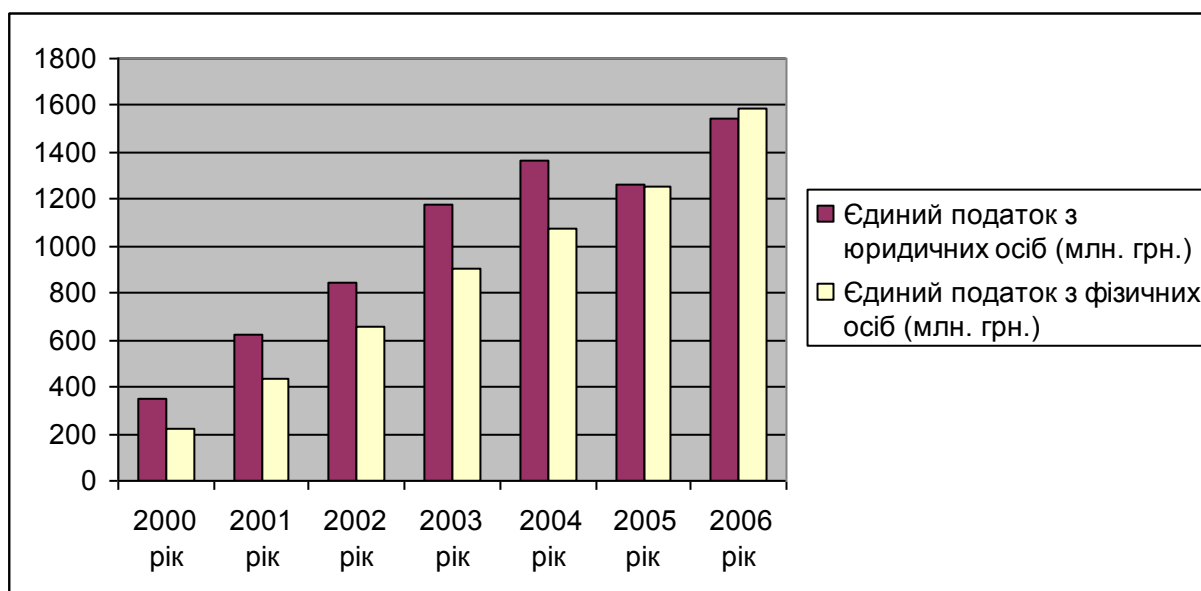


Рис. 7.3. Динаміка надходжень єдиного податку до Зведеного бюджету України протягом 2000-2006 рр.

Що стосується структури податкових надходжень до Зведеного бюджету України в 2000-2006 рр. (за рахунок надходжень по Дніпропетровській області) та місця і значення єдиного податку суб'єктів малого підприємництва у цій структурі, то у цьому суттєвих перепадів не спостерігається, і ми маємо більш-менш стабільні показники (табл. 7.4; 7.5; рис. 7.4.)

Таблиця 7.4

Динаміка податкових надходжень до Зведеного бюджету України у 2000 – 2006 рр. (за рахунок надходжень по Дніпропетровській області)

(млн. грн.)

Податкові надходження	2000р.	2001р.	2002р.	2003р.	2004р.	2005 р.	2006р.
Податок на прибуток	568,3	683,4	896,9	1581,2	1853,6	3499,3	3927,4
Податок з доходів фізичних осіб	574,1	820,6	1002,5	1237,9	1223,4	1623,9	2072,7
Плата за землю	191,8	235,9	276,5	321,8	342,1	471,2	480,8
Податок з власників транспортних засобів	53,8	50,0	50,4	50,6	55,1	69,6	93,5
Єдиний податок суб'єктів малого підприємництва	72,5	73,3	105,9	64,0	73,1	96,5	94,6
Збір за забруднення навколишнього середовища	16,9	25,1	37,4	62,0	58,5	102,2	200,6
Збір за геолого-розвідні роботи	36,0	36,3	35,3	38,8	42,6	39,7	74,7
Податок на додану вартість та акцизний збір	344,2	119,9	-21,3	-719,1	-142,0	-123,3	539,8
Інші податки та обов'язкові платежі	481,6	316,9	388,3	673,6	525,4	1188,6	284,5
<i>Разом</i>	<i>2339,2</i>	<i>2360,6</i>	<i>2771,9</i>	<i>3310,8</i>	<i>4031,8</i>	<i>6967,7</i>	<i>7768,6</i>

Джерело: [21; 33].

Отже, як видно з табл. 7.4, по Дніпропетровській області фактичні надходження до Зведеного бюджету за всіма податками з кожним роком збільшуються, що не можна сказати про єдиний податок суб'єктів підприємництва. Слід зазначити, що за даними таблиці 6.5 фактичні надходження єдиного податку суб'єктів підприємництва протягом 2000-2006 рр. мали нестабільну тенденцію. Найбільш стрімке зростання надходжень від єдиного податку суб'єктів підприємництва спостерігається у 2002 р. і становить 105,9 млн. грн., проте у 2003 р. цей показник різко скорочується до 64,0 млн. грн., а з 2004 р. його надходження поступово збільшуються і у 2005 р. розмір таких надходжень сягає 96,5 млн. грн., у 2006 р. – 94,6 млн. грн., що на 32,5 млн. грн. та 30,6 млн. грн. більш, ніж у 2003 р. відповідно. Прогнозні дані на 2007 р. з цього показника ще більші, проте їх виконання напевно не вдасться забезпечити, оскільки суттєво уповільнені темпи зростання ВВП.

Таблиця 7.5

Структура податкових надходжень до Зведеного бюджету України в 2000-2006 рр. (за рахунок надходжень по Дніпропетровській області),%

Податкові надходження	2000р.	2001р.	2002р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.
Податок на прибуток	24,3	28,9	32,4	47,8	45,9	50,2	50,5
Податок з доходів фізичних осіб	24,5	34,8	36,2	37,4	30,4	23,3	26,6
Плата за землю	8,2	10,0	9,9	9,7	8,5	6,8	6,2
Податок з Власників транспортних засобів	2,3	2,1	1,8	1,5	1,4	1,0	1,2
Єдиний податок суб'єктів малого підприємництва	3,1	3,1	3,8	2,0	1,8	1,4	1,2
Збір за забруднення навколишнього середовища	0,7	1,1	1,3	1,9	1,5	1,5	2,6
Збір за геолого-розвідні роботи	1,5	1,5	1,3	1,2	1,1	0,7	1,0
Податок на додану вартість та акцизний збір	14,7	5,1	-0,7	-21,8	-3,6	-2,0	7,0
Інші податки та обов'язкові платежі	20,7	13,4	14,0	20,3	13,0	17,1	3,7
<i>Разом</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Джерело: [21; 33].

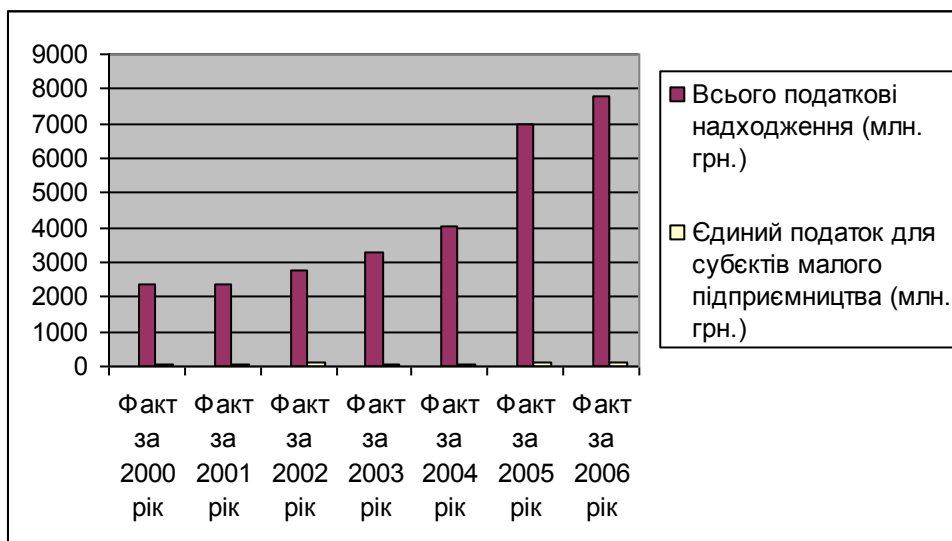


Рис. 7.4. Динаміка надходжень єдиного податку до Зведеного бюджету України (за рахунок надходжень по Дніпропетровській області) протягом 2000-2006 рр.

Отже, аналіз динаміки податкових надходжень до Зведеного бюджету України, у т.ч. за рахунок надходжень по Дніпропетровській області в 2000-2006 рр. свідчить про те, що єдиний податок суб'єктів малого підприємництва не є основним джерелом доходів бюджету. Його частка протягом зазначених років коливалася від 3,8% до 1,2%. Таку ситуацію можна пояснити не стимулюючою спрямованістю податкової політики щодо суб'єктів малого підприємництва. Основними бюджетоутворюючими податками є податок на прибуток підприємств та податок з доходів фізичних осіб.

Таким чином, здійснений аналіз свідчить про те, що загалом податкові надходження є суттєвим джерелом у формуванні доходів місцевих бюджетів України, проте надходження від єдиного податку суб'єктів малого підприємництва є ще, на жаль, не достатніми.

У сучасних умовах трансформації економіки України, спрямованих на створення ринкового середовища, назріла необхідність реформування податкової системи у напрямку її оптимізації з метою підвищення ролі суб'єктів малого підприємництва у розвитку суспільства та створення сприятливих умов для їх діяльності.

Початок сучасного етапу реформи податкової системи вже закладено у чинному податковому законодавстві, а саме, у Розпорядженні Кабінету Міністрів України від 12.02.2007р. № 56-р „Про схвалення Концепції реформування податкової системи України” та в проекті Податкового кодексу України, з прийняттям якого платники податків отримують цивілізоване податкове законодавство – зважене та економічно доцільне для всіх суб'єктів оподаткування, у тому числі і суб'єктів малого підприємництва [15].

Метою реформування податкової системи України є: приведення у відповідність податкової системи України з пріоритетами державної політики соціально-економічного розвитку, сприяння сталому економічному зростанню на основі зваженої інвестиційно-інноваційної політики, забезпечення достатності сукупних податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів та державних цільових фондів, виходячи з проведення збалансованої бюджетної політики на середньострокову перспективу.

Стратегічними цілями податкової реформи є:

- забезпечення умов для добровільного виконання вимог податкового законодавства платниками податків;
- впровадження інформаційно-аналітичної системи державної податкової служби у національному масштабі;
- автоматизація процесів оподаткування із застосуванням сучасних технологій;
- реформування державної податкової служби [15].

Реалізація мети реформування податкової системи України вимагає зміщення податкового навантаження з виробництва на споживання, а також на ресурсні та екологічні платежі. У першу чергу це вимагатиме зменшення податкового навантаження на прибуток підприємств та фонд оплати праці, реформування акцизного збору, ресурсних та рентних платежів, плати за забруднення навколишнього природного середовища.

До напрямів реформування податкової системи України відносяться: створення умов для формування сприятливого інституційного середовища оподаткування; внесення змін до структури системи оподаткування; реформування окремих податків і зборів (обов'язкових платежів).

Серед зазначених напрямів особлива роль відводиться реформуванню спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва. До цих напрямів відноситься:

- удосконалення оподаткування суб'єктів малого підприємництва при переході їх зі спрощеної системи оподаткування на загальну;
- удосконалення порядку ведення спрощеного бухгалтерського обліку та фінансової звітності;
- підвищення відповідальності суб'єктів підприємництва у разі порушення ними норм, які визначають порядок застосування спрощеної системи оподаткування;
- удосконалення діючої системи фіксованих ставок єдиного податку для фізичних осіб – підприємців та відсоткових ставок – для юридичних осіб;
- вилучення зі складу єдиного податку ресурсних платежів і внесків до державних цільових фондів;
- вилучення зі спрощеної системи оподаткування тих видів діяльності, які є високорентабельними або доходи від яких є переважно пасивними;

- внесення до об'єкту оподаткування єдиним податком для юридичних осіб усіх доходів, що отримуються такими особами, а не лише виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

- оподаткування суми перевищення граничного річного обсягу виручки від продажу товарів (робіт, послуг) за такою шкалою: у разі перевищення граничного річного обсягу не більш ніж на 20% – диференційовано відповідно до відсотків перевищення, але не менш ніж 5% для фізичних осіб та 10% для юридичних осіб; у разі перевищення граничного річного обсягу на більш ніж 20% – за ставкою 15% для фізичних осіб та 25% для юридичних осіб;

- усунення існуючих схем мінімізації податкових зобов'язань з використанням платників єдиного податку [15].

У проекті Податкового кодексу ці напрями більш деталізовані. Зокрема, передбачена можливість застосування на обмежений період для окремих платників спеціальних режимів оподаткування з урахуванням доцільності розвитку малого бізнесу в Україні. Для юридичних осіб – суб'єктів малого підприємництва Проектом передбачається можливість сплати єдиного податку у вигляді оподаткування виручки від продажу товарів, робіт, послуг, отриманої за звітний період, за ставкою 5% (3%, якщо платник єдиного податку є платником ПДВ), крім того, за ставкою 15% має оподатковуватись прибуток від відчуження інвестиційних активів, 5% – пасивні доходи, 15% – доходи від бартерних операцій. Для фізичних осіб – суб'єктів малого підприємництва, які займаються роздрібною торгівлею на ринках і надають побутові послуги населенню, запропоновано запровадити сплату єдиного податку за ставкою 20-400 грн. на місяць (+ 20% цієї суми за кожного найманого працівника), для всіх інших – ті самі правила, що і для юридичних осіб [18, с. 51]. При цьому платники єдиного податку здійснюватимуть облік та складатимуть звітність у спрощеному порядку. Така система оподаткування має забезпечити ефективність, рівність і простоту застосування, а запровадження Податковим кодексом, як мінімум на п'ять років, однакових правил гри для всіх суб'єктів підприємництва буде вважатися ознакою стабілізації податкового законодавства.

На сьогоднішній день, до чинників, які негативно впливають як на розвиток економіки у цілому, так і діяльність суб'єктів підприємництва в Україні відносять недосконале законодавче податкове забезпечення, а саме його складність і суперечливість, у якому переважають здебільшого норми загального характеру замість положень прямої дії. Враховуючи вищезазначені, на думку авторів, з метою удосконалення спрощеної системи оподаткування доцільно передбачити наступні положення щодо змін у розділі XVIII „Спеціальні податкові режими” проекту Податкового кодексу України (табл. 7.6).

ПРОПОЗИЦІЇ
щодо удосконалення спрощеної системи оподаткування
(у контексті проекту Податкового кодексу України)

№з/п	Зміст статті	Характер змін	Стисле обґрунтування
1.	Ст.4. Ставки (розмір) єдиного податку для фізичних осіб п.4.1 Ставки єдиного податку для фізичних осіб встановлюються щорічно органами місцевого самоврядування у межах від 20 до 200 гривень з розрахунку на календарний місяць залежно від виду господарської діяльності та місця здійснення такої діяльності	Передбачити щорічну індексацію ставок єдиного податку, які визначені у твердих сумах	З метою врахування рівня інфляції
		Передбачити встановлення ставок єдиного податку за диференційованим підходом: для фізичних осіб, які використовують працю найманих працівників, базову ставку єдиного податку встановлювати залежно від результатів, умов та виду діяльності у підвищеному розмірі	Для узгодження ставок єдиного податку з результатами та умовами господарювання
	П.4.6. У разі коли за результатами звітного (податкового) року фізична особа отримує дохід, який перевищує 300 тис. грн., сума перевищення оподатковується за ставкою 1%	Пропонуються слова "...перевищує 300 тис. грн. ..." викласти у редакції "...перевищує 500 тис. грн. ..."	З метою узгодження критеріїв переходу на спрощену систему оподаткування з порядком оподаткування
№ з/п	Зміст статті	Характер змін	Стисле обґрунтування
2	Ст. 11. Відповідальність платників єдиного податку П.11.1. Платник єдиного податку несе відповідальність за правильність нарахування, своєчасність подання розрахунків та сплати єдиного податку, а також інших податків, платниками яких він є згідно із законодавством	Передбачити міри відповідальності у разі наявності недостовірної інформації у податковій звітності платників єдиного податку	З метою підвищення рівня відповідальності та податкової дисципліни платників єдиного податку
		Доповнити ст. 11 пунктом 11.6: "У разі відмови від складання трудової угоди з найманими працівниками платник єдиного податку несе адміністративну відповідальність"	З метою соціального захисту громадян

7.3. Податковий менеджмент в малих підприємствах

Поняття «малий бізнес» в Україні за останні роки перетерпіло певну трансформацію, пов'язану зі зміною критеріїв віднесення до цієї сфери діяльності господарюючих суб'єктів.

Законом України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 р. № 2063-III, як ми вже відзначали, передбачено, що суб'єктами малого бізнесу є фізичні особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності і юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми, у яких середньооблікова чисельність працюючих за календарний рік не перевищує 50 чоловік і обсяг річного валового доходу не перевищує 500000 євро. Згідно з Господарським кодексом України, як уже зазначалося, малими визнаються підприємства (незалежно від форми власності), в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500 тис. євро за середньорічним курсом Нацбанку України щодо гривні. У той же час тільки частина з них може застосовувати спрощену систему оподаткування, передбачену Указом Президента України від 28.06.99 р. № 746/99 «Про спрощену систему оподаткування, обліку й звітності суб'єктів малого підприємництва», яким визначено, що спрощена система вводить для юридичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми й форми власності, у яких за рік середньооблікова чисельність працюючих не перевищує 50 осіб й розмір виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн. грн.

Вищевказані законодавчі положення визначили, що малі підприємства (МП) стосовно системи оподаткування можна поділити на три основні групи:

1. МП, що працюють на загальній системі оподаткування (найбільш суттєві податки – ПДВ та податок на прибуток). До них належать МП, які мають право перейти на спрощену систему оподаткування за встановленими критеріями, але обрали загальну систему, а також ті, які за родом діяльності не мають права перейти на спрощену систему оподаткування.

2. МП, що перейшли на спрощену систему оподаткування: із застосуванням єдиного податку за ставкою 6% та сплатою податку на додану вартість за ставкою 20%.

3. МП, що перейшли на спрощену систему оподаткування із застосуванням ставки єдиного податку 10%.

Наявність кількох можливих варіантів ставить перед суб'єктами підприємництва питання про вибір системи оподаткування.

Спрощена система оподаткування, яка співіснує з загальною, дає певні переваги платнику у вигляді скорочення форм податкової звітності, спрощення обліково-розрахункових процедур, а також забезпечує певний

економічний ефект, якщо платник єдиного податку отримує у своє розпорядження додаткові кошти за рахунок скорочення податкового навантаження. Ці кошти можливо розглядати як потенційний інвестиційний ресурс, накопичення та реалізація якого сприятимуть розвитку сектора малого бізнесу в цілому. Окремі автори, зокрема О.Р. Квасовський, пропонують методики оптимізації оподаткування юридичних осіб – суб'єктів малого бізнесу в межах діючого механізму спрощеної системи оподаткування, не враховуючи, однак, можливості її модернізації [23].

З метою ілюстрації схеми податкового планування на мікрорівні в табл. 6.7 систематизовано результати розрахунків суми податків при традиційній та спрощеній системах оподаткування МП. В якості інформаційної бази використані звітні дані одного з малих підприємств м. Дніпропетровська з виробництва й ремонту меблів. Для забезпечення порівнянності, розглянутих варіантів і об'єктивності результатів аналізу, розмір виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) і матеріальні витрати, прийняті однаково незалежно від варіанта оподаткування. Крім того, зроблене допущення, що собівартість реалізованої продукції прирівнюється сумі валових витрат (ВВ) і амортизаційних відрахувань (Аам).

Відповідно до статті 1 Указу від 28.06.99 р. № 746/99 виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) вважається сума, фактично отримана суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий рахунок або (і) у касу за здійснення операцій із продажу продукції (товарів, робіт, послуг). Тобто, застосовується касовий метод обчислення виручки, при якому враховуються всі надходження коштів від продажу продукції (товарів, робіт, послуг), майна, включаючи основні фонди, що належать суб'єктові малого підприємства й реалізовані у звітному (податковому) періоді.

ПДВ, що підлягає сплаті в бюджет, являє собою різницю між сумою ПДВ_{пз} в обсязі реалізації (податковим зобов'язанням) і сумою ПДВ_{пк} у витратах (податковим кредитом). Податок на прибуток розраховується як добуток різниці між валовими доходами (без ПДВ), валовими витратами (без ПДВ) і амортизаційними відрахуваннями та ставки податку. Для полегшення сприйняття ходу аналізу й розрахунків, методи обчислення окремих показників, з урахуванням наявних розробок [28], також наведені в таблиці 7.7.

Результати розрахунків показали, що застосування спрощеної системи оподаткування, у порівнянні із традиційною забезпечує МП чистий додатковий дохід: 28,85 тис. грн. – при застосуванні ставки ПДВ 6%; 43,81 тис. грн. – при застосуванні ставки 10%. Тобто, в даному випадку переваги спрощеної системи оподаткування є очевидними.

В той же час тимчасовий характер нормативної бази щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого бізнесу не гарантує їм збереження початкових параметрів цієї системи. Прикладом може бути внесення змін до пенсійного законодавства відповідно до яких платники єдиного податку з 2004 року є платниками внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування щодо фонду оплати праці найманих

працівників. За цих умов загальна сума платежів до бюджету та цільових фондів за спрощеною системою оподаткування, враховуючи діючий механізм поділу єдиного податку, у конкретному випадку збільшується на 2,33 тис. грн. при застосуванні ставки 6%.

Таблиця 7.7

Розрахунок податкового навантаження на суб'єкта малого підприємництва при загальній і спрощеній системах оподаткування

тис. грн.

Показники	Методи обчислення	Загальна система оподаткування	Єдиний податок по ставці 6% до виручки	Єдиний податок по ставці 10% до виручки
1	2	3	4	5
Виручка від реалізації, включаючи ПДВ (V_H)	$V_H = C_p + \Pi_p + \text{ПДВ}_{\text{пз}}$	396,0	396,0	396,0
Виручка від реалізації без ПДВ (V_o)	$V_o = V_H - \text{ПДВ}_{\text{пз}}$	330,0	330,0	396,0
Податок на додану вартість по ставці 20% (податкове зобов'язання) ($\text{ПДВ}_{\text{пз}}$)	$\text{ПДВ}_{\text{пз}} = V_H \times 20/120$	66,0	66,0	–
Собівартість реалізованої продукції (C_p)	$C_p^* = \text{ВВ} + A_{\text{ам}}$ C_p^{**}	242,95 252,95	219,8 222,13	255,0 255,0
Амортизаційні відрахування ($A_{\text{ам}}$)	У відповідності до ст. 8 Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств»	5,0	5,0	5,0
Валові витрати (ВВ)	$\text{ВВ} = M_B - \text{ПДВ}_{\text{пк}} + 3\Pi + H_{3\Pi} + V_{\text{пр}}$	247,95 * 247,95 **	214,8 217,13	250,0 250,0
Матеріальні витрати (МВ)	$\text{ПДВ}_{\text{пк}} = \text{МВ} \times 0,2$	176,0	176,0	176,0
Податковий кредит ($\text{ПДВ}_{\text{пк}}$)		35,2	35,2	–
Витрати на оплату праці (ЗП)	Не менш одного розміру мінімальної заробітної плати на кожного працюючого	37,1	37,1	37,1

1	2	3	4	5
Нарахування на заробітну плату ($H_{зп}$) (без врахування внесків до фонду соціального страхування від нещасного випадку на виробництві)	$H_{зп}^1 = (0,36 \dots) \times ЗП$	13,35	–	–
	$H_{зп}^2$	13,35	2,33	–
Інші платежі й витрати, що належать до валових витрат ($B_{пр}$), у т.ч. обов'язкові ($B_{про}$)	За даними бухгалтерського обліку	56,7	36,9	36,9
	Визначаються нормативними актами	19,8	–	–
Прибуток від реалізації продукції (Π_p)	$\Pi_p^1 = B - C_p = B_o - BB - A_{ам}$	77,05	110,2	141,0
	Π_p^2	77,05	107,87	141,0
Рентабельність реалізованої продукції (R_p), %	$R_p^1 = \Pi_p / C_p \times 100$	30,5	50,1	55,3
	R_p^2	30,5	48,6	55,3
Рентабельність продажів, (R_B), %	$R_B^1 = \Pi_p / B_{н} \times 100$	19,5	27,8	35,6
	R_B^2	19,5	27,2	35,6
Податок на прибуток ($H_{п}$)	$H_{п} = (B_o - BB - A_{ам}) \times 0,25$	19,46	–	–
ПДВ у бюджет ($H_{пдв}$)	$H_{пдв} = ПДВ_{пз} - ПДВ_{пк}$	30,8	30,8	–
Єдиний податок ($H_{е}$)	$H_{е} = \text{ставка податку} \times B_{н}$	–	23,76	39,6
Загальна сума платежів у бюджет і держцільові фонди ($H_{заг}$)	$H_{заг}^1 = H_{п} + H_{е} + H_{пдв} + H_{зп} + B_{про}$	120,31	91,46	39,6
	$H_{заг}^2$	120,31	93,79	39,6
Податкове навантаження у відсотках до виручки з ПДВ ($H_{заг}$)	$H_{заг}^1 = H_{заг} / B_{н} \times 100$	30,4	23,1	10,0
	$H_{заг}^2$	30,4	23,7	10,0
Чистий прибуток ($\Pi_{ч}$)	$\Pi_{ч}^1 = \Pi_p - H_{п} - H_{е}$	57,59	86,44	101,4
	$\Pi_{ч}^2$	57,59	84,11	101,4
Коеф. ефективності системи оподаткування підприємств ($K_{пс}$)	$K_{пс}^1 = \Pi_{ч} / H_{заг}$	0,49	0,94	2,56
	$K_{пс}^2$		0,89	2,56
Економічний ефект	$\mathcal{E}^1 = \Pi_{ч} (\text{гр. 4,5}) - \Pi_{ч \text{ заг}} (\text{гр. 3})$	–	28,85	43,81
	\mathcal{E}^2		26,52	43,81

¹ Відповідно до норм, передбачених Указом № 746/99.² З урахуванням змін у законодавстві з питань державного пенсійного забезпечення

Таким чином, виключення з переліку податків та зборів, від сплати яких звільняються платники єдиного податку, внесків до Пенсійного фонду, призводить до підвищення податкового навантаження на таких платників та зниження економічного ефекту від застосування спрощеної системи оподаткування, зокрема по підприємству, яке аналізується – з 28,85 тис. грн. до 26,52 тис. грн. (гр. 4), що, певною мірою, девальвує переваги цієї системи для платників єдиного податку. Заслуговує уваги також наступне. Податкова квота з єдиного податку по відношенню до прибутку підприємства (з урахуванням внесків до Пенсійного фонду) складає: за ставкою 6%-22% ($\frac{23,76}{107,87} \times 100$), за ставкою 10%-31% ($\frac{39,6}{141,0} \times 100$), тоді як квота з податку на прибуток дорівнює 25% ($\frac{19,46}{77,05} \times 100$). Тобто, навантаження на прибуток при

спрощеній системі оподаткування не обов'язково є нижчим, ніж при загальній системі, а економічний ефект може бути результатом звільнення суб'єктів малого бізнесу від сплати деяких обов'язкових платежів.

Однак крім необхідності визначення економічної ефективності переходу на спрощену систему оподаткування підприємцям доводиться зіштовхуватися з неурегульованістю ряду питань.

Актуальною проблемою залишається сплата суб'єктами малого бізнесу ПДВ.

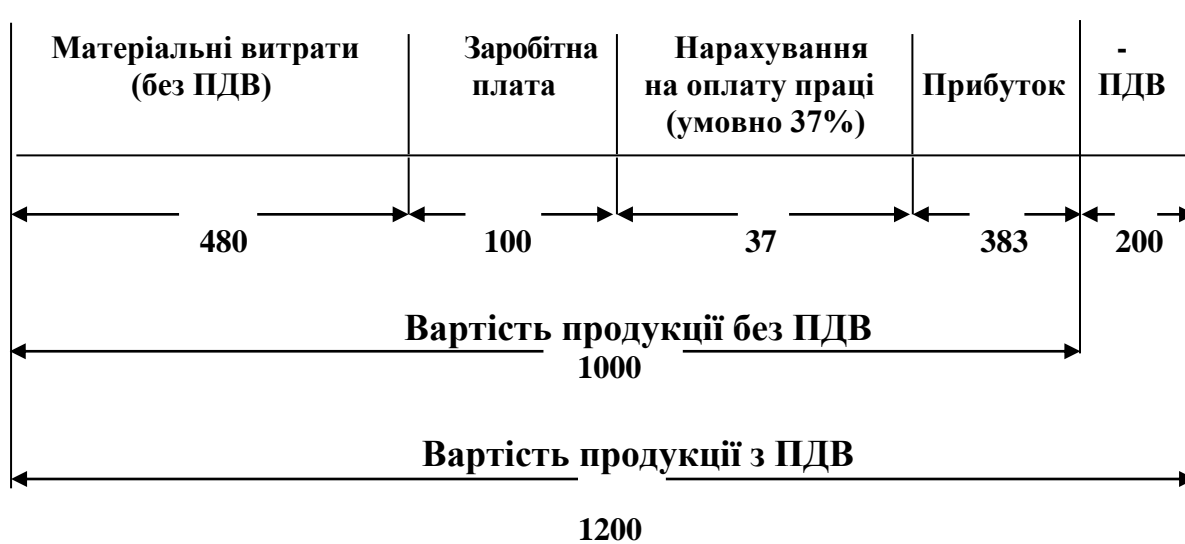
Так, незважаючи на переваги єдиного податку зі ставкою 10% перед єдиним податком зі ставкою 6%, про що свідчать результати розрахунку в таблиці, варто мати на увазі наступне обмеження. Зазначені ставки відрізняються на 4% пункти. Отже, доцільність переходу на 10%-у ставку пов'язана з дотриманням умови: $0,04 \times V_n < \text{НДС}_{\text{но}} - \text{НДС}_{\text{нк}}$. У розглянутому прикладі це співвідношення складе $0,04 \times 396, 0 < 66,0 - 35,2$, тобто $15,84 < 30,8$. МП при цьому одержить додаткові фінансові ресурси в сумі 17,29 тис. грн. (43,81-26,52).

У процесі планування податків на малому підприємстві в напрямі їхньої мінімізації в умовах чинного податкового законодавства розглядаються варіанти впливу різних факторів. Так, на рішення платника, яку зі ставок єдиного податку застосовувати, впливає, як правило, характер взаємовідносин з постачальниками й покупцями. Якщо ці поточні дебітори й кредитори є платниками ПДВ та зацікавлені у співробітництві, коли підприємство також є платником ПДВ, – воно обирає ставку єдиного податку 6%, інакше виникає проблема компенсації „вхідного ПДВ”. Якщо для партнерів суб'єкта малого бізнесу це питання не є принциповим (наприклад, МП працює на кінцевого споживача, якому не потрібний податковий кредит) – підприємство може зареєструватися як платник єдиного податку за ставкою 10%.

Більш раціональною також є ставка єдиного податку 6% у ситуації, коли мале підприємство має відповідно до чинного законодавства певні переваги з ПДВ. Наприклад, МП є експортером: у цьому випадку податкове зобов'язання МП дорівнює нулю й накопичується податковий кредит. Однак через відсутність взаємозаліків з податків, МП зобов'язано сплатити в бюджет єдиний податок чи податок на прибуток.

При оцінці доцільності переходу на спрощену систему оподаткування й виборі ставок єдиного податку варто також враховувати структуру валового доходу, тобто співвідношення в ньому матеріальних та інших витрат і прибутку. Збільшення частки валових витрат у складі валового доходу платника може зробити звичайну систему оподаткування більш вигідною для нього, тому що в цьому випадку зменшується оподатковуваний прибуток і, відповідно, – сума податку на прибуток.

Проілюструємо це структурно-логічними схемами складу виручки суб'єкта малого бізнесу – платника податку на додану вартість (для спрощення ігноруються інші витрати, крім матеріальних і витрат на заробітну плату з нарахуваннями) (рис 7.5).



* передбачається, що постачальник (продавець) також є платником податку на додану вартість, що дає покупцеві право на податковий кредит.

Рис. 7.5. Склад виручки суб'єкта малого бізнесу (при загальній системі оподаткування) (грн.)

Сума платежів у бюджет і державні цільові фонди при звичайній системі оподаткування складе:

1. Податок на додану вартість:

$$\frac{1200 \times 20}{120} - \frac{480 \times 20}{100} = 200 - 96 = 104 \text{ (грн.)}$$

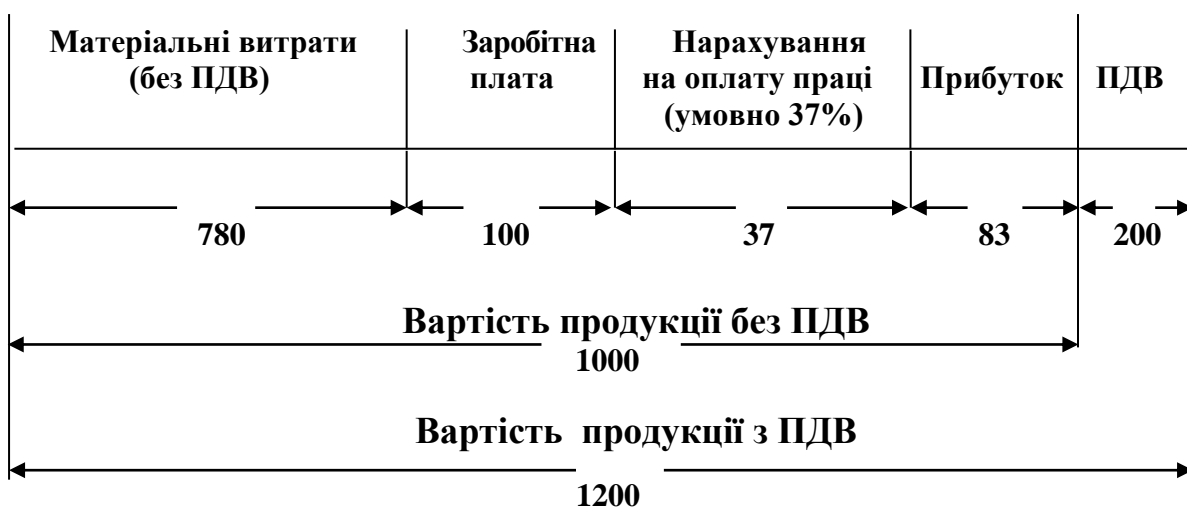
2. Нарахування на заробітну плату – 37 (грн.).
3. Податок на прибуток: $383 \times 0,25 = 95,75$ (грн.)
4. Разом платежів: $104 + 37 + 95,75 = 236,75$ (грн.)

Сума платежів при переході на спрощену систему оподаткування складе:

- при застосуванні ставки 6%: $104 + 6,8^{**} + 1200 \times 0,06 = 182,8$ (грн.);
- при застосуванні ставки 10%: $1200 \times 0,1 = 120$ (грн.).

Таким чином, при зазначеному співвідношенні витрат і прибутку у складі виручки варто вибрати спрощену систему оподаткування зі ставкою 10%.

Змінимо структуру виручки вбік збільшення витрат (рис. 7.6.).



* передбачається, що постачальник (продавець) також є платником податку на додану вартість, що дає покупцеві право на податковий кредит.

**сума внесків до Пенсійного фонду за вирахуванням суми єдиного податку, що зараховується в цей фонд.

Рис. 7.6. Склад виручки суб'єкта малого бізнесу (при звичайній системі оподаткування) (грн.)

Сума платежів у бюджет і державні цільові фонди при звичайній системі оподаткування складе:

1. Податок на додану вартість:

$$\frac{1200 \times 20}{120} - \frac{780 \times 20}{100} = 200 - 156 = 44 \text{ (грн.)}$$

2. Нарахування на заробітну плату – 37 (грн.).
3. Податок на прибуток: $83 \times 0,25 = 20,75$ (грн.).
4. Разом платежів: $44 + 37 + 20,75 = 101,75$ (грн.).

Сума платежів при переході на спрощену систему оподаткування, становить:

- при застосуванні ставки 6%: $44 + 6,8^{**} + 1200 \times 0,06 = 122,8$ (грн.).
- при застосуванні ставки 10% сума платежів не зміниться, тому що не змінюється об'єкт оподаткування.

У цьому випадку більш вигідною для платника стає традиційна система оподаткування.

Для суб'єктів малого бізнесу – платників єдиного податку й податку на додану вартість за ставкою 6% зберігають також актуальність питання імобілізації оборотних коштів у результаті діючого порядку визначення податкових зобов'язань в бюджет з податку на додану вартість. Більше того, для даної групи платників існує подвійне оподаткування частини доходів, тому що об'єктом оподаткування є виручка від реалізації товарів (робіт, послуг) за винятком акцизного збору, але без зменшення цієї суми на суму податку на додану вартість. Це призводить до додаткового вилучення доходу у платника. Припустимо, що виручка від реалізації складає – 240 тис. грн., у тому числі податок на додану вартість – 40 тис. грн. Сума єдиного податку при ставці 6% за діючою методикою становить 14,4 тис. грн. Виключення з бази оподаткування суми податку на додану вартість дозволило б знизити суму податку до 12 тис. грн. ($(240000 - 40000) \times 0,06$) і зменшити податкове вилучення на 2,4 тис. грн.

В законопроектах з реформування спрощеної системи оподаткування передбачається усунення подвійного оподаткування, однак до цих змін дана проблема зберігає свою гостроту.

Слід врахувати й наступний аспект. Такі позитивні якості спрощеної системи як уніфікація оподаткування та спрощення адміністрування податку, обертаються її недоліками, якщо враховувати галузеві особливості діяльності суб'єктів малого бізнесу. Так, прибутковість у сфері торгівлі значно перевищує середній показник прибутковості промислових малих підприємств; валовий дохід в розрахунку на одне мале підприємство залежно від сфери його діяльності також має суттєві розбіжності [28]. Це обумовлює негативні тенденції у формуванні структури малого бізнесу, оскільки підприємства з більш високим рівнем виробничих витрат спрямовують на сплату податку більшу частку свого прибутку, ніж високорентабельні, і мають менше можливостей для самофінансування. Обмежені фінансові можливості для розвитку призводять до переміщення активності малих підприємств із виробничої сфери у сфери з прискореним обігом коштів (торговельно-посередницьку, операції з нерухомістю тощо).

Враховуючи вищенаведене, в умовах надання пріоритетності розвитку малого бізнесу в економічній політиці держави, на думку авторів, необхідна певна диференціація оподаткування малих підприємств в межах спрощеної системи оподаткування залежно від галузевої спрямованості. Для

підприємств, що реально виготовляють продукцію чи розробляють інноваційний продукт і нарощують виробництво, може застосовуватися пільгове оподаткування шляхом диференціації ставок єдиного податку (як це практикується зараз відносно приватних підприємців), або шляхом зниження ставки податку. Тобто, мова йде про податковий інвестиційний кредит для окремих малих підприємств. Неминучі на початковому етапі впровадження таких змін бюджетні втрати компенсуються з часом за рахунок розширення бази оподаткування внаслідок розвитку виробництва [16]. Запропонований підхід може розглядатися як один з напрямів розвитку спрощеної системи оподаткування.

7.4. Регіональні аспекти оподаткування суб'єктів малого бізнесу та покращення податкового середовища

Проблеми оподаткування традиційно привертають до себе підвищену увагу науковців і практиків, оскільки в цій сфері перехрещуються інтереси держави й регіонів з інтересами підприємців та громадян, які є платниками податків. Вирішення цих проблем знаходиться в площині не суто фіскальних механізмів, а передбачає поєднання останніх з ефективною системою міжбюджетних відносин. Гармонізація та підтримка балансу державних та регіональних інтересів дозволяє створити необхідні умови для забезпечення підйому економіки, соціальної стабільності в суспільстві та підвищення добробуту населення. Пошук шляхів такої гармонізації є дуже актуальним і викликає інтерес багатьох дослідників.

У наукових публікаціях досить широко розглянуто проблеми міжбюджетних відносин, зокрема: теоретичні основи організації міжбюджетних відносин, обґрунтування об'єктивності процесу збільшення частки місцевих бюджетів у бюджетній системі, реалізація принципів вирівнювання при організації міжбюджетних відносин, схеми розмежування доходів між державним та місцевими бюджетами відповідно до Бюджетного кодексу України. У значно меншій мірі ця проблема розроблена з точки зору її фіскальної складової. В той же час, як зазначено Л.Л. Тарангулом [34], на сучасному етапі трансформаційних перетворень у державі спостерігаються значні фіскальні суперечності між рівнем економічного розвитку регіонів, обсягами їхнього податкового потенціалу, величиною податкового навантаження та обсягами наданих трансфертів. Перерозподіл коштів через бюджетний механізм можливий лише при наповненні бюджетів за рахунок податкових надходжень, що, на наш погляд, є в бюджетному процесі первинним. Тому виявлений останнім часом інтерес окремих авторів до дослідження проблем, пов'язаних з податковим потенціалом регіонів та його роллю в забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку, є

обґрунтованим. В той же час в публікаціях, що присвячені цим питанням, проблема розглядається недостатньо комплексно.

Світовий досвід визначення ролі держави та її територіальних утворень у розподільчих процесах переконує, що державний і місцевий бюджети є одним із найдосконаліших інструментів регулювання соціально-економічних процесів.

Сучасна бюджетно-податкова політика України буде ефективною лише в тому випадку, якщо поряд з загальнодержавними інтересами, пріоритетний розвиток отримують регіональні та приватні інтереси, що сприятиме розвитку на цій основі підприємництва.

Прийняття Бюджетного кодексу поклало початок реформуванню міжбюджетних відносин і фіскальної децентралізації. Важливим концептуальним положенням Бюджетного кодексу є закріплення джерел доходів за власними повноваженнями органів місцевого самоврядування. Саме такий крок спрямований на становлення інституту місцевих фінансів, який створює стимули для підвищення активності територіальних громад щодо наповнення місцевих бюджетів, ефективного їх використання, зниження обсягу непрофінансованих повноважень.

Бюджетним кодексом запропонована нова схема формування доходної частини місцевих бюджетів: вона складається з доходів, що враховуються та не враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів. Нині у зв'язку з тим, що метод поділу фінансових ресурсів держави за ланками бюджетної системи стосовно регіонів має конфіскаційний характер, весь фінансовий тягар перекладено з центру на регіони, підтвердженням чого є те, що регіони задихаються від гострих, роками не вирішуваних і постійнозростаючих проблем через хронічне недофінансування з боку держави. У деяких регіонах велика кількість промислових об'єктів з високими капітало- та енергомісткістю виснажують місцеві ресурси, продовжують забруднювати навколишнє середовище й не дають відчутного ефекту ні регіонам, ні державі. І, наприклад, Дніпропетровщина, що потребує значних коштів на відшкодування найвищого в країні рівня екологічного та техногенного навантаження, навпаки, за внеском у формування національного доходу займає одне з провідних місць у країні, а за використанням – дванадцять, хоча цей регіон потребує набагато більших витрат, ніж Херсонська, Миколаївська та інші області [26].

Цікавою є статистика співвідношення обсягів отриманих міжбюджетних трансфертів (рис. 7.7). При порівнянні з показниками надходжень та витрат на одну особу у розрізі регіонів (рис. 7.8), на перший план виходить проблема самостійного забезпечення місцевих бюджетів доходами.

Для вирішення питання самостійності місцевих бюджетів більшість країн із розвинутою економікою обрали розвиток малого бізнесу.

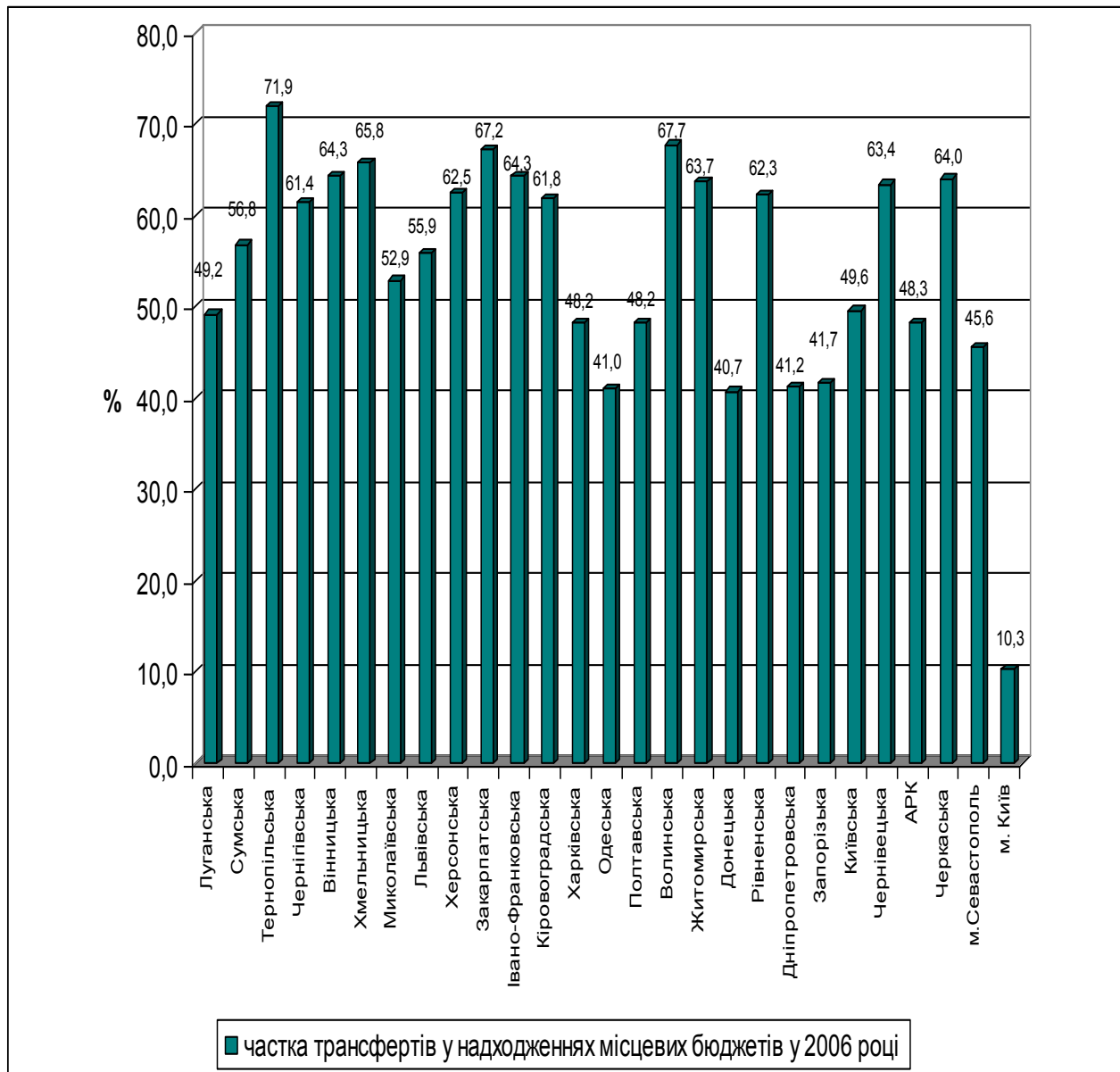


Рис. 7.7. *Питома вага трансфертів у надходженнях місцевих бюджетів у 2006 р. [26]*

Для вирішення питання самостійності місцевих бюджетів більшість країн із розвинутою економікою обрали розвиток малого бізнесу. Доходна база, яку створюють суб'єкти малого бізнесу, проводячи свою діяльність та отримуючи доходи, значно доповнюється таким фактором, як створення додаткових робочих місць. Окрім подолання безробіття, збільшуються надходження податку з доходів фізичних осіб, які в Україні спрямовуються до місцевих бюджетів. Таким чином, створення та подальший розвиток малих підприємств стає основою для зміцнення самостійності місцевих бюджетів.

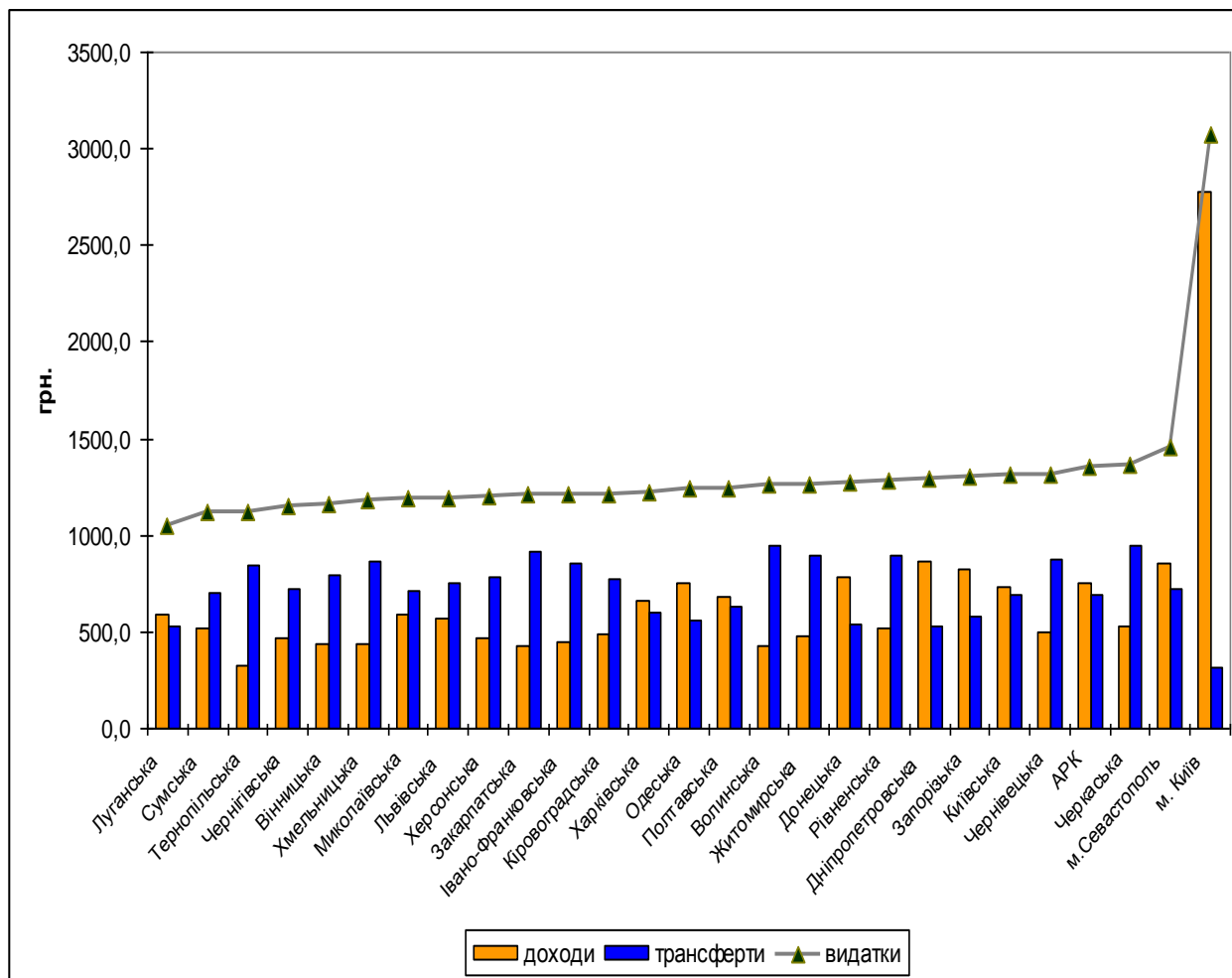


Рис. 7.8. Порівняльна характеристика фінансових показників податкових та неподаткових надходжень та видатків місцевих бюджетів у розрахунку на одну особу у 2006 р. [26]

Розглянемо більш детально динаміку та структуру доходної частини бюджету Дніпропетровської області (табл. 7.8).

З наведених даних можна зробити висновок, що за період, який аналізується, питома вага податкових надходжень у загальній сумі надходжень бюджету області становила: 85,88% у 2002 р., 98,88% у 2003 р., 98,68% у 2004 р., 99,02% у 2005 р. та 98,89% у 2006 р. Враховуючи світовий досвід формування доходної частини місцевого бюджету, така тенденція є позитивною. Податкові надходження є більш сталими та прогнозованими у порівнянні з іншими надходженнями. Тому переважання таких надходжень у загальних надходженнях відповідає завданням чинної бюджетно-податкової політики.

Таблиця 7.8

**Динаміка та структура доходної частини бюджету
Дніпропетровської області¹**

млн. грн.

№ з/п	Вид надходжень	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
1	Прибутковий податок з громадян / податок з доходів фізичних осіб	1000,783	1237,880	1190,9	1579,0	2072,7
2	Податок на прибуток підприємств комунальної власності	6,4	7,5	15,5	17,5	25,3
3	Плата за користування надрами місцевого значення	0,2	0,3	1,9	2,5	3,2
4	Плата за землю	276,5	321,8	346,7	471,2	480,8
5	Податок на промисел	0,15	0,16	0,17	0,14	0,13
6	Плата за видачу ліцензій	0,2	0,2	0,1	0,09	0,1
7	Плата за реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності	1,5	1,5	1,5	1,8	2,0
8	Плата за видачу ліцензій на право роздрібно торгівлі алкогольними напоями та тютюном	9,8	13,2	21,1	28,2	40,4
9	Плата за торговий патент	22,0	30,5	41,3	58,2	61,6
10	Місцеві податки і збори	39,3	41,1	40,8	42,0	40,9
11	Єдиний податок	45,5	64,0	73,1	96,5	94,6
12	Фіксований сільськогосподарський податок	9,6	9,0	8,8	11,0	9,0
	<i>Всього податкових надходжень</i>	<i>1 411,9</i>	<i>1727,2</i>	<i>1741,9</i>	<i>2308,1</i>	<i>2830,7</i>
13	Інші доходи	232,147	19,6	23,33	22,77	31,77
	<i>Всього власних доходів</i>	<i>1 644,1</i>	<i>1746,8</i>	<i>1765,2</i>	<i>2330,9</i>	<i>2862,5</i>

¹ За оперативними даними УДКУ у Дніпропетровській області

Серед податкових доходів провідне місце займав прибутковий податок з громадян. Надходження прибуткового податку у 2002-2003 рр. склали 1000783,20 тис. грн. та 1237880,8 тис. грн. відповідно. Введення кардинально нового податку на доходи фізичних осіб суттєво не змінило сталу тенденцію зростання надходжень від оподаткування доходів громадян, проте починаючи з 2004 р. такі надходження стрімко зростають. У 2004 р. сума надходжень податку з доходів фізичних осіб склала 1190,9 млн. грн., у 2005 р. – 1576,0 млн. грн., у 2006 р. – 2072,7 млн. грн.

Збільшенню надходжень податку сприяло зростання розмірів середньомісячної заробітної плати працівників, зайнятих в економіці області (в середньому за січень-грудень 2006 р. в порівнянні з 2005 р. вона зросла до 913,3 грн., або на 37,0%, у тому числі у грудні порівняно з груднем 2004 р. – до 1117,1 грн., або на 42,7%), та скорочення заборгованості із виплати заробітної плати у господарському комплексі області у порівнянні з початком року, на 16,5 млн. грн., або на 20,1% (з 82,0 млн. грн. до 65,5 млн. грн.), у тому числі: на економічно активних підприємствах – на 36,9% (з 39,0 млн. грн. до 24,6 млн. грн.), на підприємствах-банкрутах – на 16,4% (з 31,1 млн. грн. до 26,0 млн. грн.).

Ще одним вагомим видом податкових надходжень є плата за землю. Надходження цього виду податків у 2002 р. склали 276493,6 тис. грн., у 2003 р. – 321803,2 тис. грн. при незмінних ставках податку суттєвого збільшення надходжень не можна було очікувати. Проте, через скасування ряду пільг надходження цього податку зростають протягом 2004-2006 рр. до 480,8 млн. грн.

Слід також відзначити такий суттєвий фактор, як стан заборгованості по платі за землю. Так, наприклад, по окремих містах та районах області суми податкового боргу по платі за землю станом на 01.01.2004 перевищували фактичні надходження податку за рік (Жовті Води – у 1,7 раза, Петропавлівський район – в 1,2 раза). Відповідно, по місту Дніпродзержинськ податковий борг склав 70,8% до фактичних надходжень податку, місту Павлоград – 93,4%, Петриківському району – 71,0%, П'ятихатському району – 83,0%. Ліквідація заборгованості також вплинула на зростання відповідних надходжень. Протягом 2005 р. податковий борг із земельного податку, що мав статус активного, скоротився на 11,9 млн. грн., або на 34,7%, і станом на 1 січня 2006 р. складав 22,4 млн. грн., сума втрат місцевих бюджетів у зв'язку зі скороченням переліку податкових пільг зменшилася більше, ніж на 25 млн. грн.

Місцеві податки і збори, що за своєю економічною сутністю повинні бути основним джерелом поповнення місцевих бюджетів, складають у доходній частині бюджету Дніпропетровської області в середньому близько 2,39%. Надходження в такому розмірі не забезпечать і сотої долі потреб

регіону у коштах. До того ж, серед місцевих податків найбільшим є ринковий збір, а найбільш стабільним – комунальний податок.

З 10 видів місцевих податків і зборів, що справляються на території області, збільшення надходжень забезпечено за 8 видами: податку з реклами, комунальному податку, збору за припаркування автотранспорту, ринковому збору, курортному збору, збору за право використання місцевої символіки, збору за право проведення місцевих аукціонів, конкурсного розпродажу та лотерей, збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг.

Внаслідок збільшення обсягів послуг за встановлення та розміщення реклами, насамперед у містах Дніпропетровську, Дніпродзержинську, Кривому Розі, Новомосковську, Павлограді, – зросли надходження податку з реклами.

Збільшенню надходжень комунального податку сприяло скорочення протягом року активного податкового боргу платників з 256,5 до 151,7 тис. грн., або у 1,7 раза.

Завдяки вжитим заходам щодо впорядкування місць паркування транспортних засобів у містах та районах області, збільшилися надходження збору за припаркування автотранспорту.

Єдиний податок, на який економісти і податківці поклали великі надії, у 2002 р. складав лише 2,77% у загальній сумі надходжень бюджету області. Однак спостерігається значне його зростання – до 3,19% у 2003 р., 4,2% у 2004 р. Починаючи з 2005 р. питома вага цього джерела надходжень поступово зменшується: 4,18% у 2005 р., 3,34% у 2006 р. Прогнозується подальше скорочення числа суб'єктів підприємницької діяльності, які використовуватимуть спрощену систему оподаткування. Це пов'язано, з одного боку, зі зменшенням податкового навантаження при сплаті податку на прибуток підприємств, що відбулося з 1 січня 2004 року, а з іншого боку – розширенням переліку зборів до державних цільових фондів, що зробило спрощені режими оподаткування менш привабливими.

Незначними (менш ніж 1% від загальних надходжень), але сталими є надходження від податку на промисел та плати за видачу ліцензій. Плата за реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності складає незначну частку у надходженнях, до того ж має тенденцію до скорочення. На нашу думку, таке скорочення не можна пов'язувати із об'єктивними причинами: змінами у податковому законодавстві, порядку реєстрації тощо. Подібне скорочення – явище тимчасове.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається тенденція до скорочення надходжень фіксованого сільськогосподарського податку. За висновками податківців, ускладнення порядку визначення платників цього податку, використання двох систем оподаткування (спрощеної та загальної – за умов здійснення іншої діяльності, крім виробництва та реалізації

сільськогосподарської продукції) призвели до значного скорочення кількості платників.

Більш наочно структуру податкових надходжень бюджету Дніпропетровської області відображено на рисунках 7.9 – 7.14.

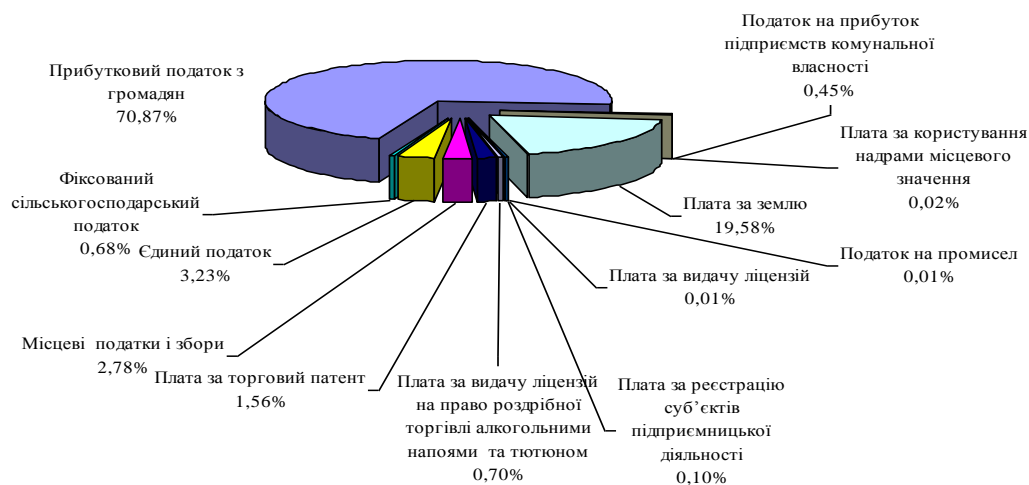


Рис. 7.9. Структура податкових надходжень до бюджету Дніпропетровської області у 2002 р.

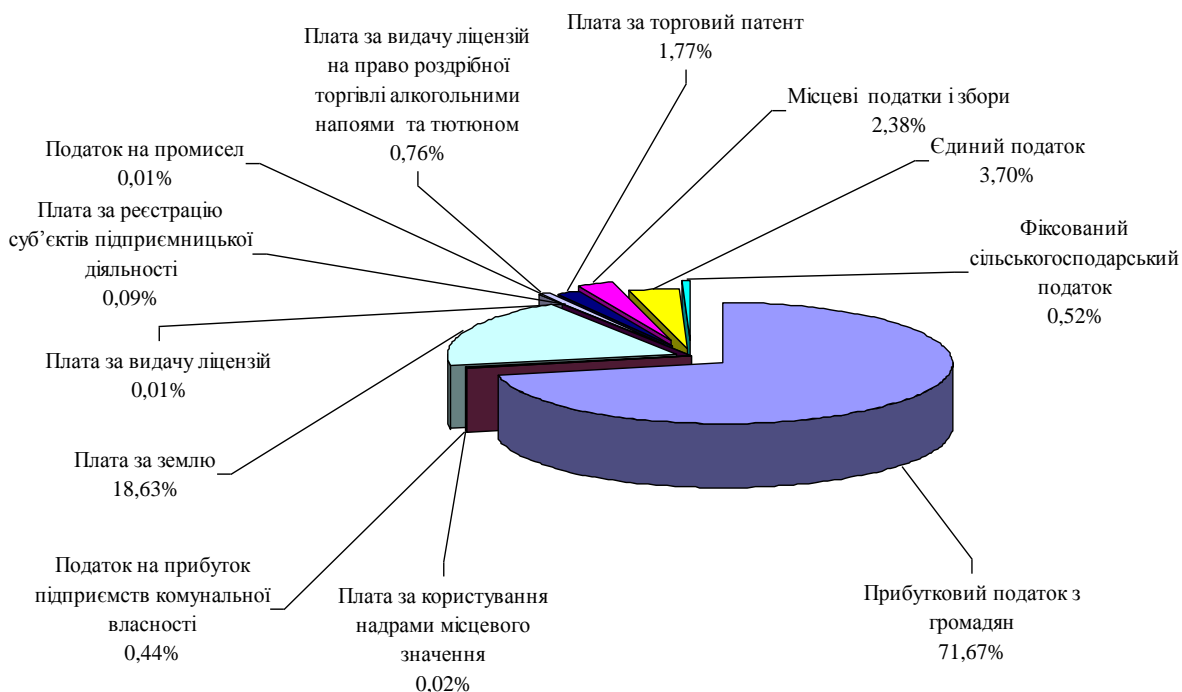


Рис. 7.10. Структура податкових надходжень до бюджету Дніпропетровської області у 2003 р.

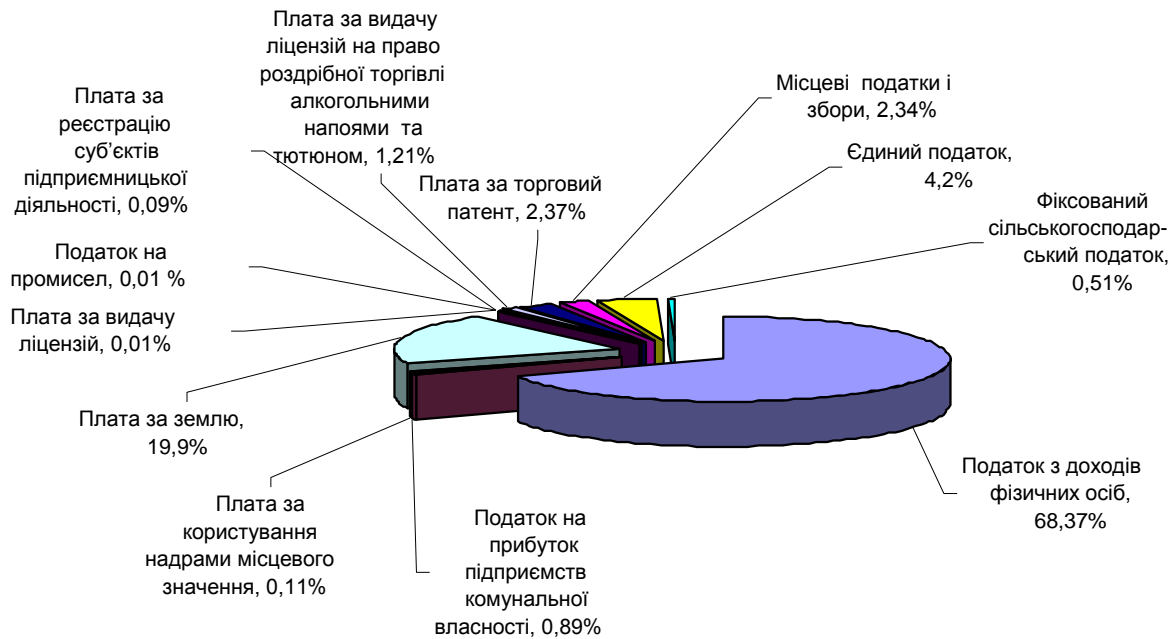


Рис. 7.11. Структура податкових надходжень до бюджету Дніпропетровської області у 2004 р.



Рис. 7.12. Структура податкових надходжень до бюджету Дніпропетровської області у 2005 р.



Рис. 7.13. Структура податкових надходжень до бюджету Дніпропетровської області у 2006 р.

Зміцнення фінансової і податкової бази місцевих бюджетів повинно відбуватися на шляху підвищення ролі місцевих податків і зборів. Десятирічна практика стягнення місцевих податків засвідчує, що найбільш перспективними видами з точки зору можливостей впровадження і за обсягами, є комунальний податок, ринковий збір, збір за парковку автомобілів, збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі. Можливості, закладені в інших платежах (зокрема наявність потенційних платників і об'єктів оподаткування), на жаль, за даних економічних умов досить невеликі. Це стосується таких податків і зборів, як збір з власників собак, збір за вигреш на бігах, збір за участь у бігах на іподромі тощо. Діюча нормативна база справляння місцевих податків і зборів є достатньо уніфікованою. Проте вона суттєво обмежує права місцевих органів влади щодо рівня та об'єктів оподаткування, а також не враховує соціально-економічний стан та адміністративний рівень території.

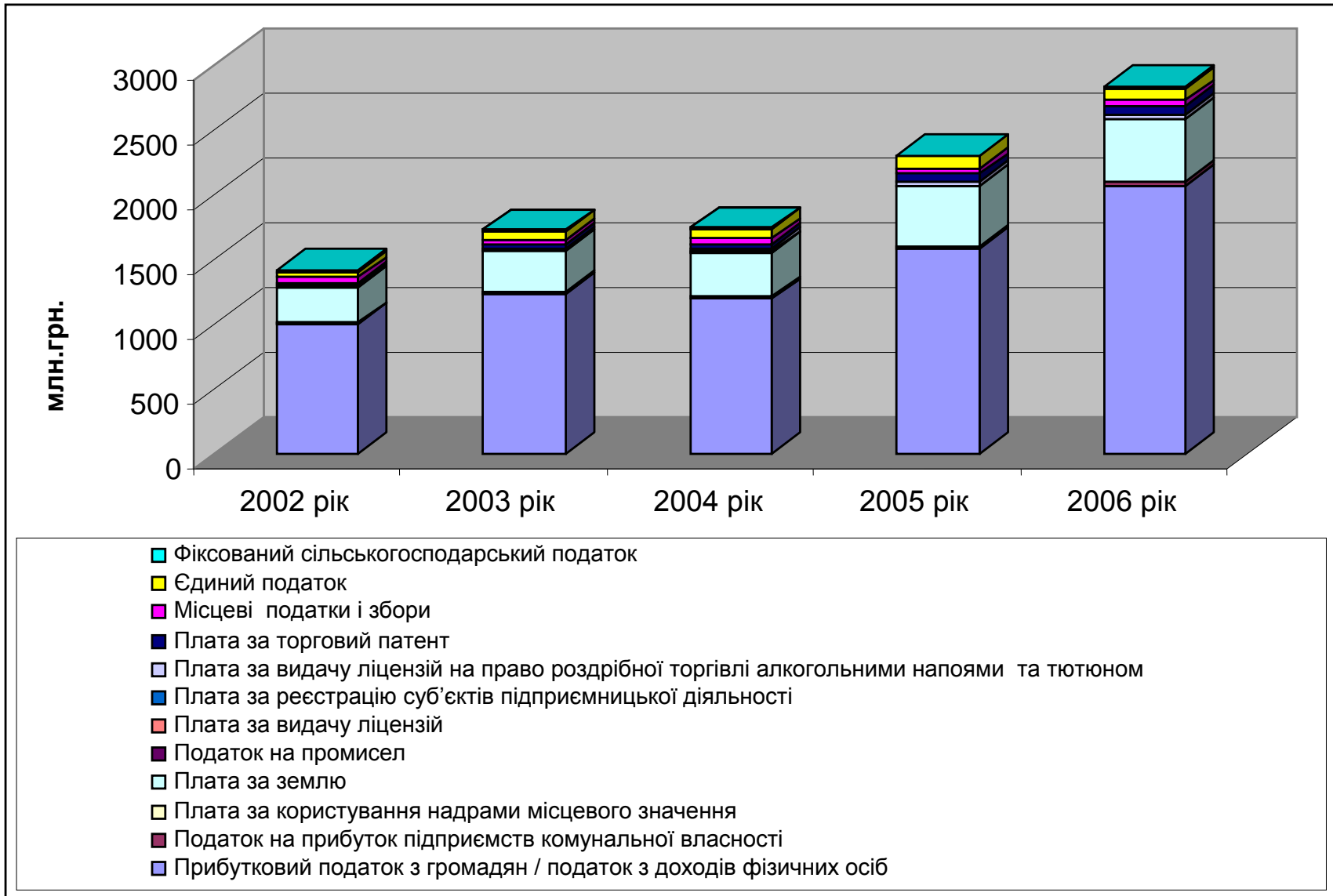


Рис. 6.14. Динаміка структури податкових надходжень до зведеного бюджету Дніпропетровської області

З метою підвищення впливу місцевих податків і зборів на формування доходної частини місцевих бюджетів їх розвиток повинен здійснюватися у двох напрямках:

- розширення прав місцевих органів влади щодо впровадження нових видів місцевих податків і зборів, що є актуальними для даної території (наприклад, збір на розвиток міжнародного туризму, додаткові екологічні податки тощо) з обов'язковою їх реєстрацією у Міністерстві фінансів та централізованим обмеженням граничних ставок. Останні упередження дозволять запобігти надмірного тягаря на платників;

- скасування податків та зборів, що виявилися неефективними та введення нових, достатньо розповсюджених у світовій податковій практиці. Так, незважаючи на велике різноманіття місцевих податків у розвинених країнах, вирішальне фіскальне значення на муніципальному рівні мають помайнові податки, оскільки оподаткування майна гарантує стабільні надходження до бюджету. Помайнове оподаткування в Україні не введено, і це є резервом поповнення місцевих бюджетів. Попередні розрахунки податку на нерухоме майно громадян лише по одному з районів області (Верхньодніпровському) свідчать, що його введення дозволило б збільшити надходження від місцевих податків і зборів на 40-50%. Однак впровадження цього податку повинно бути обережним і забезпечити певні соціальні гарантії, тим більше, що Законом України "Про оподаткування доходів фізичних осіб", передбачається оподаткування доходів від продажу рухомого і нерухомого майна.

Одним з важливих напрямів ефективного податкового реформування з метою регіонального розвитку є створення достовірної аналітичної бази, яка б комплексно характеризувала усі сфери діяльності платника податків. Як відмічає Л.А. Тарангул [34], податковий моніторинг дасть змогу податковій службі проводити спеціальне систематичне спостереження за діяльністю платника податків на певній території та оцінювати стан справ щодо виконання податкових зобов'язань. Податковий моніторинг відкриває широкі можливості для проведення податкової паспортизації регіонів, відображення комплексної багатоструктурної системи їхніх макроекономічних характеристик. У цьому контексті дуже актуальним стає використання в роботі податкових служб різного рівня сучасних інформаційних технологій.

Фундаментальною основою інформатизації Державної податкової служби України є створення високоорганізованого інформаційного середовища. Це середовище, з одного боку, повинно включати і об'єднувати у рамках всієї податкової служби України інформаційне, телекомунікаційне, комп'ютерне, програмне забезпечення, інформаційні технології, мережі ПЕОМ, бази даних і знань, а з другого боку, – забезпечувати можливість створення і використання ефективного системно-аналітичного апарату, що дозволить на якісно новому рівні інформаційного обслуговування, вести повсякденну оперативну роботу, здійснювати системний аналіз стану та перспектив діяльності податкової

служби в цілому і приймати науково-обґрунтовані рішення з реалізації податкової політики України. При цьому треба враховувати, що одним з найважливіших показників успішного руху суспільства на шляху до інформаційного, є ступінь доступності та достовірності інформаційних ресурсів. На сьогоднішній день значна частка інформації не оприлюднюється з корисних чи політичних мотивів, а відомчі ресурси практично закриті для невідомого використання. Саме з цього показника Україна ще відстає від розвинутих країн світу.

На сучасному етапі вже розроблена і впроваджена в дію на всіх рівнях податкової системи автоматизована інформаційна система (АІС), що забезпечує рішення облікових та аналітичних задач і об'єднує засобами електронної пошти в єдиний інформаційний простір усі податкові органи держави. Використання банку даних базового (районного рівня) здійснюється з допомогою АРМів “Звіт”, “Податкова звітність”. “Облік податків та платежів”, АІС “Галузь”, АІС обласного рівня. Метою АІС обласного рівня є підвищення ефективності діяльності податкової служби в області за рахунок створення розвинутої системи інформаційних та аналітичних технологій на обласному рівні з подальшим розповсюдженням на районні ДПІ.

З метою забезпечення наповнення доходної частини бюджету постає питання поліпшення системи адміністрування податків, зокрема моніторинг податкових ризиків. Головна мета моніторингу – дієвий контроль за дотриманням клієнтами податкового законодавства, що дасть можливість: виключити вплив людського фактора на прийняття рішень про проведення аудиту, покращити якість відбору підприємств для аудиту та зробити його більш ефективним. На даний час автоматизована система обробки податкових ризиків представлена АРМом “Автоматизована система обробки податкових ризиків” (АС АБПР).

Позитивними сторонами такої форми організації роботи є можливість аналізу порушень податкового законодавства та їх систематизація; прогнозування бюджетних доходів та витрат; упередження виникнення різноманітних схем ухилення від оподаткування; концентрація зусиль податкової служби на найбільш пріоритетних питаннях та порушеннях податкового законодавства, що тягнуть за собою значні бюджетні втрати.

З позиції розвитку інформаційного середовища необхідно:

- розробити механізми реалізації наявних правових положень у сфері інформаційних ресурсів визначених законами;
- розробити економічні й організаційні механізми, що забезпечують, у першу чергу, поділ повноважень з володіння й розпорядження державних інформаційних ресурсів між суб'єктами інформаційних відносин; по приватизації і націоналізації інформаційних ресурсів; по оцінці державних інформаційних ресурсів як майна і, як інтелектуальної власності; по ціноутворенню на інформаційні продукти і послуги, вироблені на основі державних інформаційних ресурсів; по сертифікації інформаційних

продуктів і послуг; по захисту вітчизняних виробників інформаційних продуктів і послуг та їхньому просуванню на світовий ринок.

Чітко виражену регіональну орієнтацію має малий бізнес: надаються робочі місця місцевому населенню, забезпечується насичення ринку товарами та послугами. Підвищення ролі малого та середнього бізнесу в національній економіці відповідно до загальносвітових тенденцій потребує комплексної державної підтримки цього сектору як на державному, так і на регіональному рівні. Формування критичної маси малого підприємництва в умовах переходу до сталих ринкових відносин вимагає адекватної кредитно-інвестиційної та податкової політики.

Серед різних чинників, що впливають на розвиток малого бізнесу, значне місце належить податковим. Досвід економічно розвинених країн свідчить про застосування різних податкових стимулів відносно малого бізнесу: встановлення більш низької ставки оподаткування, податкових канікул, застосування спеціальних норм амортизацій тощо.

В Україні найбільш популярною та, на жаль, єдиною формою податково підтримки можна вважати спрощену систему оподаткування малого бізнесу. Податкові надходження за такою системою складають хоч і не значну, проте сталу частку доходів місцевих бюджетів. У таблиці 7.9. наведено динаміку надходжень податків від суб'єктів господарювання, які обрали спрощену систему оподаткування.

Таблиця 7.9

Динаміка надходжень податків від суб'єктів господарювання, які обрали спрощену систему оподаткування

тис. грн.

Види надходжень	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
Фіксований податок на доходи фізичних осіб від зайняття підприємницькою діяльністю	15561,8	16324,4	15277,7	14320,4
Плата за торговий патент на деякі види підприємницької діяльності	30539,2	41279,3	58255,1	61700,0
Єдиний податок на підприємницьку діяльність з юридичних осіб	32584,9	37223,2	43214,9	44002,39
Єдиний податок на підприємницьку діяльність з фізичних осіб	31374,2	35905,1	53325,6	50618,84
Фіксований сільськогосподарський податок	9030,9	8731,1	11056,8	9000,0

У 2005 р. у порівнянні з 2004 р. при зменшенні кількості платників на 4,0% (з 26158 до 25120 осіб) за рахунок перегляду ставок по окремих адміністративно-територіальних одиницях області, у 2005 р. збільшилися надходження фіксованого податку на доходи фізичних осіб від зайняття підприємницькою діяльністю.

За 2005 р. до бюджетів місцевого самоврядування надійшли плати за торговий патент 58,3 млн. грн., або 104,8% до затверджених сум, що на 41,1% більше, ніж за минулий рік.

Перевиконання планових показників та зростання надходжень проти отриманих у 2004 р. забезпечено в основному за рахунок збільшення у 1,5 раза вартості торгових патентів на здійснення операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу, відповідно до статті 47 Закону України „Про Державний бюджет України на 2005 рік”, та збільшення кількості придбаних суб’єктами підприємництва патентів на здійснення зазначеного виду діяльності.

Невиконання планових показників та скорочення надходжень з плати за торговий патент на здійснення деяких інших видів діяльності, у певній мірі, зумовлено зменшенням протягом звітного року кількості платників внаслідок переходу суб’єктів підприємництва до роботи за спрощеною системою оподаткування на умовах сплати єдиного податку.

За фіксованим сільськогосподарським податком при плані 9,6 млн. грн. до місцевих бюджетів області отримано 11,1 млн. грн., або 115,0%, проти минулого року надходження збільшилися на 2,3 млн. грн., або на 25,9% внаслідок збільшення кількості платників.

В цілому за 2005 р. до місцевих бюджетів області надійшло єдиного податку для суб’єктів малого підприємництва 96,5 млн. грн., у тому числі від юридичних осіб – 43,2 млн. грн., що становить 102,2% до затверджених місцевими радами показників, від фізичних осіб – 53,3 млн. грн., або 103,6% до планових призначень.

У порівнянні з минулим роком надходження податку від юридичних осіб зросли на 16,1%, від фізичних осіб – у 1,5 раза.

За 2006 р. до бюджетів місцевого самоврядування надійшла плата за торговий патент 61,7 млн. грн., що на 3,4 млн. грн., або на 5,9% більше, ніж за минулий рік.

Зростання надходжень проти отриманих у 2005 р. забезпечено, в основному, за рахунок збільшення кількості придбаних юридичними особами патентів на здійснення операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу.

Фіксованого сільськогосподарського податку у 2006 р. при плані 8,9 млн. грн. до місцевих бюджетів області отримано 9,0 млн. грн., або 101,7%. Проти минулого року надходження зменшилися на 2,0 млн. грн., або на 18,3%, що зумовлено скороченням кількості платників з 3 571 до 3557 осіб та зарахуванням у січні 2005 р. сум податку, нарахованих на грудень 2004 р. (за ставками, що діяли у 2004 р.), у повному обсязі до місцевих бюджетів. При цьому надходження податку за січень 2005 р. перевищили отримані у січні 2006 р. у 3,2 раза.

Єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва надійшло 94,6 млн. грн., у тому числі від юридичних осіб – 44,0 млн. грн., що становить 101,1% до затверджених місцевими радами показників, від фізичних осіб – 50,6 млн. грн., або 103,4% до планових призначень. Відповідно, у порівнянні з минулим роком надходження податку від юридичних осіб зросли на 787,5 тис. грн., або на 1,8%, від фізичних осіб – зменшилися на 2,7 млн. грн., або на 5,1%.

Наочно динаміку надходжень за 2003-2006 рр. наведено на рис. 7.15.

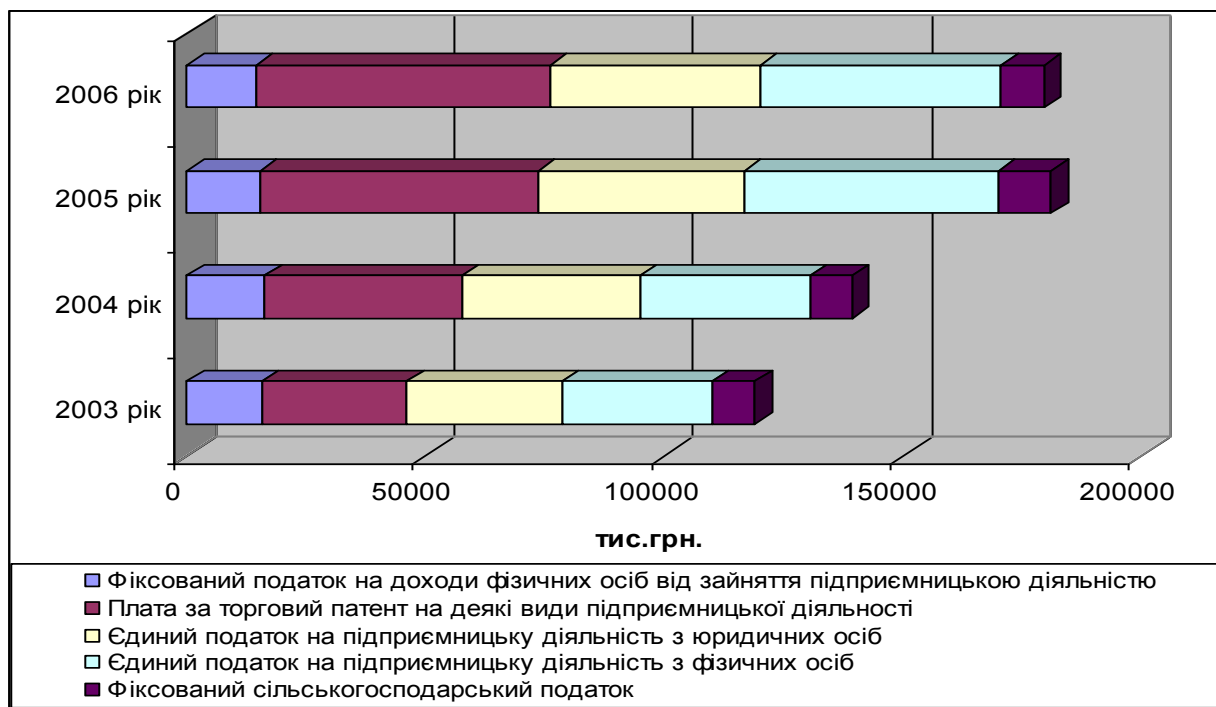


Рис. 7.15. Динаміка та структура податкових надходжень від суб'єктів малого бізнесу по Дніпропетровській області у 2003-2006 рр.

Після набрання чинності Указом № 727/98, яким запроваджено спрощену систему оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого бізнесу, в країні спостерігається тенденція до збільшення кількості суб'єктів, які виявляють бажання перейти на сплату єдиного податку. Останнім часом показовою є динаміка переходу на спрощену систему оподаткування суб'єктами малого бізнесу.

Щороку зростає також кількість фізичних осіб, бажаючих перейти на спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва.

У різних регіонах країни спостерігається різна тенденція переходу суб'єктів на сплату єдиного податку. Зокрема у 12 областях України 35-40% від загальної кількості підприємців – платників податків становлять фізичні особи – платники єдиного податку, а в деяких областях – 50%.

При цьому необхідно звернути увагу не лише на кількісні, а й на якісні показники. Слід визнати, що завдяки запровадженню спрощеної системи збільшилися надходження податків до бюджету від суб'єктів малого бізнесу.

Одним із позитивних факторів застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності потрібно назвати перехід збиткових підприємств на сплату єдиного податку, адже такі підприємства, що при загальній системі оподаткування не сплачували податок на прибуток (оскільки мали нульове або від'ємне значення об'єкта оподаткування), перебуваючи на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності, в обов'язковому порядку сплачують до бюджету єдиний податок.

Наведені дані свідчать про популярність спеціальних режимів оподаткування та необхідність їх подальшого законодавчого закріплення у податковій системі України. Проект Податкового кодексу передбачає збереження спеціальних режимів оподаткування для суб'єктів малого бізнесу, але погіршує умови їх застосування, що може спричинити зворотний перехід підприємств на традиційні форми оподаткування.

В даний час оподаткування суб'єктів малого підприємництва регулюється Указом Президента України від 03.07.1998 №727 „Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва”, виданого Президентом України відповідно до пункту 4 Перехідних положень Конституції України.

Положення зазначеного розділу спрямовані на забезпечення відповідності спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності сучасним напрямам податкової політики держави, в тому числі щодо необхідності запобігання ухиленню від оподаткування.

У проекті зазначеного розділу збережено критерії визначення платників єдиного податку в частині граничного обсягу доходу та кількості найманих працівників, що сприятиме створенню нових робочих місць, вирішенню питання безробіття і, відповідно, збільшенню наповнення місцевих бюджетів.

На відміну від чинного законодавства, передбачено залучення до об'єкта оподаткування юридичних осіб усіх доходів, що отримуються такими особами, а не лише виручки від реалізації товарів (робіт, послуг).

Принциповою відмінністю розробленого проекту від діючого Указу Президента України, є зміна переліку податків і зборів (обов'язкових платежів), що входять до складу єдиного податку. Зокрема з метою раціонального використання природних ресурсів та соціального забезпечення платників – спрощенців зі складу єдиного податку виключено ресурсні платежі та внески до державних цільових фондів. Натомість до складу єдиного податку включено ринковий збір, сплата якого безпосередньо впливає на фінансовий стан підприємств.

Водночас знижено ставки єдиного податку:

- для юридичних осіб – платників ПДВ – з 6% до 3%,
- для юридичних осіб, які не є платником ПДВ – з 10% до 5%,

- зменшено надбавку до ставки єдиного податку для фізичних осіб, що сплачується за найманих осіб з 50 до 20%.

Разом з тим, у випадку перевищення фізичною особою обсягу отриманого доходу понад 300 тис. гривень, сума такого перевищення за підсумком року буде оподатковуватись за ставкою 1%.

Крім того, для платників єдиного податку збережена можливість сплачувати ПДВ у складі єдиного податку.

Також запроваджується оподаткування суми перевищення граничного обсягу виручки від продажу товарів (робіт, послуг), що забезпечить контроль та ефективність фіскальної складової спрощеної системи оподаткування. Зокрема передбачається оподаткування такого перевищення за подвійною ставкою для юридичних осіб та за ставкою 15% для фізичних осіб.

На сьогодні порядок нарахування та сплати фіксованого сільськогосподарського податку визначається Законом України „Про фіксований сільськогосподарський податок”.

Зазначеним розділом у Проекті податкового кодексу передбачається удосконалити діючий порядок оподаткування сільгосппідприємств, ключові норми якого не змінювались з 1999 р., усунути недоліки у діючому порядку оподаткування фіксованим сільськогосподарським податком, що створюють дискримінаційні умови для господарської діяльності інших сільгосппідприємств, стримуючи їх розвиток.

У запропонованій редакції, на відміну від діючого законодавства, більш чітко визначено термін „сільськогосподарська продукція” (виключно товарна), що використовується при визначенні платників фіксованого сільськогосподарського податку, оскільки його неоднозначне тлумачення створює умови для ухилення від оподаткування тим особам, які не займаються сільськогосподарським товарним виробництвом.

Розмір фіксованого сільськогосподарського податку передбачається визначати, виходячи з грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення, з урахуванням її щорічної індексації відповідно до земельного законодавства.

Передбачається запровадити окремий облік доходів платників фіксованого сільгосподатку, отриманих від продажу несільськогосподарської продукції, з оподаткуванням таких доходів у загальному порядку. Крім того, передбачено обмеження строку застосування цього податку до 2010 року.

Ефективна модель спрощеної системи оподаткування повинна враховувати як інтереси держави, так і інтереси підприємців. В цьому контексті схема спрощеного оподаткування, що запропонована Державним комітетом України з питань регуляторної політики та підприємництва є більш варіативною. На сьогоднішній день є суттєві відмінності в оподаткуванні фізичних та юридичних осіб, які мають однакові показники діяльності і є платниками єдиного податку (табл. 7.10.).

Розрахунок єдиного податку для платника-юридичної та фізичної особи

Показники	Юридична особа	Фізична особа
1. Виручка від реалізації в місяць (грн.)	50 000	50 000
2. Кількість працівників (чол.)	5	5
3. Ставка податку	10%	700 грн. (в місяць)
4. Сума податку за рік (тис. грн.)	60	8,4

Наявність значних розбіжностей в рівні податкового навантаження на суб'єктів малого бізнесу, які мають однакові показники фінансово – господарської діяльності, але різний статус, призводить до застосування спрощеної системи оподаткування в схемах ухилень від сплати податків. Модифікована модель спрощеного оподаткування, де головним критерієм диференціації оподаткування був би не юридичний статус платника, а показники його діяльності, дозволила б усунути існуючі невідповідності.

З метою закріплення та розвитку позитивних тенденцій щодо створення сприятливого податкового середовища для малого бізнесу є доцільним:

- реалізація серед підприємців освітніх програм щодо оптимізації оподаткування на мікрорівні;
- використання потенціалу різних фіскальних технологій для стимулювання інноваційної та виробничої діяльності суб'єктів малого бізнесу;
- забезпечення наукової обґрунтованості фіксованих податкових ставок,
- що впроваджуються на місцевому рівні та їх необхідної диференціації з урахуванням статусу території;
- співпраця регіональних та державних органів влади і підприємницьких структур щодо удосконалення механізмів спрощеного оподаткування суб'єктів малого бізнесу.

Розповсюдженою практикою в Україні стало створення Програм розвитку малого підприємництва органами місцевого самоврядування. Метою таких програм є створення сприятливого середовища для розвитку і функціонування підприємництва та розробка ефективних механізмів його підтримки, що дозволить забезпечити сталий розвиток економіки регіону. Серед програм у кожній проблемі виділяють такі:

- незавершеність законодавчого регулювання спрощеної системи оподаткування малого підприємництва;
- недостатній розвиток інфраструктури підтримки підприємництва;
- низький рівень професійної підготовки підприємців, недосконалість освітньої системи у сфері бізнесу;
- неврегульованість питань фінансової (зокрема мікрокредитування) і ресурсної підтримки малого підприємництва;

- складність регуляторних процедур та адміністративні перешкоди (потреба в отриманні великої кількості дозволів та погоджень, велика кількість та тривалість перевірок).

Основними завданнями діяльності органів місцевого самоврядування щодо підтримки розвитку малого підприємництва називають:

- вдосконалення системи оперативної та стратегічної аналітики стану і тенденцій розвитку малого підприємництва;
- розвиток інфраструктури підтримки підприємництва;
- підвищення компетентності та інформованості працівників малого бізнесу;
- розширення інвестиційно-фінансової допомоги;
- стимулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- опора на громадські організації, спілки, асоціації;
- вдосконалення роботи служб міськвиконкому в сфері підтримки розвитку підприємництва.

Однак головним напрямом підтримки малих підприємств має бути удосконалення спрощеної системи оподаткування, що на даний час виправдала себе і як джерело доходів місцевих бюджетів, і як напрям державної підтримки розвитку малого бізнесу.

Таким чином, раціоналізація регіональної податкової політики повинна забезпечити збалансованість загальнодержавних, регіональних та приватних інтересів і на цьому підґрунті сприяти соціально-економічному розвитку регіонів. Необхідною умовою для досягнення цього є стабільність, простота та прозорість податкового законодавства, що може бути досягнуто за умов дієвої співпраці між місцевими та центральними органами влади. Цей процес, на наш погляд, повинен відбуватися за наступними напрямами:

- проведення системного аналізу соціально-економічного стану регіону та впливу на останній з податкових чинників з метою корекції поточної регіональної податкової політики;

- створення умов для розвитку малого та середнього підприємництва шляхом використання потенціалу різних фіскальних технологій та стимулювання інноваційної й виробничої діяльності в цьому секторі економіки;

- впровадження ефективного механізму адміністрування податків і зборів, в тому числі удосконалення процесу реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності; створення національної системи електронного контролю за грошовими і товарними потоками;

- підвищення ефективності механізму місцевого оподаткування за рахунок оптимального використання регіональних можливостей; забезпечення обґрунтованості запровадження податкових ставок та пільг відповідно до компетенції місцевих органів влади;

- адаптації регіональної податкової політики до існуючих світових моделей.

На думку авторів, реалізація зазначених заходів буде сприяти соціально-економічному розвитку регіону, створенню відповідних організаційних, економічних та інших механізмів для підвищення ефективності регіональної податкової політики та ролі органів місцевої влади в її реалізації.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 7

1. Конституція України. – К., 1996.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV (зі змінами та доповненнями).
4. Про систему оподаткування: Закон України від 18.02.1997 р. №77/97-ВР (зі змінами та доповненнями).
5. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 22.05.1997 р. №283/97-ВР (зі змінами та доповненнями).
6. Про податок на додану вартість: Закон України від 03.04.1997 р. №168/97-ВР (зі змінами та доповненнями).
7. Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами і державними цільовими фондами: Закон України від 21.12.2000 р. № 2181-111 (зі змінами та доповненнями).
8. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19.10.2000 р. № 2063-III.
9. Про податок з доходів фізичних осіб: Закон України від 22.05.2003 р. № 889-IV (зі змінами та доповненнями).
10. Про внесення змін до закону України „Про Державний бюджет на 2005 рік: Закон України від 25.03.2005 р. № 2505.
11. Про Державний бюджет на 2007 рік: Закон України від 19.12.2006 р. № 489-V.
12. Про прибутковий податок з громадян: Декрет Кабінету Міністрів України від 26.12.92 р. № 13-92. Розділ IV (зі змінами та доповненнями).
13. Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 03.07.1998 р. №727/98 (зі змінами та доповненнями).
14. Про деякі питання спрощеної системи оподаткування: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.03.2005 р. № 58.
15. Про схвалення Концепції реформування податкової системи України: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 12.02.2007 р. № 56.
16. Александрюк Т.Ю., Маркова Л.Г. Стимулювання інвестиційної активності суб'єктів малого бізнесу // Академія муніципального управління. – Київ, 2003 р.
17. Баженов Ю.К. Мале підприємництво: практичний посібник з організації й ведення малого бізнесу. – М.: ІОЦ «Маркетинг», 1999.
18. Власти вернулись к вопросу реформирования упрощенной системы налогообложения / Бизнес. – 2007. – № 3-4. – С. 50-53.
19. Долгоруков Ю.А., Александрюк Т.Ю., Маркова Л.Г., Єрмократьєва О.В. Актуальні проблеми державного управління // Збірник наукових праць. Вип. 1 (5). – Дніпропетровськ: ДРІДУНАДУ, 2004 р.

20. Журба Н.М. Чечетова Н.Т. Державні важелі стимулювання інвестиційної діяльності підприємства // Регіональні перспективи. – 2001. – № 5-6 (18-19). – 2001.

21. Інформаційний бюлетень ДПА України у Дніпропетровській області // Вісник податкової служби України. – 2004. – С. 73.

22. Ісмаїлов А.Б. Міжбюджетні відносини та напрями їх удосконалення // Фінанси України. – 2004. – № 6. – С.27-32.

23. Квасовський О.В. Моделювання вибору оптимального оподаткування для малих підприємств // Фінанси України. – 2001. – № 10. – С. 102-111.

24. Ляшенко В. Про доцільність формування системи спеціальних диференційованих режимів стимулювання розвитку підприємництва // Економіст. – 2006. – № 6. – С. 34-38.

25. Малое предпринимательство в промышленном регионе: социально-экономическое развитие, формы и методы регулирования, механизмы экономического роста. Издание 2-е, переработанное и дополненное. / Под общей редакцией Н.И.Рединой. – Днепропетровск: ДГФЕИ, 2004. – 352 с.

26. Матеріали до засідання колегії «Про підсумки виконання бюджетів усіх рівнів у 2006 році та пріоритетні завдання Міністерства фінансів на 2007 рік». – Київ, 2007.

27. Опихана Н.Є. Регіональний податковий потенціал в Україні // Фінанси України. – 2004. – № 2. – С. 122-125.

28. Основні економічні показники діяльності малих підприємств за 2000 рік. Статистичний бюлетень. Держкомітет України. – Київ, 2001.

29. Офіційний сайт Державного комітету статистики України: <http://www.ukrstst.gov.ua>.

30. Пояснювальна записка до розділу XVIII „Спеціальні податкові режими” проекту Податкового кодексу України: <http://www.sta.gov.ua>.

31. Про єдиний податок: Лист Державної податкової адміністрації України від 03.01.2001 № 11(2) 15-1314 // Податки й бухгалтерський облік. – 2001. – № 11. – С. 15-16.

32. Роговець А.М. Спрощена система оподаткування малого підприємництва // Фінанси України. – 2005. – № 4. – С. 24-31.

33. Сайт Журналу „Вісник податкової служби України”: <http://www.visnuk.com.ua>.

34. Тарангул Л.Л. Удосконалення податкової політики у контексті соціально-економічного розвитку регіонів // Фінанси України. – 2004. – № 6. – С. 8-26.

ГЛАВА 8. СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ФОРМ БІЗНЕСУ ТА ДЕМОКРАТИЗАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА

8.1. Становлення середнього класу в Україні, його соціальний статус і чинники розвитку

Ринкові перетворення і формування в Україні капіталістичного за своєю суттю соціально-економічного устрою містять не лише адекватну перебудову раніше існуючих базисних і надбудовчих суспільних відносин (забезпечення домінанти приватної власності і демократичної влади), а й утвердження відповідної соціальної структури суспільства, його класової стратиграфії. Ключове положення у цьому відношенні має формування в українському суспільстві середнього класу.

Актуальність питання становлення в українському суспільстві середнього класу зумовлена рядом політичних, соціальних та економічних обставин. Із вирішенням цього питання пов'язується успішність загальноцивілізаційних перетворень науково-технічного прогресу, інноваційного розвитку економіки та соціально-політичної стабільності українського суспільства.

Становлення середнього класу в українському суспільстві в політичному аспекті є ідеологемою, яка декларується державними структурами і фігурує у програмах багатьох політичних партій як символ нових соціально-політичних орієнтацій національних еліт. У соціальному аспекті акцент проблеми полягає у потребі усвідомлення динаміки соціально-класових зрушень, що відбуваються в сучасному українському суспільстві (які детерміновані його ринковою трансформацією) та необхідності самоідентифікації окремих верств населення за класовою приналежністю до певних структур суспільства. В економічному аспекті важливим є визначення передумов, економічних чинників генезису, генерації та еволюції середнього класу як рушійного фактора соціально-економічного розвитку суспільства, фіксації кількісних і якісних визначальних параметрів цього явища в масштабності прояву.

Становлення середнього класу (у його класичному розумінні як класу середньої буржуазії) є в цілому соціальним продуктом ринкового реформування економіки. Поява середнього класу в країнах постсоціалістичного простору є своєрідним індикатором зрілості (повноцінності) ринкового, капіталістичного, буржуазного нового соціально-економічного устрою. Формування середнього класу можливе за умови досягнення критичної маси приватного сектору економіки та його демократизації.

Оскільки середній клас як соціально-економічне явище є новим для української дійсності, то його становлення привернуло увагу дослідників в останні роки. В Росії ж дослідження проблеми формування середнього класу у постсоціалістичному суспільстві розпочалися ще у 90-х роках

минулого століття одночасно із ринковою трансформацією економіки. Вона проводилися на теоретико-методологічному та емпіричному рівнях [1, 4, 6, 11, 13, 16, 17, 29, 32, 37, 38, 40].

Поштовхом для розгортання наукових досліджень процесу становлення середнього класу в українському суспільстві стала доповідь "Політика становлення середнього класу", підготовлена науковим колективом під керівництвом Е. Лібанової, яка була включена до Послання Президента України до Верховної Ради України в 2003 р. [13]. До того було відомо лише дві публікації із зазначеної проблеми [12, 22], проте лише у дослідженнях групи Е.Лібанової вперше було подане визначення середнього класу як соціальної групування, що має свої визначальні характеристики. До них віднесено такі, як певний рівень доходів, володіння нерухомістю, наявність власного бізнесу, вища освіта і професійна кваліфікація, задоволення своїм статусом, поміркований політичний консерватизм, зацікавленість у підтримці соціальної стабільності, суб'єктивна ідентифікація себе із середнім класом.

У наукових публікаціях, що з'явилися останнім часом в Україні, увага акцентується, переважно, на питаннях ідентифікації середнього класу в суспільстві, його соціальної визначеності та розмірності, статистичної сукупності прошарку, який відносять до середнього класу, а також відображення існуючої нерівності у розподілі доходів чи професійної приналежності як індикативних ознак його реального існування. [34, 35,42]. Проте становлення в Україні нового соціально-економічного устрою, на наш погляд, висуває на перший план питання визначення генетичних і економічних чинників його генерації та розвитку, як першооснови зародження і становлення середнього класу. Це вимагає більш глибокого дослідження саме економічної сутності середнього класу, його структуроутворюючих елементів, взаємозв'язку із процесом соціально-економічного поступу суспільства, тобто дослідження економічної основи, на якій формується середній клас у сучасному суспільстві та визначає його соціальний статус.

Концепція середнього класу в сучасному розумінні має свої історичні передумови, одиничні, особливі і загальні закономірності виникнення, розвитку і дозрівання в процесі еволюції соціально-економічного устрою суспільства. Слід зауважити, що до теми середнього класу зверталися у своїх працях ще Платон, Арістотель, А. Сміт, А. Сен-Симон та ін. Але найбільший розвиток концепція середнього класу отримала у працях К. Маркса і М. Вебера. Саме ці вчені заклали методологічні основи і започаткували головні напрямки розвитку теорії середнього класу.

Сучасна теорія західного середнього класу формувалася у декілька етапів, у надрах якої існує виділення "старого" і "нового" середнього класів.

"Старий" середній клас (формування якого розпочалось із середини ХІХ століття) уявлявся як сукупність дрібних підприємців, торгівців, власників магазинів і ресторанів, ремісників, людей вільних професій,

дрібних і середніх селян, як усталеного самодостатнього прошарку в існуючій класовій ієрархії суспільства. К. Маркс перший визначив «серединність» цього прошарку в суспільній стратиграфії. Він зазначав, що "з розвитком капіталізму відбувається постійне збільшення середнього класу, що знаходиться між працівниками з одного боку, капіталістами і землевласниками, з іншого" [25, с. 636]. Сучасний йому середній клас К. Маркс визначав як "численний клас селян і ремісників, що майже однаково залежать від своєї власності і від своєї праці", а отже виступають природним буфером між роботодавцями та працівниками як острівцем у морі класових антагоністичних протиріч [24, с. 124].

Марксистський напрямок стратифікаційної теорії розуміння сутності середнього класу має свої переваги в порівнянні із підходом М. Вебера, що характеризується функціональним напрямком виділення його в соціальній структурі суспільства, тобто переважно за професійною ознакою. Марсова позиція розглядає класи як відображення економічних відносин та соціальний результат цих відносин.

Основною ознакою, яка констатує економічну об'єктивність "старого" середнього класу, є еволюційна парадигма, адже ще до різкого розшарування на антагоністичні класи існував специфічний стан хазяїна-працівника. Саме цей прошарок, що залишився осторонь від бурної капіталізації, за даною теорією сприймається як клас дрібних приватних власників міста і села, що займаються дрібним виробництвом чи дрібною торгівлею, застосовують переважно особисту працю (та членів родини), рідко вдаючись до найманої праці, і живуть на доходи від свого сімейного бізнесу. Тобто цей клас виник і розвивався разом із становленням товарного виробництва та зберігся в структурі суспільства дотепер. Ідентифікацію середньому класу при капіталізмі надає його середнє місцеположення між двома основними класами - капіталістами і найманими працівниками (між буржуазією і пролетаріатом, між вищим і нижчим класами).

Класова приналежність економічного суб'єкта середнього класу визначається тим, що він виступає ще не як продавець своєї робочої сили, а як продавець товарів і послуг свого підприємства. Дрібний товаровиробник поєднаний із своїм капіталом, що відрізняє його від найманого працівника. Проте розмір його капіталу незначний і вимагає особистої участі власника в трудовому процесі, що відрізняє дрібного товаровиробника від капіталіста.

Традиційним напрямом еволюції трудової приватної власності, заснований на власній праці, була поява форм, що ґрунтуються на явищі відчуження у системі відносин власності – роз'єднані власника і працівника. У даному випадку мова йде про приватну власність, яка заснована на використанні найманої праці. При цьому, характерною ознакою є те, що прояв капіталу як власності і прояв капіталу як функції здійснюється в особі одного і того ж господарюючого суб'єкта. Тобто у середньому класі капітал-функція ще не відокремлюється від капіталу-

власності, що надає йому соціальну стійкість. Але ця стійкість відносна, якщо суб'єкт середнього класу розорюється, він поповнює собою клас найманих працівників, якщо ж істотно збагачується, то поповнює клас капіталістів.

У післявоєнні роки, починаючи із середини ХХ століття, у процесі еволюції капіталізму посилюється домінування в робочій силі груп професійних і технічних службовців і відбувається одночасне зменшення частки робочих. Причиною цих класоутворюючих процесів є кардинальна зміна у факторі «праці», а відтак і в системі суспільного розподілу праці, в посиленні ролі управлінської праці, як окремого фактора виробництва, а відтак – підвищенні значення вищої освіти, знань та інформації що і є носіями цього специфічного фактора – інтелектуального капіталу. Тобто на цій основі, на сучасному стані природної трансформації капіталізму в системи соціального ринку, чинником цього процесу є своєрідний капітал – інтелектуальний капітал, уособлення якого уже є не майно, не засоби виробництва, а сама людина-працівник. Зазначена обставина трансформує розуміння "середній клас" у його старій змістовності і зумовлює появу "нового" середнього класу, багатого не матеріальним капіталом (який легко втратити в конкурентному протистоянні, а багатого на інтелектуальний капітал, який відкриває шлях до здобуття і капіталу матеріального).

Професійний склад "нових середніх" представлений двома великими категоріями найманих службовців - спеціалістами (вченими, економістами, програмістами, інженерами, юристами, лікарями, викладачами, які за радянських часів становили міжкласовий прошарок - інтелігенцію) та менеджерами адміністраторами і управлінцями, своєрідними диригентами виробництва. Як уже зазначалося, ресурси влади і вплив цього класу пов'язані не із класичною власністю – матеріальним капіталом чи засобами виробництва (як у старому середньому класі), а з інтелектуальною власністю і професійною діяльністю. Їх основний капітал – володіння інформацією, спеціальними знаннями і творчими здібностями. Завдяки концентрації у своєму розпорядженні цих виключно важливих і затребуваних у сучасній економіці ресурсів, новий середній клас зосереджує вплив і владу, контролює становлення нового постіндустріального порядку.

Оскільки "нові середні" володіють особливим (інтелектуальним) капіталом, на отримання якого необхідна природна здібність та затрачені роки напруженої праці та значні кошти на навчання, їх праця є високопродуктивною, а відтак – престижною і високооплачуваною. У західному суспільстві чітко відслідковується пряма залежність матеріальних статків і соціального статусу від рівня і якості отриманої освіти, тобто консистентність винагороди (доход, влада, повага) та інвестицій (освіта, професійна майстерність, компетентність). Незважаючи на те, що представники цього класу мають високий рівень освіти, їх постійною життєвою практикою є самоосвіта, безперервне

самовдосконалення і нарощування інтелектуального потенціалу як форми виразу примноження маси людського капіталу.

Протягом усього ХХ ст. саме середній клас виступав середовищем бурної соціальної активності і мобільності, результатом чого, значною мірою, стало поновлення сучасного західного суспільства. При збереженні структури майнової нерівності в західному суспільстві посилилась колективна доступність до основних життєвих ресурсів і можливостей індивідуального розвитку: доходів, шансів отримати освіту, подорожувати, володіння правовою і науковою інформацією та забезпечувати себе товарами масового попиту. На цій підставі, в перспективі, прогнозується рух західного суспільства до безкласового, тобто без поділу суспільства на класи та верстви за критерієм величини власного матеріального капіталу [4, с. 105].

У реальній дійсності України в сучасних умовах, внаслідок тяжкої і затяжної економічної кризи, раніше сформований за радянських часів інтелектуальний суспільний прошарок інтелігенції виступав «передтечею» середнього класу (до якого можна віднести науково-технічну і гуманітарну інтелігенцію, середній прошарок партійної і адміністративної номенклатури, офіцерів тощо) реально не зміг стати соціальною базою успішної соціальної трансформації суспільства, адже він істотно постраждав унаслідок прямих і не прямих репресій, добровільних і примусових міграцій, що постійно стримувало збільшення його чисельності, зубожувало образ життя, понижувало матеріальний рівень і кар'єрні можливості. Професійно-статусні позиції людей з вищою освітою, раніше вбудовані в тодішню соціально-економічну систему і професійну структуру, в процесі ринкової трансформації економіки і суспільства виявилися пасивними і в цілому не затребуваними. Радянська інтелігенція, яка ідеологічно була налаштована як обслуговуюча каста, у своїй більшості не зуміла конвертувати свій високий професійний і освітній капітал в успішні кар'єри і матеріальні ресурси. Політична еліта – колишні номенклатурні кадри, та економічна еліта – директорський корпус, ставши капіталістичними менеджерами перетворились у власників великих підприємств. Таким чином, вони створили собою вищий клас – клас роботодавців.

За своєю чисельністю цей новоявлений клас капіталістів-власників незначний, а за своєю природою - антагоністичний основній масі населення (робітникам). Саме в цьому полягає нестійкість класу капіталістів-роботодавців, політика яких проявилась у формуванні своєї псевдосоціальної ідеології і показового соціального піклування про потреби народу та свою псевдодемократичну личину. Гарячкові потуги посилення свого панівного стану створення платформи суспільної підтримки, проявились в сумбурному творенні численних політичних партій, яких в Україні існує зараз понад 100. Проте політичних відмінностей їх ідеологій немає, оскільки ідеологічних платформ у цих партій взагалі не існує. Ось чому населення-електорат розрізняє ці безликі

партії лише за їх лідерами, котрі від виборів до виборів практично залишаються без змін.

У 90-х роках ХХ ст. відбулося істотне розшарування раніше монолітного прошарку професійних службовців за матеріальним критерієм, наявністю чи відсутністю власності, ступенем адаптації до ринкової економіки, зайнятістю в приватному чи державному секторі, за професійними та життєвими перспективами і соціальним самопочуттям, що не сприяло появі усвідомлення їх як новоствореного ідеологічно цілісного середнього класу в ринковому суспільстві. В Україні становлення середнього класу в пострадянському періоді відбувається за змішаною моделлю: внаслідок реверсивності процесу первинного нагромадження капіталу відбувається відродження "старого" середнього класу і формування "нового" у західному розумінні його суті.

Відродження "старого" (в традиційному розумінні) середнього класу, знищеного після Жовтневої революції (1917 р.), що розпочалося в 1990-ті р., відбувалось на легальній основі ряду законів про приватну власність та підприємництво. Одночасно із розвитком ринкових відносин з'являються приватні власники чисельних малих підприємств і компаній (товариств), магазинів, ресторанів, ферм. Проте цей процес наштовхнувся на перепону суспільного невизнання і переборював його із значними втратами сил, оскільки досвіду підприємницької ініціативи та приватного бізнесу не було ні в одного покоління українського суспільства. Створювався клас середнього бізнесу в першу чергу із вихідців верств професіоналів із вищою та середньою освітою. Проте за десятиріччя темпи формування середнього класу в українському суспільстві за моделлю "старого" середнього класу, тобто «від діда до онука», були досить низькими: зараз частка малих і середніх підприємців залишається досить незначною у порівнянні з чисельністю населення України. Крім того стан формування малих підприємств, як кістяка середнього класу, ще не стійкий, адже одні малі підприємства створюються, а інші зникають. Разом з тим, саме із відродженням і зміцненням класу власників і підприємців суспільна думка пов'язує, в першу чергу, становлення середнього класу.

Зародження "нового" середнього класу в Україні стримується рядом обставин. Якщо "новий" середній клас в західних країнах зародився понад півстоліття тому, то в Україні цей процес лише розпочинається. Якщо в західних країнах "новий" середній клас є результатом тривалої еволюції, то в Україні він розпочинається з чистої сторінки. На заході "новий" середній клас формувався за рахунок висококваліфікованих спеціалістів і менеджерів, затребуваних ефективно функціонуючими підприємствами і організаціями переважно високотехнологічних та інформаційних галузей (банківських, страхових, інформаційних, рекламної торгівлі та послуг), то в Україні ці можливості обмежені. Лише у названих сферах наймані працівники розумової праці професійно обслуговуючи ринок мають сприятливі соціально-економічні і професійні умови: гідну оплату праці і кар'єрні перспективи.

Проблема становлення "нового" середнього класу в Україні полягає не лише в його малочисельності, а й в тому, що формується він в обмеженому складі – за рахунок окремих професійних груп, обслуговуючих ринок і владу. Сюди рідко попадають представники масових загонів інтелігенції – працівники науки, культури, освіти, медицини, що на Заході становлять значну частку середнього класу. Таким чином, "новий" середній клас в Україні ще не відіграє домінуючої і консолідууючої ролі в соціальній структурі суспільства у порівнянні із західним суспільством, де він уособлює демократію, стабільність і прогрес.

Важливість соціального статусу середнього класу у розвитку суспільства вимагає чіткого визначення теоретико-методологічних підходів до фіксації середнього класу у соціально-економічній структурі суспільства. Згідно із практикою вирішення цього завдання використовує два підходи: суб'єктивний та об'єктивний. Суб'єктивний підхід заснований на принципі самоідентифікації, тобто на переконанні самих членів суспільства про приналежність їх до цього класу. Об'єктивний же підхід ґрунтується на ознаках незалежних від переконань індивідів. Частіше всього це характер праці та рівень доходів. Перший підхід відображає ментальний, психологічний та практично-поведінський аспекти, а другий підхід – соціально-економічну реальність.

За даними соціологів, при застосуванні суб'єктивного підходу до середнього класу себе відносять від 32% до 45% населення України [30]. Соціологічна служба Центру Розумкова зафіксувала таку структуру українського суспільства в 2002 р.: вищий клас – 1,1%; середній – 45,6%; нижчий 47,1%; не визначились 6,2% населення [34].

Використання ж економічних параметрів показує, що основними критеріями для віднесення до середнього класу в трансформаційному суспільстві є ступінь оволодіння власністю, і ступінь економічного контролю, матеріальний статок, дохід (що забезпечує родині гідне життя), освіта (достатня для досягнення високого професійного статусу), задоволення своїм соціальним станом, самоідентифікація із середнім класом. Вирішальним (інтегральним) показником зазначених критеріїв оцінки умов віднесення осіб до середнього класу є розмір доходу. За матеріальним статусом середній клас має розмір доходу в межах від 150 до 1000 доларів США за місяць у розрахунку на кожного члена сім'ї та достатньо високий рівень матеріального статку (якісне житло, добротні меблі, автомобіль, сучасна побутова техніка, модний одяг, повноцінне харчування) тощо [34 с. 175]. З врахуванням зазначеного критерію розмір українського середнього класу в суспільстві становить 11%, тобто він набагато менший ніж у випадку само ідентифікації громадян [34, с. 176].

Середній клас виконує специфічні функції в суспільстві. Роль середнього класу полягає, за виразом Т. Заславської, в "соціальному інноваторстві", що розгортається у сферах підприємництва, перетворенні соціальних інститутів, оновленні ідеології і культури, формуванні структур громадського суспільства. У своїй повсякденній діяльності середні верстви

освоюють, коригують, формують у своїх інтересах нові правила організації суспільного життя, роблять свою практику привабливою для основної маси населення. Сутність інноваційного вкладу середнього класу у розвиток суспільства в соціальному плані полягає у становленні особистості, орієнтованої на індивідуальну самостійність, на вільну самовизначеність у соціальному просторі, на відповідальність за власну долю. Виходячи із зазначеного, можна зробити впливає висновок про необхідність стимулювання збільшення частки середнього класу у соціальній структурі суспільства. У цьому полягає особлива місія освіти, особливо вищої.

Саме вища школа може продукувати персоніфікований інтелектуальний капітал як визначальний чинник "нового" середнього класу, що є найважливішим ресурсом розвитку постіндустріальної економіки і переростає у своєрідну галузь – економіку знань. Економіка знань у соціально-економічній структурі суспільства не існує окремо. Цей сектор глобалізує все суспільне виробництво, змінюючи характер відтворювальних процесів у більшості народного господарства, сприяє розвитку інноваційного типу економічного зростання. Персоніфікатором цих процесів виступають принципово нові економічні суб'єкти середнього класу, економічною основою яких є власність на знання.

Власність на інтелектуальний капітал має істотні переваги над власністю на фізичний капітал: після реалізації знань чи інформації самі знання зберігаються у своїх безпосередніх виробників, вони у них не відчужуються і їх можна виносити на ринок практично необмежену кількість разів. Більше того, будучи невичерпним ресурсом (а це основна специфіка інтелектуального капіталу), знання зростають швидше і відтворюються з більшою якістю у міру їхнього виробничого споживання (використання) ніж інші види капіталу.

Зазначена особливість знань дає можливість розглядати інтелектуальний капітал не тільки як ресурс, що відтворюється на розширеній основі, а і як вартість, що самозростає у процесі виробництва інформації або знань. Власник знань, будучи сукупним власником, розпорядником і користувачем в одній особі, одержує конкретні переваги і може з найбільшим економічним ефектом (доходом) реалізувати своє право власності. Саме це надає йому ринкову стійкість, а при чисельності середнього класу (понад критичний рівень) – стабільність суспільства.

Таким чином, еволюція суспільного виробництва закономірно призвела до розвитку і якісної зміни економічної основи, на якій формується середній клас суспільства. Історично такою основою виступав дрібнотоварний устрій, в основі якого лежала трудова приватна власність і мале підприємництво, малі форми бізнесу. На цій основі виник і утвердився "старий" середній клас суспільства. Але з початком формування постіндустріальної економіки, структуроутворюючим сектором якої є економіка знань, основою формування середнього класу починає виступати персоніфікований інтелектуальний капітал. Сукупним носієм персоніфікованого інтелектуального капіталу є "новий" середній

клас. На рівні суспільства – це людський капітал, основа економічного і соціального зростання суспільства на демократичних засадах.

У сучасній вітчизняній економіці відбувається одночасне становлення цих двох різновидів середнього класу, які досить часто переплітаються і забезпечують соціально-економічний прогрес розвитку суспільства. Дослідження цього явища і розробка рекомендацій щодо його стимулювання має сприяти прискоренню темпів соціально-економічного розвитку і розбудові громадського суспільства в Україні.

8.2. Еволюція соціальної психології підприємництва

Виробнича діяльність людини є об'єктивно-необхідною умовою існування суспільства, незалежно від рівня досягнутого розвитку. Люди, які живуть в цих умовах, змінюють економічну діяльність керуючись перш за все необхідністю виробляти засоби для свого існування. Проте завжди, незалежно від того, в якій мірі їм вдається здійснити свої цілі, їх діяльність приводить, крім бажаних, ще й до непередбачених наслідків, у прояві негативних рис підприємництва. У цьому разі виробничі відносини людей діють спонтанно.

Той факт, що виробничі відносини є відносинами між мислячими, свідомими індивідами, які спрямовані на досягнення певних цілей, в даному випадку не має ваги: всі свідомі суспільні відносини в решті решт "приспосовуються", зводяться до матеріальних потреб. Ось чому розвиток суспільства здійснюється як природно-історичний процес, а історична потреба в певних умовах, на окремих стадіях свого руху стає одноваріантною і невідворотною. Що і знайшло вираження в сучасному ринковому трансформуванні економіки.

Розглядаючи процес розвитку економічної системи у вияві єдності прогресу виробничих відносин і продуктивних сил, зазначимо, що він - об'єктивний. Проте не слід випускати з уваги аспект практичного функціонування економічної системи: її рух відбувається в єдності розвитку і функціонування. Єдність розвитку і функціонування містить одночасний вияв матеріально-об'єктивних рушійних сил й свідомої економічної діяльності людей, їх взаємозв'язок створює діалектичну взаємодію. Як зазначив Ф. Енгельс, "взаємодія скасовує всяке абсолютно первинне і абсолютно вторинне; але разом з тим вона є таким двобічним процесом, який за своєю природою може розглядатись з двох різних точок зору; щоб його зрозуміти як ціле, його необхідно навіть досліджувати окремо спочатку з однієї, а потім з другої точки зору, перш ніж можливо буде підсумовувати сукупний результат" (Маркс К., Енгельс Ф. Тв., Т. 20, с. 483).

Залежність суспільної свідомості від буття в процесі їх взаємодії (свідомості і буття) передбачає існування лише відносної самостійності, бо реально вони тісно пов'язані взаємним впливом і взаємною зумовленістю.

Тому і в генерації підприємництва об'єктивні і суб'єктивні чинники тісно переплетені.

Реалізація необхідності ринкового реформування економіки складається як взаємодія об'єктивних матеріальних факторів і суб'єктивної, свідомо цілеспрямованої діяльності. Саме в цьому аспекті механізм дії економічних законів і фінансово-господарський механізм збігаються, а виразником рушійних сил є реформуюча діяльність суб'єктів економічних відносин – людей, як носіїв специфічно суспільної форми руху матерії. Причому суб'єктивний фактор має певну структуру: він має вигляд відносно самостійної підсистеми органів соціально-економічного регулювання (управління), що в своїй діяльності повинні виходити з корінних потреб об'єктивного розвитку суспільства як неминучого руху по шляху соціально-економічного прогресу. Носієм суб'єктивного чинника є людина, а сутність вияву визначається розвитком підприємництва, як фактора розвитку економіки.

Роль суб'єктивного чинника, його практично перетворювальна потужність вимірюється мірою адекватності розуміння підприємцем реальної дійсності. І глибокі, і поверхові знання підприємця повною мірою детермінують майбутнє. При цьому функціонуюча система економічних відносин може мати не один варіант, а декілька варіантів його стану. Із різних об'єктивних можливостей підприємець вибирає найбільш значущі для реалізації своїх цілей, чим і впливає на створення конкретних форм відносин. Ось чому вдосконалення економічних відносин, як прояв посилення відповідності їх потребам людей, які розвиваються, одночасно свідчить і про відповідне вдосконалення продуктивних сил суспільства, розвиток людини, як головного їх елементу, фактору підприємництва сучасного процесу економічного зростання.

Успішний поступ у створенні нового для нашого суспільства ладу соціально спрямованої ринкової економіки потребує не лише реалізації об'єктивних передумов, що спричиняють цей процес і втілюються у відпрацюванні відповідного фінансово-економічного механізму господарювання, а й активізації суб'єктивних чинників ринкових перетворень. Насамперед це формування психологічних засад свідомої й ініціативної діяльності людей, сприйняття ними змін соціального буття й адаптації до нових, ринкових умов життєдіяльності. Це призводить до утвердження нової ментальності, адекватної ринковій парадигмі.

У загальноприйнятому розумінні парадигма сприймається як сукупність усталених наукових поглядів щодо певного процесу, що репрезентують його істинність у суспільнім сприйнятті. Сама парадигма не є застиглою незмінною системою (догмою, каноном): вона акумулює нові знання та набутий досвід (в інтеграції теорії і практики) як відповідну філософію та ідеологію світогляду, втілюваного у соціально-економічних цінностях суспільного розвитку, характерних для певної епохи. У цьому розумінні парадигма виступає як продукт, надбання певного етапу цивілізаційного розвитку, що постійно збагачується, еволюціонує.

Перехід від раніше існуючого суспільного ладу (який ґрунтувався на централізованій командно-директивній економічній системі і визначався як соціалістичний) до нового, заснованого на ринковій системі господарювання, знаменує одночасно і зміну суспільно-економічної парадигми: від телеологічної до генетичної. Телеологічна парадигма (від грец. мета, кінець і судження, вчення) розглядала розвиток як здійснення наперед визначеної мети (побудови комунізму), а всі дії, що пов'язувалися з досягненням цієї мети, сприймалися як доцільні. В загальних рисах сутність телеологічної парадигми виявлялась у формуванні масового усвідомлення того, що динамізм і ефективність соціально-економічного розвитку забезпечуються діями суспільства як єдиної машини, єдиної фабрики, що регулюється з єдиного центру. Тут окремо взята людина практично нічого не варта: вона лише окремий “гвинтик” цієї машини, тоді як уся діюча система підпорядкована колективізму, психології общини, гурту. А це мало породжувати відповідне мислення, створювати переконання і віру в те, що світле майбутнє прийде лише внаслідок чарівного поруху з центру, буде дароване мудрим керівництвом. Подальше збереження цієї парадигми – історичний нонсенс. Адже загальносуспільний розвиток – не арифметична сума сумісних зусиль, а синтез активної творчої дії окремих людей-провідників прогресу. Зусиллями гурту забезпечувалося виживання людства лише на перших порах цивілізаційного розвитку, а відтоді значно змінилися умови соціального буття, підвищилася роль особистості як самодостатньої цінності в загальному соціумі.

Якщо за ідеологією телеологічної парадигми людина існувала як фактор виробництва (людина для економіки), то за генетичної економіка є фактором для розвитку людини (економіка для людини). Тобто, відбувається перестановка місцями людини і економіки у питанні “хто існує для кого”.

Генетична парадигма (від грец. – походження, ствердження, розвиток) відображає таку систему поглядів, що сприймають суспільство як саморегульовану систему, що має свої внутрішні, іманентні їй механізми саморозвитку і саморегулювання. Вона забезпечується природною еволюцією і природним добром визначальних суб'єктів. Згідно із цим людина в економіці розглядається як творець, а економіка є поприщем реалізації творчого потенціалу людини, засобом подальшої еволюції людини як кінцевого наслідку цивілізаційного поступу суспільства. Саме на цих засадах відбувається формування ринкової соціальної психології і розуміння підприємництва як засобу суспільного прогресу.

Природно, усвідомлення дії генетичної парадигми вимагає певного часу, коли кожна людина зрозуміє, що вона сама є творцем свого щастя, добробуту і суспільного положення, а також щастя і добробуту своїх нащадків, і буде діяти як економічний суб'єкт відповідно до своїх усвідомлених економічних і соціальних інтересів. Саме це стверджує необхідність надання простору (ліберізації) творчому розвитку і

саморозвитку людини в економіці, виробничій життєдіяльності, де власником засобів виробництва як об'єктивної умови є ця особа як господар. Зрозуміло, що істотне зрушення в соціально-економічному розвитку може настати тоді, коли буде досягнута “критична маса” рушійної сили позитивних перетворень, генерованих відповідною ринку парадигмою і адекватною соціальною психологією.

Звичайно, соціально-економічний розвиток суспільства є результатом дії різноманітних чинників, серед яких психологічні настанови займають особливе місце. Адже суспільство існує насамперед як певний соціум, спільність життя людей розумних (*homo sapiens*), продукт їх генетично-функціональних зв'язків. Вони породжують предметно-духовний світ культури, що функціонує в тісному переплетінні матеріальних та ідеальних, об'єктивних та суб'єктивних субстанцій життєдіяльності конкретних істот-людей. Тут людина постає одночасно творцем-співучасником соціуму і спілкування, що втілюється в її психологію. Тому психологічний стан людини, розуміння нею перспективи історичного парадигмально-ментального генезису складають основу формування її активної позиції і мотивації діяльності в процесі соціально-економічного розвитку.

Останній аспект надто важливий з погляду критичних фаз руху цього процесу – періодів зламу старого і творення нового суспільно-економічного устрою, яким є трансформаційний період переходу до ринкової системи господарювання зі зміною розуміння змісту справедливості і цінностями буття. Ринкове трансформування економіки потребує врахування досягнень світової наукової думки як елементу загальнолюдської культури в її цивілізаційному розвитку, що тісно переплітається з революційним оновленням свідомості. В цьому відношенні успіх реформаційного процесу потребує не лише руйнування психологічних перепон, а й забезпечення психологічних чинників прискорення соціально-економічного оновлення суспільства. Виражаючи чуттєвий, емоційний і вольовий бік духовності, суспільна психологія є своєрідним виявом “душі” економіки, інтегрує спосіб, засіб, фактор і мету економічного прогресу. В цьому разі в складі суспільної психології може виділятися її окремий різновид – економічна психологія.

Економічна психологія – це відбиття інтересів, ціннісних орієнтирів та ідеалів благополуччя, настанов і мотивів (часто глибоко особистих) економічного поведіння людей. Тут немає ні перебільшення чуттєвого боку духовного світу людини, ні пониження ролі знань, раціональної компоненти свідомості. Мова йде про єдність двох нероздільних, діалектично взаємодіючих сторін: матеріального та ідеального, об'єктивного й суб'єктивного чинників в економічному поведінні людей. А діалектична природа цього взаємозв'язку дозволяє зазначити, що, виходячи із конкретних умов ступеня розвинутої системи, первинність чи вторинність дії чинників часто змінюється: первинне стає вторинним, а вторинне первинним, об'єктивне стає суб'єктивним і навпаки.

Враховуючи те, що в сучасних умовах формування ринкової системи економіки визначального значення набувають саме психологічні чинники (сприйняття нової системи в дії), це спонукає до подолання ряду психологічних стереотипів, що виникли і закріпились під дією теологічної парадигми в системі менталітету. Розглянемо деякі з них.

1. Розвиток економічного тезаурусу. Відомо, що в марксизмі, який виступав ідеологічною основою теологічної парадигми соціалізму і методологічною основою формування відповідного менталітету, домінантою є матеріальне виробництво. Відповідно до цього, критерій оцінки досконалості і розвитку суспільства формувався з позицій макроекономічного підходу, тобто у вияві стану продуктивних сил і виробничих відносин. Роль же окремого індивіда випадала із поля зору: вона мала абстрактну чинність, ставала другорядною, ігнорувалася до поняття “взагалі”.

Зміщення акценту економічного тезаурусу, пов’язаного із зосередженням економіки саме на людині, спричиняє синтез економічної теорії з соціологією, психологією, політологією та іншими суспільними науками, бо економіка як така не може бути самоціллю. Оскільки основним завданням економіки є забезпечення зростаючих людських потреб, то й усі її сучасні перетворення повинні мати соціальну спрямованість, що і визначає критерій оцінки її розвинутої та досконалості.

2. Подолання психологічної пасивності. Психологічна пасивність породжена значною інерційністю психологічних настанов, підживлена недовірою та можливістю позитивних зрушень. Це зумовлено численними кампаніями “радикальних змін”, що проводились в минулому “зверху”, і які так ні до чого не привели. Така безплідність попередніх реформ породила скепсис: “хотіли як краще, а вийшло як завжди” тобто безрезультатно. То ж і ринкове реформування в основній масі сприймалось з недовірою. Саме цей психологічний “нігілізм” викликав початкове несприйняття нової, ринкової системи цінностей, спричинив затяжний характер реформи.

Серйозне ринкове реформування економіки полягає в зміні економічного базису суспільства – відносин власності. Адже це – основа основ суспільно-економічного ладу. Вона генерує адекватну надбудову – систему влади, бо в кого власність, у того і влада. А оскільки базис і надбудова взаємозалежні, то слід враховувати й інший логізм “у кого влада, у того і власність”. Приватизація власності як вихідна умова ринкової трансформації національної економіки в Україні, що забезпечує передачу власності народу не взагалі, а конкретним громадянам, спричиняє становлення в країні демократичного устрою – народовладдя.

Як відомо, перший етап приватизації власності (проведеної в умовах шаленого опору політичних сил старого апарату) призвів до її формального характеру. Адже свідчення власності у вигляді приватизаційних сертифікатів, майнових та земельних паїв на засоби

виробництва ніякої влади над ними їх власникам не давали, як і не приносили доходу. Стара демагогія про те, що “суспільна власність це і є власність народу” (а не конкретної особи) замінилося новим: “тепер вся власність – ваша” в тій же мірі, як і раніше. Проте, оскільки приватна власність стала легалізованою, то політичні кола, які стояли при владі (представники старого апарату), таки використали залежність “у кого влада – у того і власність”: власність почала концентруватись у їх розпорядженні через механізм підставних осіб. Створилась ситуація така, що у бідних чиновників виникли багаті родичі, а самі чиновники – ну зовсім безсеребренники.

Подібний стан справ також є наслідком психологічної пасивності громадян, населення в цілому. Подолання психологічної пасивності населення щодо його участі у забезпеченні безповоротності ринкового реформування економіки і створення відповідного соціально-економічного устрою в Україні вимагає не проведення формальних змін в системі відносин власності, а забезпечення в Україні реальних зрушень економічних інтересів і стимулів, що мають створити дійсно ринкову мотивацію діяльності людини.

Зараз розпочався процес створення реального власника в функціональній економіці, в секторі сільського господарства. Він включає реструктуризацію колективних сільськогосподарських підприємств і створення на їх основі різноманітних за організаційно-правовим статусом приватних підприємств (від індивідуальних до корпоративних фірм), які у сукупності складають багатоукладну аграрну економіку, що функціонує на конкурентних засадах. Другим і визначальним елементом статусу реального власника є створення умов розпорядження приватною власністю на засоби виробництва через ринковий механізм їх руху від неефективного до більш ефективного власника шляхом купівлі-продажу, а також впровадження механізму розподілу доходів підприємств за працею і капіталом. Це здійснюється шляхом формування на корпоративних підприємствах фонду стимулювання праці та фонду дивідендів. Окремим питанням є третій елемент – створення умов ринку цінних паперів корпоративних підприємств (обмеженого статусом закритих акціонерних товариств), що може поживити рух капіталу та інвестиційних процесів.

Подолання в психології парадигмально-ментальних стереотипів - факторів суспільно-економічного розвитку. Відомо, що в умовах централізованої економіки ініціатором і рушієм змін виступав центр-зверхник. А завдання “низів” полягало в сумлінному виконанні його волі. Нова ж ринкова парадигмальна ментальність змінює все це з точністю до “навпаки”: саме індивід, його діяльність, його уподобання, потреби й інтереси стають дійсними факторами соціально-економічних зрушень. Це кристалізується в системі демократичного устрою суспільства й у механізмах його функціонування засобами волевияву осібних інтересів у режимі плюралізму і лібералізму, втілюється в створенні відповідної політичної надбудови, адекватної базису ринку.

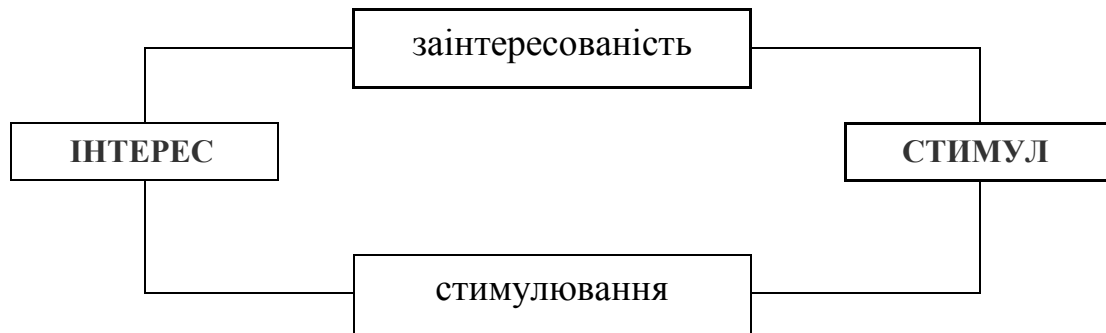
Слід також зазначити, що становлення нового соціально-економічного ладу в нашій країні розпочалося в умовах системної і затяжної кризи. Будь-яка криза перш за все виявляється на рівні людської психології, а не на рівні свідомості. Це справедливо як для окремої людини, так і для суспільства в цілому. Коли починає хитатися стара система цінностей, в суспільстві настає соціальне збурення, формуються напрями дисидентства (інакомислення) і суспільних рухів, які дестабілізують соціальну психологію. Особливо чутливими до суспільних змін є люди, невпевнені в собі, з суперечливою психікою. Такі люди не тільки легко впадають у стан екзальтації, але й свідомо шукають такого стану, шукають духовного збудження. Саме вони прагнуть мітингів, страйків у надії на те, що хтось явить чудо і задовольнить їх збуджені сподівання.

На це можна б було не звертати увагу, якби не велика масштабність вияву подібних явищ та не ті шкідливі наслідки, що вона приносить індивіду та суспільству. Це явище виявляється як соціопатія – соціальна патологія. Саме вона генерує виникнення великої маси нікчемних політичних партій, опозицій, амбіціозних групувань, а також є живильним середовищем економічного, політичного й релігійного шахрайства. Приклади вияву соціопатії сумновідомі – це і фінансові піраміди, шахрайські трасти і селенги, які висотали величезні кошти в кишені “благодичинців”; це і релігійні тенета різних сект, “туру”; це і ошуканство різних ясновидців, екстрасенсів, “цілителів”; це і “хутірські” політичні отамани, що наживають капітал публічними скандалами аж до меж Верховної Ради. Все це гальмує рух вперед, стримує формування дієздатної соціально-економічної психології суспільства, а разом з тим і побудови високоефективної, соціально спрямованої ринкової економіки.

Таким чином, чітке усвідомлення потреби формування адекватної ринку соціальної психології і визначення її ролі у прогресі нашого суспільства, дозволяє не лише фіксувати сучасні актуальні питання розвитку суспільства, а й усвідомлювати можливі шляхи і методи їх вирішення.

Проблема розвитку підприємництва як умови прискорення ринкового реформування і рушійного фактору економічного зростання тісно пов'язане не лише з корінним поновленням соціальних ідеалів, психологічних настанов, але й забезпеченням відповідної мотивації економічного поведіння людей, реалізацією їх інтересів. Метою реформування економіки є створення соціально орієнтованої ринкової системи відносин як продукту синтезу загального соціально-економічного розвитку по цивілізаційному шляху прогресу людства. Цій системі притаманний своєрідний вияв спонукальних мотивів і стимулів, відмінних як від дирижизму, так і лібералізму. В основі мотиваційного механізму знаходяться інтереси людей, певних соціальних груп і суспільства в цілому, які формують конкретні стимули дій. Реалізація ж інтересів через стимули (як вияв об'єктивних законів) відбувається опосередковано психологічними чинниками – заінтересованістю і стимулюванням.

Схематично це має такий вигляд:



У системі дирижизму (централізованій економіці) мотивація дій окремого індивіда обмежується відчуженням його від наслідків праці і зрівнялівкою доходів. У цих умовах процвітає економічний та адміністративний примус, а заінтересованість та стимулювання свідомих дій значно обмежені. Часто вони зводяться до рівня чисто біологічного самозбереження, тобто до інстинктивних виявів виживання, що призводило до підпільних форм підприємництва ("цеховиків", "комбінаторів" тощо).

У системі лібералізму (стихійного ринку) мотивація дій активного економічного суб'єкта характеризується масовим виявом егоїстичних чинників. Не будучи обмеженим, це може призводити до виникнення експлуатації, ігнорування інтересів інших людей. Внаслідок цього можуть розвиватись процеси дисгармонії інтересів окремих прошарків суспільства, що призведуть до значного посилення соціальної напруги і стримування розвитку продуктивних сил суспільства.

Регульована ринкова система економіки не випадково має соціальну орієнтацію, що створюється засобами державного впливу на спрямування зусиль підприємців в русло реалізації загальнонаціональних інтересів. Частково це досягається засобами заінтересованості підприємців у здійсненні тих проектів, що мають загальнонаціональний інтерес як загальнонаціональна цінність, забезпечуючи відповідне стимулювання наданням пільгових умов господарювання, і виступає стимулом їх підприємництва. Таким чином, держава стимулює реалізацію інтересів суспільства.

Соціальна ринкова економіка являє собою альтернативу як крайньому лібералізму, так і дирижизму. Вона забезпечує поєднання принципів свободи товаровиробника на ринку з принципом соціальної рівності. Метою держави стає досягнення суспільного благополуччя, миру і добробуту. Під ними розуміється забезпеченість всіх членів суспільства належними матеріальними благами, достатніми для збереження себе і свого виду. За цих умов відбувається підпорядкування підприємництва інтересам суспільства.

Мотивація підприємництва в умовах соціально орієнтованої ринкової системи будується на ідеології недоторканості приватної власності й прав

людини. Людина-підприємець готова взяти на себе тягар ініціативної діяльності лише за умови, коли він завдяки цьому може одержати кошти для себе особисто, для своєї сім'ї і свого потомства. Тобто, в основі мотивації підприємництва лежить найбільш потужне спонукання, що впливає із самозбереження в поєднанні з стимулюванням вдосконалення людини в творчому процесі.

Виходячи із позитивної ролі регульованого підприємництва для забезпечення соціально-економічного зростання, його обмеженості у вияві (зараз переважно в індивідуальних формах малого бізнесу), суспільно доцільно створювати пільгові умови для його генерації і розвитку. Це може виявлятися у відповідному режимі оподаткування, створенні позитивного іміджу в суспільстві, морального заохочення виявів, що здійснюють одночасно із рішучим і безкомпромісним викоріненням індивідуального (групового) егоїзму та інших негативних його форм. Треба пам'ятати, що в його основі лежить поклик до збагачення, то ж реалізація його повинна досягатися у легітимних, регульованих і суспільно контрольованих організаційних формах, що сприяють економічному зростанню в межах соціально орієнтованої ринкової економіки.

8.3. Феномен лідерства в концепції соціальної системи демократичного суспільства

Успішність становлення і розвитку в Україні досконалого ринкового соціально-економічного устрою значною мірою залежить від гармонічності поєднання об'єктивних і суб'єктивних чинників цього процесу.

Сферою вияву об'єктивних чинників соціального розвитку є формування адекватних ринку базисних економічних відносин (відносин приватної власності) та становлення відповідної структури бізнесових формувань і фінансово-економічного механізму функціонування суспільного розширеного відтворення на засадах дії об'єктивних економічних законів капіталістичних суспільно-економічних відносин – відносин ринку. Сферою ж вияву суб'єктивних чинників цієї системи є складний комплекс парадигмально-ментальних засад соціальної психології, становлення соціально-психологічних засад соціальної свідомої й ініціативної діяльності людей, тобто усвідомлене сприйняття ними природності змін свого соціального буття і відповідної адаптації до нових (ринкових) умов життєдіяльності. Отже, це передбачає не лише пасивне визнання тих змін, що відбуваються в суспільстві, а й створення адекватних до нової системи суспільно-економічних відносин психологічних установок вчинків і дій людей, подолання інерційних психологічних перепон, які стримують творчу ініціативу і підприємливість, формування нової громадської свідомості і демократизації.

Необхідно зазначити, що становлення змін, адекватних ринковому

соціально-економічному устрою в сфері суб'єктивних чинників відбувається значною мірою “вторинно” (після змін у сфері об'єктивних чинників), тобто з певним часовим лагом та досягненням необхідної “критичної маси” базисних змін в суспільстві. Крім того, становлення ринкової соціальної психології відбувається під впливом інерційної дії раніше існуючої соціалістичної ідеології та значно відрізняється від примітивізму стихійного ринку. Якщо в умовах стихійного ринку суб'єкт господарювання має на меті реалізацію насамперед свого власного інтересу (що приводиться у відповідність з інтересами суспільства дією “невидимої руки” (за А. Смітом), тобто він першопочатково егоїстичний, то в умовах соціально-орієнтованого ринку інтереси підприємництва, економічної діяльності взагалі першопочатково узгоджуються із суспільними інтересами. Цьому сприяє функціонуючий режим громадського суспільства – демократичний устрій (що включає регулюючі функції держави), які підпорядковують зусилля окремих суб'єктів господарювання і спрямовують їх в русло суспільних цінностей.

Таким чином, становлення соціально-орієнтованої ринкової економіки спричиняє істотні зрушення в сфері “людського фактору” в напрямі посилення гуманізації і демократизації суспільства, розквіту ідеалів і духовності людей, подолання їх відчуженості від власності і продукту своєї праці, набування ними рис людини-творця. Зазначене пов'язується з перебудовою психології соціуму, механізму соціального управління, з посиленням ролі лідируючої еліти в становленні ринкового соціально-економічного устрою, переосмислення сутності феномену лідерства особистості і окремих країн в процесі формування цивілізаційних цінностей.

Загальновідомо, що суспільний розвиток відбувається шляхом переходу поступово накопичувальних змін (їх кількісного вияву) у нову якісну визначеність стану. Каталізатором цього процесу є формування в суспільстві певною мірою упорядкованого руху, носіїв прогресивних змін, лідерів-вожаків, які не лише сприяють нарощуванню “критичної маси” змін, але і визначають та уособлюють їх сектор.

Проблема лідерства привертає увагу дослідників протягом віків. Античні історики (Геродот, Плутарх та інші) концентрували увагу на ролі лідерства в історичних подіях як вияву духовної сили особистості полководців, монархів, інших вожаків, вирішального впливу їх волі, організаційної здібності на розвиток історичних процесів. У Макіавеллі феномен лідерства є визначальною рисою правителя, наявність якого є умовою досягнення політичних цілей, а відтак і прерогативою використання для цього будь-яких засобів вольового рішення [23].

Значний поштовх у розкритті феномена лідерства в суспільстві зумовила дискусія (що перманентно виникала в філософській та соціологічній літературі) стосовно ролі особистості в історії та природи вождізму і культу особи в суспільстві. Актуальність проблеми загострювалась необхідністю розуміння глибинних коренів вияву жорсткої

деспотичності в ХХ ст. в світі, що виявилися на тлі демократичних засад цивілізаційного поступу. Зокрема природи фашистських диктатур (Муссоліні, Франко, Гітлер) та соціалістичної “демократії” (Ленін, Сталін, Мао, Пол Пот та інші), які в періоди свого найбільшого вияву безсумнівно користувались розумінням і підтримкою широких мас населення своїх країн. За Ніцше це явище пояснюється тим, що маси, які створюють соціальний організм, потребують авторитету подібно тому, як сім’я потребує авторитету батька, а прагнення окремої особистості до лідерства є природним виявом творчого інстинкту людини. За умови ж вседозволеності “революційної доцільності” нормальне лідерство, ігноруючи мораль, перетворюється у волюнтаризм [28].

В сучасних соціологічних працях лідерство є об’єктом дослідження сукупності психологічних і соціально-психологічних аспектів взаємодії людей переважно малих груп відповідно до потреб вдосконалення менеджменту. При цьому, будучи підпорядкованим розробці методів відбору лідерів, дослідження акцентуються на різних аспектах вияву рис лідерства: у сфері психології і психіатрії – на загальній характеристиці особистості лідера; соціології – на вияві лідерства в соціумі; соціальній психології – на взаємодії соціальних і психологічних факторів його вияву, що в сукупності є підставою висунення окремих працівників на керівні посади, лідируючі позиції в групах, колективах [3; 18; 41].

Разом з тим, проблема лідерства виходить далеко за рамки вузького практицизму менеджменту, включає в себе аспекти самоорганізації суспільства, місії національної еліти, рушійних сил суспільно-економічних перетворень, домінуючого стану окремих політичних течій, доктрин, націй. Важливість зазначених аспектів визначає високу актуальність проблеми лідерства для встановлення в Україні ринкового соціально-економічного устрою і визначення належного їй місця серед країн світового співтовариства. Зазначене актуалізує завдання: використовуючи системний підхід, розглянути субстанцію феномену лідерства і його ролі у забезпеченні суспільно-економічного розвитку.

Лідерство (від англ. leader – провідний, керівний) за сучасними уявленнями є одним із соціальних механізмів інтеграції соціуму, коли окремий індивід або певна частка соціальної групи поєднує, спрямовує дії загалу, що спочатку вичікує, а потім сприймає і підтримує ці дії. Частково перегукуючись із термінами “управління”, “керівництво”, “провід”, лідерство разом з тим характеризує специфічну форму відносин підпорядкування суспільних дії волі лідера. Тип лідерства завжди визначається природою суспільства, конкретно-історичною ситуацією його розвитку, специфічним характером та структурою лідируючих груп – еліт.

Існує добре відомий забобон про те, що лідерство є вияв боротьби за владу, а сама боротьба є формою реалізації амбіцій її учасників. Проте в проблемі влади, її успадкування (пов’язаної зі зміною лідера, а відтак і конкуренцією чи боротьбою за першенство) існують більш вагомні чинники, ніж сутичка одного лідера чи керівника з іншим. Політичний діяч

владного олімпу, розпоряджаючись долями мільйонів людей, він разом з тим собі не належить. У сутичці інтересів, мотивів, характерів лідерів у більшості випадків відображається головна сутність найважливіших суспільних проблем. Лідер є виразом найбільш впливових тенденцій суспільного розвитку: не лідер формує розвиток, а сам розвиток висуває лідера-виразника цього розвитку.

Тісне переплетіння у феномені лідерства особистих рис і ситуаційних обставин небезпідставно фіксується відомою американською приказкою про умову успіху: “треба бути в потрібний момент в потрібному місці”, коли наявні у людини риси лідерства дають шанс на успіх. Таким чином, успіх лідера детермінується особистісними рисами (харизмою) та суспільним попитом – потребою в їх реалізації.

Як правило, “харизма” (від грецького) тлумачиться як божественний дар, властивість особистості, особлива обдарованість людини, що викликає визнання в оточенні, повагу, переконливість, вплив. Як соціальне явище харизма багатоаспектна. Наявність харизми не призводить автоматично до лідерства, але лідерство без харизми маловірогідне. Серед основних аспектів харизми можна виділити дві групи ознак її вияву. До першої групи ознак харизми слід включити релігійний, культурологічний та комунікативний аспекти, а до другої – психологічний, соціологічний та соціально-політичний ракурси вияву.

Релігійний аспект дозволяє розглядати харизму дійсно як божественний дар, притаманний учителю-пророку. З позиції власне лідерства в цьому аспекті харизми виділяється дві сторони: з одного боку – вияв харизматичної влади, управління в широкому розумінні змісту (зовнішнього представництва, внутрішнього керівництва, збереження порядку шляхом духовного наставництва); з другого боку – опора на мовлення, пророкування як форми реалізації учительства не пов’язане з безпосереднім управлінням, підтримкою порядку в суспільстві, тобто не є виявом реальної адміністративної влади. Таким чином, релігійний аспект харизми як благо чинності першопочатково спрямоване на торжество ідеологічне, що лише згодом із формуванням адміністративної надбудови (церкви) породжує владу не лише духовну, а й верховенство над владою світською.

Культурологічний аспект харизми виявляється у зовнішній привабливості харизматичної особистості (наприклад: високий зріст, зовнішня чарівність, краса, комунікативність, переконливе мовлення, щирість тощо). До речі, в давньогрецькій міфології словом “харіті” називались три богині: краси, витонченості, граціозності. Атракціонізм культурологічної харизми виявляється як сила, що притягує, мистецтво зачаровувати людей, виникнення духовної єдності, довіри і віри харизматику, що знайшло вияв у формулі відомої сентенції: “краса врятує світ”.

Комунікативний аспект харизми виявляється у силі впливу

харизматичної особистості на оточуючих у вигляді спрямованої пропаганди. За допомогою комунікації розрізнені факти, політичні події і взагалі соціальна реальність інтерпретуються в певній упорядкованій системі, подаються у вигідному для харизматика ракурсі, нав'язується публіці необхідне розуміння і дії, що впливають звідси. Першопочаткові заходи риторики (як харизматичної комунікації), що виявлялись в раціональному переконанні, логіці, згодом були доповнені елементами ірраціональності – опорою на підсвідому систему очікувань, переконань чи інтересів, породжених досвідом та освітою загалом. Зазначене дозволяє маніпулювати настроєм мас, якщо обіцяне оратором-харизматиком знаходить резонанс у слухачів, відповідає їх очікуванням. Вплив на публіку харизматичної комунікативності тим більший, чим більш прихованими є істинні цілі акції: охоче обманується той, хто готовий бути обманути.

Таким чином, перша група аспектів вияву харизми є передумовою власне лідерства: створює своєрідну месіанську ауру харизматика, формує його суспільне визнання і авторитетність та потенціал у його особі “заступника” мас, виразника їх власне лідерства як володаря дум широких мас.

До другої групи аспектів харизми належать ті, наявність яких не лише повертає увагу до харизматичної особистості, а й перетворюють її в реального лідера, носія влади, тобто має суспільно-політичний вираз.

Психологічний аспект харизматичної особистості виявляється в ілюзії контактності, доступності, взаєморозумінні і взаємності. При цьому складаються відносини особистого порядку, відносини суб'єктивні. Вони дозволяють кожному суб'єкту натовпу уявляти собі, що він знаходиться у безпосередньому контакті з видатною людиною, якою всі захоплюються. Цього досить для того, щоб розповідати співгромадянам (чи потомкам): “Я бачив його, я доторкався до нього, я потискав його руку, він говорив зі мною...”. Тут слід звернути увагу на спомини людей, які бачили Леніна. Для кожного з них найважливішим було відчуття психологічного єднання з вождем, а вся сутність зводиться до того, що Ленін у їх уяві була проста людина, але при цьому – “найлюдяніша людина” для більшості населення, людина своя, як всі. На цій основі магія харизми проникає в глибину суспільства, генерує можливість прихильності мас, приваблення їх до себе, розпорядження волею людей, особистістю інших, відкриває шлях до реальної влади.

На підставі психологічності харизми виникають фанатизм, ірраціональна довіра до авторитету, явища часто не підвладні логіці, зокрема масові внески коштів у шахрайські фонди, що обіцяють легко збагатитися всім, тверда віра у здійснення всього, що обіцяє вождь.

Соціологічний аспект. Харизма розглядається з позиції рольових функцій особистості як вожака, полководця, політика. Лідерство тут зумовлюється переважно суспільними факторами, а не самими особистостями як такими. Більш того, надана (набута) реальна влада певної особи в суспільстві автоматично визначає положення цієї людини

як лідера. Особливість соціологічної харизми полягає в тому, що це – певна якість індивідуальної особистості, на основі чого вона сприймається як виняткова. Завдяки цьому до лідера ставляться як до особистості, наділеної надприродними владними якостями.

Однією із основних ознак живучості соціологічної харизми є її легітимність, що ґрунтується на суспільному визнанні надзвичайних, виняткових здібностей і властивостей певного індивіду, що дозволяють йому (за умовчанням загалу) здійснювати в суспільстві функцію пророка, вождя, реформатора, реалізовувати харизматичну владу як прояв “божественної благодаті”. Цей тип легітимності виникає, як правило, в періоди суспільних криз, революцій, воєн та інших соціальних потрясінь, коли для досягнення певної мети необхідна мобілізація всіх сил і резервів суспільства. Харизматичний володар, державець, спираючись на “дар прозорливості” та підтримку народу прагне підірвати основи віджившого соціального порядку, відкинути його соціально-політичні норми і утвердити нові. В цьому полягає історичність місії соціологічного харизматика-лідера. Послідовники, учні, а також народні маси підкоряються такому лідеру до тих пір, поки він здатний доказувати свою винятковість. В цьому полягає трагізм харизматичної особистості: лідер втрачає контроль не лише на своїми противниками, але і над результатами своїх вказівок і рішень, втрачає своїх прибічників.

Разом з тим харизма може переноситись на посаду або організацію, що видатний політик займав чи створив, тобто перетворюватись у фетиш. Тоді харизма набуває значення символу і стає власністю певного соціального інституту, ідеалізованого харизмою їх творця.

В реальних умовах конкретного суспільства елементи харизми можуть бути наявні в різних поєднаннях і комбінаціях, виступати органічною частиною загальної політичної культури.

Соціально-політичний аспект харизми узагальнює усі раніше виділені аспекти, реалізує соціально-політичний феномен у її ідеально-типовому прояві як рушійного чинника розвитку соціальних процесів в суспільстві, тобто в розумінні її за М. Вебером як феномена [50].

За М. Вебером, харизма лідера збурює існуючі устої, ламає традиції, норми і правила, призводить до встановлення нового порядку, що з ентузіазмом сприймається масами. В цьому полягає елемент революційності харизми, а сама харизма освячує перетворення, що здійснюються, забезпечуючи соціальний прогрес суспільства, набуваючи могутнього засобу політичного впливу, і знаходить резонансний відгук у суспільстві.

Разом з тим, слід зазначити, що в реальній дійсності можливі значні відхилення від “ідеально-типичної” чистоти, властивої веберовському розумінню харизми. Ці відхилення забезпечуються брудними політичними технологіями, підміною істинної харизми псевдохаризмою. Адже вирішальне значення для виникнення харизматично-владних відносин в суспільстві має не стільки володіння політиком харизми, скільки

визначення її наявності в нього його прибічниками. За такої ситуації у вирішальні періоди (наприклад в період виборів) псевдо-харизматичний політик шляхом загравання з масами, висуненням нереальних (а інколи і баламутних), пустих обіцянок може досягати широкої популярності підтримки мас у реалізації своїх амбітних цілей. Прикладом цього може бути успіх політика В. Жириновського в Росії.

Отже, межа між справжньою харизмою як “божим даром” і удаваною в особі лідера-демагога може бути досить умовною. Сама харизма за брудних політтехнологій може бути об’єктом свідомого зумисного маніпулювання як засіб політичного впливу на маси.

Розглянуті окремі аспекти харизми як феномена лідерства дозволяють зробити деякі узагальнення з позиції історико-філософського підходу до зазначеного явища. З цієї точки зору можна виявити загальні і відмінні особливості харизми ідеалістичної і суспільно-політичної. Загальним для зазначених різновидів харизми є те, що в них домінує елемент влади, якщо під владою ми будемо розуміти відносини між суб’єктом і об’єктом. Відмінність же полягає у тому, яку різновидність влади мають на увазі.

З позиції ідеалістичної харизми мова йде про розумово-духовну владу, намагання на основі певних ідеалів створити справедливий і привабливий образ уявної моделі суспільного устрою. Це підтверджується ідеалістичними вченнями усіх релігій про рай та гідний спосіб життя для праведників-однодумців; численними соціальними утопіями ідеального суспільства (включаючи і уявлення про комунізм); просвітньою місією інтелігенції і її одвічним терзанням “хто винен” і “що робити”. Провідниками ідеологічної харизми є подвижники-пророки, місіонери, мислителі-гуманісти, філософи, вчені-шукачі так званого “філософського каменю мудрості”, що дозволив би установити справедливий устрій, а сама мудрість – вираз духовної влади харизматика.

З позиції суспільно-політичної харизми влада має прагматичний вираз як владна практика, реальне управління суспільними процесами, підпорядкування їх своїй ідеології, волі лідера. Харизматичний лідер, зосередивши у своєму розпорядженні всю повноту практичної влади, впливу на суспільні інститути, користується у своїй діяльності своєю ірраціональною індульгенцією, набуваючи права на ірраціональні вчинки як месія, спираючись на власне бачення сутності подій. Провідниками суспільно-політичної харизми є апарат відповідної партії, на яку опирається політик лідер, пропагандисти-агітатори, підпорядковані лідеру владні структури та засоби масової інформації.

Зазначене означає, що харизматичне лідерство у будь-якому прояві є складовою частиною суспільно-політичної культури. Магія харизми як феномен соціального прогресу полягає в тому, що вона дозволяє зафіксувати незрозумілі з позиції раціональності суспільні явища, що виникають інколи в людських взаємовідносинах, і які на побіжний погляд не є детермінованими з позиції формальної логіки. Разом з тим, харизматичне лідерство є продуктом глибинних соціальних зрушень в

свідомості суспільства, може реалізовуватись лише при наявності суспільного резонансу на його прояв.

Події соціально-суспільного розвитку в Україні підтверджують інтерес до розуміння їх сутності. Адже самі події свідчать про наявність глибинних зрушень, що відбулися у свідомості суспільства, зміни соціальних орієнтирів, а разом з тим – парадигмально-ментальних засад соціальної психології. Саме вони детермінують ротацію лідерів, які уособлюють найбільш впливові тенденції суспільного розвитку, а відчуття самими лідерами сутності тенденцій змін надає їм ореол відповідної політичної харизми. Це підтверджується новітньою історією суспільного життя України.

Як уже зазначалось, найбільш рельєфно політична харизма суспільного лідера виявляється у переломні періоди історії, періоди найбільших соціальних зрушень. Таким періодом були російські революції початку ХХ ст. (1905, 1917 рр.), що породили значну кількість харизматичних лідерів з обох сторін супротивних сил. Глибинне бажання соціальних змін, як протест проти існуючого суспільного устрою, призвело до відомого наслідку, появи харизматичних лідерів Леніна і Сталіна. Сталіна в свій час величали Батьком радянського народу, а суспільство сприймалось як велика сім'я. У ленінському, а потім і сталінському культі особи, спостерігається архаїчна символіка, семантично характерна для примітивних суспільств. Історичні документи засвідчують, що Ленін і Сталін у колективних уявленнях відігравали роль «іконного лідера», родового символу і відповідали природному людському прагненню мати заступника, який знає як вирішувати складні питання і перебирає на себе тягар відповідальності [8, с. 16].

Зазначені особливості харизматичного прояву влади Леніна – Сталіна (а потім фетишованої влади Комуністичної партії, як продовження їх харизми) у свідомості суспільства надавали права на ірраціональні вчинки (притаманні, іманентні феномену харизми) у знищенні величезної маси так званих «ворогів народу» і встановленні режиму особистої деспотії.

Глибинні зрушення соціальної свідомості, що засудили існуючий лад на основі оцінки реальної ситуації в суспільстві, висунули на перший план харизматичного лідера-реформатора М. Хрущова, а в Україні – П. Шелеста. Зміни в соціальних орієнтирах владних структур суспільства призвели до відставки П. Шелеста і призначенні Кремлем В. Щербицького. Добре відомо, чим завершився період хрущовських реформ і зміст кредо його наступника Л. Брежнєва – рятівної для себе і пагубної для країни заповіді: «не реформуй». Не розібравшись в доцільності окремих хрущовських реформ і їх відповідності реальним вимогам часу, і глибинним соціальним потребам, Л. Брежнєв ввергнув країну в смугу застою. Власна думка з приводу національного розвитку України обійшлася П. Шелесту посади «першої особи», а В. Щербицький зумів зберегти недоторканність заповідника «розвинутого соціалізму» на території України в часи перебудови.

В умовах боротьби за державну незалежність «як вираз наступного

соціального зрушення в свідомості суспільства» і можливої альтернативи вибору Президента суверенної України в особі В. Чорновіла чи Л. Кравчука, вибір Л. Кравчука безперечно відповідав тодішній суспільній свідомості, з одного боку, і фіксації принципів змін суті і функцій влади (того, що стосується суспільного Устрою) – з другого боку. Немає сумніву в тому, що Л. Кравчук в свою чергу був усунений від посади Президента України не в наслідок «народного волевияву», а в результаті дії конкретних політичних фігур, незадоволених його керівництвом і політикою. Тією елітою, яка була пов'язана з реформуванням базисних відносин в суспільстві – відносин власності. Цим самим було зведено нанівець революцію в Україні початку 90-х років минулого століття і забезпечено лідируючу роль пострадянської української еліти. Вона сформувалась із представників вищих «ешелонів» компартійної бюрократії, її дії зумовлені узвичаєним ними авторитаризмом, коли проблеми політичного, правового і управлінського аспектів суспільного життя практично не роздільні.

У зазначеному випадку історія суспільного розвитку в Україні зробила сумнозвісний «зигзаг», названий головою Верховної Ради України В. Литвином «ерою Л. Кучми», а її сутність отримала визначення як «кучмізм». Вона полягає в тому, що мета між демократичними і бюрократичними принципами управління виявляється розмитою. На поверхні соціального життя це має вираз як своєрідна суміш демократичних (за зовнішніми ознаками) і бюрократичних (за сутністю) інститутів, зокрема вибори – як форма призначення на посаду. Відсутність справжньої харизми Л. Кучма замінив готовністю пообіцяти «всім і все», а його колосальні амбіції і прагнення влади не були підкріплені необхідною компетенцією і талантом діяча державного рівня, що відкривало необмежені можливості компартійній бюрократії, що стояла за ним. Зберігались і передавались в спадщину звичаї моральної безвольності, покірності, інертності, бездіяльності та корисної заінтересованості в пристосуванні до реалій політичного життя, закріплених в нормах і організаціях, в позиціях сильних елітних політичних груп.

Історичний «зигзаг» суспільного розвитку за президентства Л. Кучми змістовно повторює брежневський застій. Необхідна і пов'язана з ходом трансформаційних змін (генерованих глибинними якісними соціальними зрушеннями в суспільстві) переоцінка цінностей в суспільстві почала гальмуватись. Це призвело до зростання соціальної напруги, нагромадження соціальної енергії, що виплеснулась на Майдан і втілилась в «помаранчевих» подіях, послідовники якої створили політичний сектор «оранжевих».

Не викликає сумніву те, що «помаранчева» заміна політичного управління в Україні принципово була відмінна від попередніх. Перемога В. Ющенка на виборах Президента України як суспільного політичного лідера стала наслідком рішучих змін соціальних очікувань і намірів, що назріли в масах. Саме ця обставина дозволила подолати шалений опір

владної бюрократії. Лідерські властивості В. Ющенко, що відповідають харизматичним ознакам ідей М. Вебера були підтриманні тими колами національної еліти, які бачать своє майбутнє (включаючи політичне) в демократичній модернізації суспільства. Провідною рисою тенденцій, що розпочались, є закріплення в українській політичній практиці, в усім суспільстві загальноприйнятих в світовім співтоваристві цивілізованих норм політичного і суспільного життя. Українське суспільство вперше, після легендарних козацьких часів, створило політичний прецедент, коли було порушено існуючі традиції визначення лідера шляхом передачі влади самого собі на наступний строк, або передачі її самим собою обраному правонаступнику (що характерно для Росії). Революційні події «помаранчевої» революції в Україні показали вільний волевияв громадян в умовах добре відпрацьованого за радянських часів механізму легітимних процедур та адміністративного тиску. Ці, раніше надійні механізми зустріли несподіваний опір громадян, суспільства, яке стало громадянським, а самі події визнані як революційні за аналогією буржуазно-демократичних революцій, що були в Європі в 1848 р.

Увага до подій новітньої історії соціального розвитку українського суспільства безумовно пов'язується з проблемою феномена лідерства. Статус першої особи в державі в сучасній системі влади невідривно пов'язується із проблемою персоніфікації влади, поєднання її з індивідуальними властивостями, харизмою, що наносить відбиток на зміст діяльності лідера і його оточення. Попередня влада поставила себе над суспільством і вела з ним безкінечну боротьбу, нав'язуючи йому свої правила гри, свої уявлення про суспільний розвиток і його «моделі». Поточний момент заміни політичного лідера створює об'єктивну ситуацію реалізації демократичного потенціалу суспільства. Поява в Україні справжніх харизматичних політичних лідерів європейського формату відкриває суспільству можливість включення у процес соціального розвитку тих духовних та інших сил українського народу, що раніше не були затребувані і тим більше не були введені в дію. Перетворити цю можливість у постійно діючий фактор суспільно-політичного розвитку українського народу – основне завдання сучасної політичної еліти, яка отримала могутній кредит довіри та пробудженої енергії громадянськості народу.

Тому цілком закономірно, що в сучасних умовах в Україні значна частина населення пов'язує рівень свого життя із станом управлінського корпусу, елітою суспільства – Президента країни, Верховної ради, Кабінету Міністрів, Адміністраціями різного рівня, а в діяльності окремих суб'єктів господарювання, закладів, трудових колективів – у відповідності із їх керівництвом.

На цій основі світова управлінська практика (особливо в сфері економіки, фінансів) створила новий тип управлінця-менеджера, наповнивши його функціональним змістом зобов'язань і відповідальності. Втративши статус звичайної привілейованості, економічний (а відтак і соціальний) менеджмент реально трансформується у форму творення

бажаного результату. Це особливий специфічний вид суспільно-економічної діяльності, що створює продукт, який не має собі рівних за ступенем прибутковості. Створюється також і сфера прояву: лідер - це уже не володарювання, не набір статусних привілеїв, а різновид виробничої діяльності, що оцінюється за конкретними критеріями, кількістю і якістю виробленого продукту, ринкової ціни, врешті-решт – конкурентоздатності. Цей продукт – організаційний, як кількісно-якісна режимна організація життєдіяльності об'єкта управління.

Зазначена обставина генерує і відповідні форми прояву, суспільні цінності. Організаційно зародившись в лоні демократії, увібравши в себе механізм управління демократичного суспільного устрою, вона породжує новий тип цивілізаційної культури – корпоративної культури, що виходить далеко за межі певної суспільної групи, окремої країни, набуваючи інтеграційно-цивілізаційних рис, які охоплюють як сфери матеріального виробництва, так духовну та суспільно-політичну сфери. Її підвалиною є самоорганізація особистості. За нашим переконанням існують два паралельно взаємодіючих напрями розвитку процесу становлення в Україні ринкової цивілізаційної системи суспільства. Перший – розробка наукової теорії організаційної діяльності і феномена в ньому лідерства на основі тенденцій західного менеджменту. Другий – формування достатньої за кількістю і якістю плеяди нових керівників, які на всіх поверхах та щаблях піраміди управління будуть практично здатні спрямовувати в потрібному для суспільства напрямі трудову «матеріально-виробничу, суспільно-політичну і духовну» діяльність усіх громадян-парламентарів, державних службовців, банкірів, працівників, використовуючи наукову теорію організаційної діяльності, саморозвитку і самоорганізації адаптованих до нашої національної ментальності і нашого суспільства.

За стилем прояву лідерство має авторитарний «що передбачає одноосібне спрямовуюче зусилля, засноване на застосуванні сили» і демократичний прояв (що дозволяє членам групи брати участь у визначенні цілей і управлінні діяльності з їх реалізацією), а також «формальне» (коли керівник призначається згідно з чинними правилами і виконує функціональні дії) та «неформальне» (коли воно виникає на підставі особистих взаємовідносин учасників, як форма визначення авторитету лідера). Зазначене передбачає висновок про те, що бути лідерами і ефективно управляти не зможуть ті люди (навіть при глибокому оволодінні наукою управління), які не мають «божого іскри», тобто генетичних задатків і здібностей до специфічної діяльності вести за собою маси, генерувати плідні ідеї, згуртовуючи їх організаційно. Авторитаризм вже, як правило, перероджується у вождизм і тиранізм, вони корисні в екстремальних умовах, коли досягнення загально визначених цілей потребує концентрації влади, «сильної руки». У звичайних же умовах ефективно лідерство існує на засадах демократизму та лібералізму, в умовах яких набуває характеру «мистецтва управління».

В сучасних умовах відбувається поступове відмирання раніше

існуючої високоцентралізованої комуністичної ідеології, носіями якої переважно залишаються люди старшого покоління, які уже не ведуть активної громадської діяльності. Зменшується також лідируючий потенціал представників зазначеної ідеології в управлінських органах – адміністраціях та представницьких владних структурах, що пройшли вишкіл в апараті Компартії. Разом з тим, ще немає рівноцінної заміни старої системи новою, демократичною, принципово відмінною від раніше замішаного на комуністичній ідеології так званого демократичного централізму, а та демократична еліта, що зараз формується (політична, технічна, наукова, управлінська тощо), розпорошена, не консолідована відповідною єдністю соціально-ідеологічної платформи. Дійсно, в Україні нині існує 96 політичних партій як легалізованих об'єднань громадян. Але ці партії залишаються формальними утвореннями, малочисленими за кількістю своїх членів і без чітко визначеної ідеологічної платформи, а відтак не мають своєї соціальної ніші – конкретних прошарків суспільства, чий інтереси вони повинні відстоювати. Ці утворення не є власне політичними партіями у їх відповідному розумінні, а лише однодумцями свого лідера, тобто лідера певної групи симпатиків. Тому вони не є виразниками інтересів, а відтак і волі конкретних соціальних прошарків суспільства, оскільки саме суспільство залишається неструктурованим. У цьому випадку утворення політичних партій у їх класичному розумінні підміняється консолідацією навколо певних харизматичних лідерів із утворенням об'єднань дрібних «партій» (власне груп симпатиків свого лідера) у більш великі блоки.

Не можна сказати, що існуючі політичні діячі не розуміють сучасної ситуації, не відчують інтуїтивно інтереси народу. Але сам народ як соціум сприймається ними абстрактно, а не конкретно. А відсутність конкретності (підмінювана абстракцією) не дозволяє формувати конкретну ідеологію як вираз інтересів конкретних соціальних прошарків суспільства, тобто того *demos* (народу), сила якого (*kzatos*) мають створити демократичний устрій.

Слід пам'ятати, що лідерство (як провід) належить до сфери надбудовних інституцій, що вважаються вторинним, похідним елементом сукупності соціально-економічних відносин суспільства. А першим, формотворчим елементом є базисні відносини – відносини власності. У створюваній суспільно-економічній системі України (яка є за своєю природою капіталістичною, хоча іменується ринковою) базисною формою власності є приватна. Уже зараз сектор господарювання в національній економіці, що сформований на приватній власності є провідним, проте він не є однорідним за ступенем концентрації капіталу. Великі промислові підприємства внаслідок приватизації (та постприватизаційних процесів боротьби за економічний контроль через формування контрольних пакетів акцій) становлять вирішальну частину національного продуктивного капіталу, що контролює незначна (в межах тисячі осіб) кількість суб'єктів,

яка одержала назву олігархів за їх роллю в економіці. Більша ж частина населення країни – це працівники за майном, які перебувають в економічній залежності від олігархічних структур. Цей сектор може бути генетично електоральним полем лівих та лівоцентристських партій. Проте ці партії не користуються належним їм впливом, оскільки ідеологія цих партій (комуністичної та ряду соціалістичних) є невідповідною реальним обставинам, що сформувались в Україні, а їх лідери втратили харизматичність.

Другою за чисельністю осіб групою суб'єктів господарювання є сектор малого бізнесу. Саме він має стати (виходячи із досвіду економічно розвинутих країн) платформою демократичної ідеології, електоральною платформою якого має бути середній клас. Недостатній історично час, недостатня економічна потужність середнього класу та неусвідомленість їх працівниками своєї політичної місії призводить до відсутності належної суспільно-економічної та соціально-політичної консолідації цієї важливої складової частини процесу демократизації українського суспільства.

Зазначені обставини значною мірою зумовлені перехідністю української економіки від соціалістичної до капіталістичної з традиційними для неї суспільно-економічними та соціально-політичними інститутами. Дійсна реальність трансформаційного процесу показує, що велика кількість суто економічних, організаційних, суспільних, політичних та інших проблем ще має відповідну наукову теорію та наукове супроводження практичних дій. Процес демократизації гальмується наявністю як економічних, так і ідеологічних протиріч.

Основним протиріччям у вирішенні зазначеного завдання є сутичка двох соціальних систем: соціалістичної (яка довго і небезуспішно в свідомості широких мас насаждалась як найбільш прогресивна і яка в суспільній психології інерційно досить широко сприймається як самодостатня цінність) і капіталістичної (яка з позиції ідеології соціалістичної системи сприймалась як минувшина соціального прогресу). В сучасних умовах становлення в Україні ринкового соціально-економічного устрою відбувається постійне зштовхування зазначених двох начал як в економіці, політиці та культурі. Вихід із зазначеної ситуації можливий без революційного протистояння (на відміну від історичного досвіду), а шляхом еволюційної самоорганізації суспільства. Ця самоорганізація набуває все більшого виразу в двох формах: у стихійній і керованій. Чим сильнішою буде друга, тим менше можливостей буде залишатися для прояву першої, тим більшою буде заслуга лідерів та національної еліти в цілому.

Системний підхід до розкриття процесу суспільно-економічного розвитку у взаємозв'язку об'єктивних і суб'єктивних чинників дозволяє зробити висновок про те, що базисні і надбудовчі суспільні відносини не повинні класифікуватись за проявом їх дій на первинні і вторинні: вони взаємозумовлені. Більш того, мають внутрішні іманентні рушійні сили розвитку і якісної досконалості. За впливом на результати суспільно-

економічного розвитку залежно від нагромадженої енергетичної внутрішньої потужності традиційно визнана первинність і вторинність базису і надбудови може змінюватися місцями: об'єктивні фактори розвитку можуть стримуватись невідповідністю системи управління, а досконала система управління (як суб'єктивний фактор) через потужний потенціал харизми лідера прискорювати проходження так званих об'єктивних процесів.

Подальше дослідження зазначеного напрямку проблем може сприяти значному вдосконаленню як фінансово-економічного механізму (об'єктивної компоненти), так і соціально-матеріальної складової – феномена лідерства в управлінні (суб'єктивної компоненти) як факторів підвищення темпів суспільного розвитку.

8.4. Особливості організаційної поведінки персоналу на підприємствах малого бізнесу

Організаційна поведінка працівників може внести неоцінений вклад у покращення функціонування організації, оскільки поведінка і ставлення працівників до виконання своїх службових обов'язків впливають на ступінь задоволеності клієнтів. Усвідомлення й прогнозування поведінки працівників в організації – один з інструментів одержання взаємної вигоди індивідів і організації.

Поведінка в організації включає в себе основні компоненти на таких рівнях: організація, група, індивід. Відповідно до цього оцінка організаційної поведінки працівників проходить наступні рівні: від індивідуального рівня (поведінка окремих працівників) через груповий (взаємовідносини усередині групи) до організаційного рівня (координація поведінки на рівні організації). Тобто, досягнення результативності організації вимагає досконалості поведінки на трьох рівнях – від поведінки окремої людини в організації до поведінки людей у групах, і, нарешті, до найвищого рівня складності організаційної поведінки – до системи формальної організації. Це зумовлює необхідність відпрацювання критеріїв оцінки поведінки працівників на кожному із зазначених рівнів та реалізації відповідних заходів у досягненні мети.

Індивідуальний рівень. Поведінка людини – це сукупність усвідомлених, соціально значущих дій, що зумовлені посадою, яку займає індивід, тобто розуміння власних посадових функцій. Ефективна для організації поведінка її працівників виявляється у тому, що вони надійно і сумлінно виконують свої обов'язки, і готові заради інтересів справи в постійно змінних умовах виходити за межі своїх безпосередніх обов'язків, докладати необхідні залежно від ситуації додаткові зусилля, виявляти активність, знаходити можливості для співпраці [19, с. 385].

Поведінка індивіда в бізнесі відіграє значну роль в ефективності

підприємницької діяльності. Від виявлення особистісних якостей підприємців в певній мірі залежить ефективність функціонування й загальне процвітання організації. Проведені російськими та закордонними фахівцями дослідження дозволили виявити такі найбільш важливі особистісні якості, необхідні процвітаючим підприємцям [2]:

1. *Пошук можливостей та ініціативність.* Підприємець бачить і використовує нові або незвичайні ділові можливості; діє так, як його змусять до цього обставини.

2. *Завзятість і наполегливість.* Підприємець готовий до постійних викликів змінної ситуації та до подолання нових перешкод; змінює стратегію, щоб досягти мети.

3. *Готовність до ризику.* Підприємець віддає перевагу ситуації «виклику» або помірного ризику; зважує ризик; уживає заходів, щоб зменшити ризик і контролювати результати.

4. *Орієнтація на ефективність і якість.* Підприємець знаходить шляхи виробляти товар краще, швидше і дешевше; прагне досягти досконалості, покращити стандарти ефективності.

5. *Залучення до робочих контактів.* Підприємець бере на себе усю відповідальність і йде на особисті жертви для виконання роботи; береться за діло разом із працівниками і замість них.

6. *Цілеспрямованість.* Підприємець ясно висловлює цілі, має довгострокове бачення; постійно ставить і коректує короткострокові завдання.

7. *Прагнення бути інформованим.* Підприємець особисто збирає інформацію про клієнтів, постачальників, конкурентів; використовує в особистих цілях і ділові контакти для своєї інформації.

8. *Систематичне планування і спостереження.* Підприємець планує, розбиває великі задачі на окремі завдання, стежить за фінансовими показниками і використовує їх при прийнятті рішень; розробляє або використовує процедури стеження за виконанням роботи.

9. *Здатність переконувати і встановлювати добрі стосунки.* Підприємець використовує обережні стратегії для впливу і переконання людей, а також ділові й особисті контакти як засіб досягнення своїх цілей.

10. *Незалежність і самовпевненість.* Підприємець прагне до незалежності від контролю над собою інших в людей; покладатися лише на себе в ризикових ситуаціях, впевнений у своїх здібностях виконувати складні завдання.

Ці якості створюють «ідеальний тип підприємця», максимально наближений до бажаного.

Російський вчений В. Томілов виділяє сім ключових позицій (блоків якостей) підприємця-менеджера (табл. 1) [39, с. 26].

**Класифікація і критерії оцінки особистісних якостей
підприємця-менеджера**

№ з/п	Основні блоки якостей	Критерії
1	Професійна компетентність у бізнесі і менеджменті	Наявність професійних знань і вмінь у сфері підприємництва і менеджменту
2	Стратегічне мислення	Уміння мислити стратегічно, приймати вірні рішення на основі розуміння потреб суспільства
3	Заповзятливість	Діловитість, уміння обирати вірну тактику досягнення мети
4	Моральні якості	Відношення до моральності
5	Організаційні здібності	Здатність вести за собою людей
6	Особиста організованість	Здатність до управління самим собою
7	Політична культура	Розуміння інтересів суспільства, колективу й окремих осіб
8	Працездатність	Здатність до напруженої творчої діяльності протягом тривалого часу

Професійна компетентність у бізнесі й менеджменті. Це наявність професійних знань і вмінь у сфері ведення бізнесу й менеджменту. Професійного бізнесмена відрізняє наявність таких елементів професійної культури: економічної, правової, підприємницької (досвід підприємництва) і організаційно-управлінської (знання управління і досвід керівництва).

Стратегічне мислення. Це уміння мислити стратегічно, далекоглядно і на цій основі приймати вірні рішення. Одна з ключових вимог до бізнесмена включає три групи якостей: розум, уміння генерувати ідеї, уміння приймати рішення.

Заповзятливість. Уміння обирати вірну тактику досягнення мети. Передбачає: здатність досягати вигоди, здатність до ризику, ділову хватку.

Моральні якості. Справжній бізнес тісно пов'язаний з високою моральністю, що включає, по-перше, духовний потенціал особистості, по-друге, етику поведінки в суспільстві, по-третє, етику поведінки у бізнесі.

Організаторські здібності. Передбачають здатність вести за собою людей і включають три блоки якостей: прагнення до самостійності, комунікабельність у стосунках з людьми, уміння організувати командну діяльність.

Особиста організованість. Це здатність до управління самим собою. Ґрунтується на двох групах якостей: здатність жити і діяти за системою та уміння раціонально використовувати час.

Політична культура. Загалом це розуміння інтересів суспільства. Це і загальна політична культура, і уміння зрозуміти та врахувати інтереси країни, колективу, окремої особистості.

Наприклад, загальна політична культура особистості ґрунтується на умінні вести дискусію, толерантності, принциповості, активній життєвій позиції, знанні політичної обстановки, умінні в ній розібратись та ін.

Працездатність. Здатність до напруженої творчої діяльності протягом тривалого часу. З одного боку, це фізіологічний потенціал (здоров'я, вік, тренованість нервової системи, відсутність шкідливих звичок – алкоголь, наркотики, паління та ін.). З іншого боку, це емоційно-вольовий потенціал – воля, завзятість у праці, захопленість своєю діяльністю, сімейне благополуччя, життєздатність, оптимізм.

Ефективне використання підприємницького потенціалу підприємця можливе за таких умов:

1. Наявності сильної вмотивованості до підприємницької діяльності.
2. Наявності підприємницьких здібностей.
3. Психологічної схильності до обраного бізнесу.
4. Наявності професійних можливостей для реалізації обраної стратегії.
5. Наявності матеріальних можливостей для становлення обраного бізнесу.
6. Наявності інтелектуальної власності, що дає конкурентні переваги у обраній справі.
7. Знання середовища, у якому реалізується обрана стратегія [39, с. 102].

Дослідження вітчизняних, російських та зарубіжних науковців встановили, що особистісні характеристики людини певним чином впливають на пріоритетність при виборі масштабу бізнесу: в цьому відношенні можливі такі варіанти:

- здібності практично не впливають на масштабність бізнесу.
- підприємницькі здібності в індивідуальному та мікробізнесі не будуть затребуванні, у малому ж бізнесі вимоги до них зростають, тому що усе керівництво зосереджується в одних руках. У середньому і великому бізнесі можлива компенсація за рахунок партнерів і спеціалізації функцій управління.
- працездатність в індивідуальному бізнесі може бути занижена, тому що підприємець може сам вибирати для себе режим і темп роботи. У малому бізнесі вимоги до працездатності підприємця зростають, тому що вона обов'язково пов'язана з роботою колективу. Одночасно зберігається певна свобода щодо навантаження і режиму. У середньому і великому бізнесі зростає обсяг робіт і їх напруженість. Режим і темп диктуються умовами виробництва і відповідно до цього вимоги до працездатності підприємця зростають.

- професійні можливості в індивідуальному і мікробізнесі, в сфері технологічного процесу можуть бути гарні, а ті, що пов'язані з управлінням, можуть бути відсутніми, адже навички управління невеликою групою людей набуваються лише у практичній діяльності. У малому і середньому бізнесі вимоги до управлінських здібностей зростають, а у великому бізнесі рівень вимог до здібностей професійного управління зростає, досягаючи 90% [39, с. 109].

Індивідуальний (одноосібний) бізнес базується на умінні, ремеслі, таланті однієї людини. Він потребує гарних підприємницьких якостей, спеціальних технологічних знань у відповідній галузі, ініціативи і енергії, завзятості і працьовитості.

Мікробізнес будується на здібностях людини створити і організувати роботу невеликої кількості людей (сім'ї). Необхідні гарні підприємницькі якості керівника і хороша працездатність. Необхідно мати достатні професійні знання, що відповідали б профілю бізнесу, і якості лідера.

Малий бізнес дозволяє інтегрувати підприємницькі можливості учасників і проводити певний розподіл праці та спеціалізацію трудових функцій. Він потребує певних професійних знань у галузі технології і управління.

Середній бізнес дозволяє поглибити розподіл праці і спеціалізацію за трудовими функціями, що дозволяє знизити вимоги комплексності підприємницьких можливостей підприємця. Складність управління зростає і потребує професійних знань і досвіду [39, с. 109].

Особливий інтерес представляють дослідження особливостей особистості менеджера малого бізнесу. Особливості менеджменту в малому бізнесі обумовлені переважно неформальним виконанням функцій влади. Сам менеджер увесь час на очах, як і прийняті їм рішення. Взаємини менеджера й підлеглих носять досить безпосередній і відкритий характер. У малому трудовому колективі від менеджера чекають винятково високої й природної готовності забезпечити відносини зі співробітниками. Все це й визначає наступні вимоги до особистості менеджера малого бізнесу:

- менеджер повинен мати велику гнучкість у роботі, уміти передбачати події й пристосовувати діяльність організації до умов, що змінюються.

- менеджер повинен мати здібності формувати й розвивати ефективні робочі групи.

- менеджер повинен сприймати своїх підлеглих як команду, а не як окремих особистостей і підтримувати спілкування з ними як із групою.

- завдання менеджера – не формалізувати відносини в колективі, а враховувати їх у своїй роботі, підтримувати атмосферу творчої взаємодії.

- менеджер повинен мати високу здатність впливати на навколишніх, уміти навчати й розвивати підлеглих.

- начальствування не підкреслюється, але менеджер відповідає за результати роботи й атмосферу в колективі [14, с. 40-41].

В цілому ж про якість менеджера необхідно судити по тому, як добре він може організувати велику кількість людей і наскільки ефективно він може добиватися найкращих результатів від кожного з них, об'єднуючи працівників в одну команду.

На сучасному етапі розгляду проблеми в науці виділились два підходи до інтерпретації поведінки бізнесмена. Один з них заснований на особистісних диспозиціях, так званих відносно стійких характеристиках особистості. Інший – робить акцент на ситуаційних факторах. Проте більшість досліджень (в обох підходах) присвячена вивченню особливостей індивідуальної поведінки працівників великих промислових підприємств.

Груповий рівень. Колектив кожної організації підкоряється закономірностям управління групами. Фактично управління організацією і є управління групами. Характерними рисами малої або середньої групи будуть такі:

- мала чисельність контингенту працівників;
- високий ступінь дружніх і родинних зв'язків усередині колективу;
- велика згуртованість колективу;
- більш розвинені неформальні відносини між членами колективу (групи);
- висока ефективність психологічних методів управління;
- більш високий ступінь впливу внутрішньо організаційних міжособистісних комунікацій на результати роботи порівняно з корпорацією [20, с. 337].

Індивідуальність кожного з членів групи впливає позитивно або негативно на виконання завдань, що стоять перед групою, проте дослідження цього напряму проводяться досить рідко. У центрі уваги більшості груп дослідників частіше зосереджена на відносинах між індивідуальністю й індивідуальною поведінкою, ніж поведінка самої групи.

Положення людини в колективі визначається не тільки індивідуальними особливостями особистості, але й особливостями колективу, членом якого є людина. На ефективність діяльності малих формальних груп впливають такі фактори, як розмір, склад, групові норми, згуртованість, ступінь конфліктності, статус і функціональні ролі членів груп.

Розмір групи. Найбільший вплив на визначення конкретної організації управління справляє, перш за все, розмір підприємства, точніше, - чисельність персоналу. Залежно від чисельності працюючих на підприємстві має свою специфіку і менеджмент.

Багато праць теоретиків управління присвячено визначенню ідеального розміру групи. Вчені, які представляють школу

адміністративного управління вважають, що формальна група повинна бути порівняно невеликою – в межах 3-9 осіб. Цю позицію відстоює Кіт Девіс, сучасний теоретик, який присвятив багато років дослідженню груп. Він вважає, що найкраща кількість членів групи – 5 чоловік. Дослідження показують, що фактично на збори у групу приходять від 5 до 8 чоловік.

Деякі дослідження вказують на те, що групи, які нараховують від 5 до 11 членів, зазвичай приймають більш точні рішення, ніж ті, що виходять за межі цієї кількості. Дослідження також показали, що в групах з 5 осіб її члени відчують більшу задоволеність, ніж у групах більшого чи меншого розміру. Пояснення цьому певно полягає у тому, що у групах з 2 або 3 чоловік її члени можуть бути занепокоєні тим, що персональна відповідальність за прийняті рішення дуже очевидна. З іншого боку, у групах, які складаються із більш ніж 5 осіб, її члени можуть відчувати утруднення, нерішучість у висловленні своєї думки перед іншими.

По мірі зростання розміру групи, спілкування між її членами ускладнюється, і досягнення згоди з питань, пов'язаних з діяльністю групи та виконанням її завдань, стає більш важким. Зростання розміру групи також посилює тенденцію до неформального розподілу групи на підгрупи, що може призвести до появи неузгоджених цілей і до створення клік [26, с. 448].

Група добре функціонує, коли в ній непарна кількість людей, тому що в парній по кількості можуть створюватись дві ворогуючі половини. При управлінні число підлеглих, з якими в основному контактує керівник, повинно бути 6 ± 2 (7 ± 2 з керівником); конкретне число залежить від особистих якостей керівника.

Дослідження впливу розміру й просторової узгодженості на прийняття рішень у групах дало такі результати:

1) За даними Г. Маннерса, маленькі групи, що складаються з 2-5 членів, здатні в більшій мірі досягати узгодженості ніж великі [48].

2) Великі групи генерують більшу кількість ідей, але число ідей відносно до числа членів зменшується через втручання різних соціальних перешкод. Ці соціальні перешкоди, на думку Д.Х. Девіса, включають: формування підгруп, деякі з них формують цілі, що суперечать цілям більшості, а також острах деяких членів висловлювати свою думку перед групою.

3) Групи із чотирьох або п'яти чоловік сприяють більшому задоволенню потреб індивіда, аніж великі або малі групи [47]. Групи з 2-3 чоловік більше турбуються про свою персональну відповідальність.

4) Середні групи (з 5-11 членів) – мають тенденцію приймати більш точні рішення, ніж групи поза цим діапазоном [48].

Звичайно, менеджери при вирішенні питання про формування організацій, крім вищевикладених фактів, керуються й іншими. Часто кількість членів організації визначається кількістю відділів або груп, чиїх інтересів торкаються при вирішенні проблем. Насамперед при визначенні

кількості учасників групи, варто виходити з їхньої корисності й можливості впливу на результат. Якщо ступінь згоди має первинну важливість, то корисно вибрати групу з 2-5 чоловік; з іншого боку, якщо якість рішення групи має первинну важливість, тоді більш корисно вибрати середню групу з 5-11 чоловік.

Деякі дослідження європейських та американських учених були спрямовані на вивчення зв'язків між розмірами групи з різними аспектами її роботи, а також розмірами групи й взаємовідносинами між членами цієї групи, розмірами групи й процесом взаємодії.

Більшість досліджень, що стосуються просторової узгодженості груп, зосереджені на взаємодії членів і на виникненні лідерства в групі. Взагалі, подібні дослідження припускають, що при роботі групи необхідно визначати, хто з ким спілкується й хто ким керує. Найчастіше співробітники будуть підтримувати просторові комунікації з тими, хто перебуває напроти них. Члени групи - лідери - мають тенденцію розташовуватися між протилежними сторонами. Неформальні лідери звичайно займають місця наприкінці столу.

Ефективна команда є результатом розвитку групи. Концепція команди полягає в прихильності єдиній місії її членів та колективній відповідальності за результати своєї діяльності. Існує безліч версій стосовно того, яку кількість учасників команди вважати оптимальною. З нашої точки зору, її слід співвідносити з нормою керованості. Для спеціалістів різного профілю (наприклад, управлінської команди) оптимальна кількість дорівнює 7 ± 2 . Якщо члени команди зайняті виконанням однотипної діяльності, то команда може бути і значно більшою.

Склад. Колектив краще функціонує, якщо його члени відрізняються один від одного за віком і статтю. За результатами досліджень рекомендується, щоб група складалась із осіб, які несхожі між собою, тому що саме це забезпечує, на думку вчених, більшу ефективність, аніж якщо б члени групи мали схожі точки зору. За словами Майнера, коли «групи підібрані таким чином, що до них входять або дуже схожі, або дуже різні люди, то групи із різними точками зору виробляють більше якісних рішень. Велика кількість точок зору і сприйняття перспектив приносять свої плоди» [26, с. 449].

Вік і положення, що індивід займає у суспільстві, впливають на роботу групи. Це було доведено в дослідженнях Р.А. Веббера [49]. До складу груп були включені виконавці високого рівня, вік яких у середньому складав 47 років; середнього рівня – сорокалітніх менеджерів, топ-менеджерів вищого рівня й дипломованих фахівців – тридцяти двох років. Крім того, у дослідженні брали участь і працюючі студенти двадцяти-двадцяти п'яти років. Результати довели, що не було ніяких істотних розходжень у виконанні завдань різними категоріями людей, коли вони працювали індивідуально. При спільній роботі у групі молоді люди

були більш ефективні в прийнятті рішень, ніж їх старші колеги. При цьому якість виконуваної роботи між групою й індивідами знижувалася зі збільшенням віку й соціального рівня членів групи. Фактично студенти коледжу склали одну групу, що мала більш високий результат, ніж при індивідуальній роботі, на відміну від груп, що склалися з людей старшого віку, члени яких індивідуально працювали більш ефективно, ніж у групі.

Отже, молоді люди в діяльності більш ефективні при ухваленні групового рішення, ніж старші колеги й менеджери більш високого рівня. Дослідження показали, що вік членів групи послабляє здатність працювати разом з іншими. Не виключений варіант, що молоді студенти пройшли через спеціальну освітню систему, що робила більший акцент на діяльність групи. Інтерпретувати такі результати можна у такий спосіб: люди з більш високим соціальним статусом менш гнучкі й чутливі до відносин у групі; молоді люди більш схильні до вираження власної думки й сповідають «дух товариства». Проте, усі вікові групи показали переваги й недоліки спільної роботи над роботою індивідів. Отже, група дає більш вірні відповіді при вирішенні проблем, робить меншу кількість помилок, але сама робота в цьому випадку просувається повільніше.

Для отримання ефективного результату в діяльності групи бажана однорідність відносин. Причому, це справедливо як для відносин між індивідами, так і для відносин між індивідом і групою. Виконання завдань групи допускає ефективне вирішення проблем доти, доки більшість членів групи однаково ставиться до проблеми. І, навпаки, виконання групових завдань буде менш ефективно, якщо група складається з індивідів, змішаних у своїх відносинах. Під цим мається на увазі, що більшість членів групи не згодні з таким вирішенням проблеми.

На противагу цьому, дослідження Л.Р. Хофмана та Н.Р. Майєра показали, що групи з гетерогенними (неоднорідними) типами індивідуальності будуть більш успішні у вирішенні проблем, ніж групи, що складаються з індивідів з однаковими характеристиками. Деякі вчені вивчали більш докладно систему відносин «домінування - підпорядкування». Відповідно до цієї теорії, у групах, що складаються із трьох чоловік, один із членів повинен бути високодомінуючим, а два інших, відповідно, повинні мати середній або низький рівень домінування. Аналогічне дослідження, проведене В. Хейторном, розглядає групу, що складається із двох членів. На його думку, вона є більш ефективною при такій структурі: домінуючий індивід + підлеглий індивід.

Групові норми. Як було виявлено першими дослідниками груп у трудових колективах, норми, що прийняті групою, впливають на поведінку окремої особистості і на те, у якому напрямі буде працювати група – на досягнення цілей організації чи на протидію їм.

Дослідники провели класифікацію групових норм: 1) гордість за організацію; 2) досягнення цілей; 3) прибутковість; 4) колективна праця;

5) планування; 6) контроль; 7) професійна підготовка кадрів; 8) нововведення; 9) відносини із замовниками; 10) захист чесності. Керівникам слід виносити свої судження про норми групи з обережністю, тому що приховування важливої інформації здатне знизити ефективність рішення [26, с. 449].

Згуртованість групи – це міра прагнення членів групи один до одного і до групи. Високозгуртована група – це група, члени якої відчують сильний потяг один до одного і вважають себе схожими. Соціальним психологам давно відомо, що групова згуртованість вище у тих групах, де має місце близькість установок, думок, цінностей і моделей поведінки серед членів групи. На ранніх етапах розвитку групи ця близькість зменшує можливість міжособистісних конфліктів, що можуть поділити групу на окремі фракції або повністю її розвалити. У міру того, як розвиваються відносини у групі можуть допускатися більші розходження у думках з будь-яких питань. Одночасно буде відбуватись зростання групової згоди відносно того, що характеризує дану групу і, перш за все, чим вона відрізняється від інших груп [15, с. 589].

Більша згуртованість має місце у групах, які відносно малі, у які доволі важко вступити, і які організовані на основі співпраці, а не конкуренції. Якщо члени групи мають можливість взаємодіяти один з одним, ця обставина часто також допомагає домогтися високої згуртованості. Крім того, є дані про те, що підвищити групову згуртованість допомагає і успішна діяльність групи (наприклад, Mullen & Cooper, 1994).

Бажання бути разом, як підкреслює Д.Х. Девіс, може збільшувати час спільної роботи, тобто ресурси групи можуть бути доступні протягом більшого проміжку часу. Згуртованість забезпечує співробітництво, що необхідне для вирішення багатьох складних проблем. У той же час, ця властивість групи може забезпечувати прийняття негативних рішень, що можуть серйозно послабити ефективність діяльності групи. Згуртованість здатна створювати небажані побічні ефекти. Так, сильно згуртована група прагне до однорідності своїх бажань, навіть якщо вони можуть бути неточними або неправильними. Коли це трапляється, процес ухвалення рішення зводиться до єдності, а не до високоякісного рішення.

Ступінь конфліктності. Конфліктність невеликої групи (якщо її не створюють близькі по духу люди) не в останню чергу пояснюється тим, що у кожному трудовому колективі існують вісім соціальних ролей, і якщо працівників недостатньо, то комусь доводиться грати не тільки за себе, але й за «того хлопця», що і створює конфліктну ситуацію.

Статус членів групи. Дослідження П.С. Кузнецова у 1991 р. деяких підприємств малого і середнього бізнесу показали залежність і гнучкість статусу членів таких організацій як груп від ступеня господарчої самостійності структурної одиниці організації. Чим вища ця самостійність, тим вільніші члени групи і тим менше їх відносини залежать від статусу кожного, і навпаки. [21, с. 342].

Згідно з іншими дослідженнями члени групи, чий статус достатньо високий, здатні чинити більший вплив на рішення групи. Однак це далеко не завжди приводить до підвищення ефективності роботи [26, с. 450].

Ролі членів групи. Керівнику колективу (менеджеру) необхідно добре знати ці ролі, щоб, по-перше, створювати ефективно діючі групи, по-друге, попереджати можливі конфлікти, про які говорилось вище. Вчені виділяють такі ролі: 1) координатор, який користується повагою і вміє працювати з людьми; 2) генератор ідей, прагне дійти істини. Утілити ж свої ідеї на практиці він частіше за все не в змозі; 3) ентузіаст, сам береться за нову справу і надихає інших; 4) контролер-аналітик, здатний тверезо оцінити висунуту ідею; 5) шукач вигоди, який цікавиться зовнішньою стороною справи. Старанний і може бути хорошим посередником між людьми, оскільки він, як правило, активний член колективу; 6) виконавець, вміє втілити ідею в життя, здатний до кропіткої роботи, але часто може потонути у дрібницях; 7) роботяга, не прагне зайняти чиєсь місце; 8) шліфувальник, він потрібен для доведення справи до логічного кінця.

Таким чином, для того, щоб колектив був успішним, він повинен не тільки складатись із хороших фахівців. Члени цього колективу як особистості всі повинні відповідати необхідному набору ролей. І при розподілі офіційних посад необхідно виходити із відповідності індивідів виконанню тієї чи іншої ролі.

Вчені вважають, що найефективнішою групою є та, розмір якої відповідає завданням, у складі якої знаходяться люди з несхожими рисами характеру, чії моральні норми сприяють досягненню цілей організації і створенню духу колективізму, де здоровий рівень конфліктності, хороше виконання як цільових, так і підтримуючих ролей і де члени групи з високим статусом не домінують.

Ідеальна група характеризується відкритістю як усередині, так і назовні, гнучкістю, адекватним підходом до прийняття нових членів, творчим підходом до ролей і норм, збалансованістю цілей групи з цілями організації та бережливим ставленням до кожного свого члена. Її основними характеристиками є усвідомлення загальної відповідальності, ініціативність членів групи, адекватна реакція на зміни зовнішніх умов [21, с. 347].

«Господарські операції можна звести до визначення трьома словами: люди, продукт, прибуток. На першому місці стоять люди. Якщо у вас немає надійної команди, то з решти факторів мало що вдається зробити», - вважає Лі Якокка [46, с. 51]. Таким чином, чим краще керівник розуміє сутність і складові групи, а також її внутрішні взаємозв'язки, фактори ефективного управління нею і мотиви групової поведінки, тим більше зростає продуктивність праці в організації і тим міцніше і згуртованіше буде колектив [21, с. 348].

Організаційний рівень. Зазвичай функції управління на

підприємствах малого бізнесу бере на себе його власник, відбувається суміщення посад. Проте розміри підприємства за чисельністю працюючих не є єдиним обов'язковим критерієм застосування відповідного рівня управління. Необхідність створення того чи іншого підрозділу управління або залучення фахівця-менеджера залежить від цілої низки інших факторів, що характеризують умови діяльності конкретного підприємства. В.Д. Грибов вважає, що на організацію управління підприємством впливають такі фактори: розмір підприємства (чисельність працюючих); склад працюючих; організаційна структура підприємства; галузь діяльності; асортимент продукції (послуг); форма власності; особливості попиту і споживання, виробництва і надання послуг [14, с. 30].

Завдання менеджера (керівника підприємства) полягає у тому, щоб з урахуванням усієї сукупності специфічних факторів конкретного підприємства визначити оптимальну систему управління з метою досягнення успіху.

Якщо організаційна структура підприємства стає розгалуженою, тобто колектив поділяється на групи, може виникнути необхідність виділення лінійних і функціональних спеціалістів з управління. В організаціях чисельністю понад 25 чоловік постійного персоналу управління групами доповнюється управлінням групової взаємодії. Основною проблемою управління групами і груповою взаємодією є визначення оптимального поєднання групових і організаційних інтересів, при якому мотивуючі групи фактора праці будуть найбільш дієвими.

Для сучасного бізнесу більш ефективним є створення адаптивних (органічних) структур – тимчасових робочих груп (цільових або груп керівника, і в деяких випадках – комітетів), які відповідали б мобільності, гнучкості і самостійності, що характерні для вітчизняних організацій у бізнесі.

Характер діяльності визначає деякі специфічні риси, властиві робочим групам як організаційним одиницям:

1. Ці групи мають спеціальне призначення і, як правило, не виконують загальних функцій в організації.

2. Їм делегуються певні особливі повноваження і відповідальність.

3. Групи мають власні ресурси і відносну самостійність у рішеннях.

4. Продукт діяльності груп, як правило, являє собою інформацію. Тому ефективна структура із робочих груп потребує в налагодженій мережі формальних комунікацій [20, с. 241].

На сьогоднішній день вивчення особливостей організаційної поведінки працівників, які працюють на підприємствах малого бізнесу, носить фрагментарний характер. Отже, системне вивчення й аналіз особливостей організаційної поведінки працівників на підприємствах малого бізнесу є актуальною й нагальною проблемою.

8.5. Застосування методу „фокус-груп” у соціальних дослідженнях малого бізнесу

Групове глибоке інтерв'ю відноситься до так званих «гнучких» або «якісних» методів соціологічного дослідження, яке отримало назву методу «фокус-груп». У цей час у розвинених країнах «гнучкі» методи опитувань (індивідуальне та групове інтерв'ю) стали не просто різновидом дослідницьких методик, але й галуззю індустрії, що обслуговує функціонування інститутів ринку (маркетинг) і інститутів демократії (аналіз і корекція політичних іміджів). Впровадження у практику цих методів в Україні необхідно для підвищення культури праці ринкових і політичних інститутів [5].

Ідея методу «фокус-груп» заснована на гіпотезі, що за допомогою масової анкети або інтерв'ю робиться зріз масового сприйняття. Моніторинг орієнтований на стандарти суспільних норм, теоретичні догмати та ідеологічні штампи. Щоб звільнитися від ідеологічного тла й спробувати одержати від респондентів оцінку на рівні підсвідомості, застосовується метод «фокус-груп».

Важливим джерелом інформації про проблеми малого бізнесу може бути метод «фокус-груп». Первинними в цьому методі є дані про суб'єктивні думки людей, виражені висловленнями, які аналізуються шляхом аналітичного розкриття їхнього змісту. Цей якісний метод дозволяє вивчити індивідуальний аспект соціальної практики людей у конкретних обставинах малого підприємництва, що не може бути досліджене шляхом масових опитувань і кількісних методів.

Метою даного підрозділу є обґрунтування та застосування методу «фокус-груп» для дослідження малого бізнесу промислового регіону, а також розгляд результатів проведених «фокус-груп».

Мале підприємництво – одна з його найбільш ефективних форм, що сприяє успішному розвитку української економіки. З одного боку, економічні перетворення, політика економічних і державних структур актуалізують потребу розвитку малого підприємництва в Україні як основи економічної стабільності, безпеки, підвищення добробуту населення. З іншого боку, існують значні перешкоди соціально-економічного, соціально-політичного та соціокультурного характеру, що супроводжують розвиток малих форм підприємницької діяльності.

Необхідність й актуальність проведення дослідження була обумовлена наявністю об'єктивних і суб'єктивних труднощів, що перешкоджають діяльності суб'єктів малого підприємництва (малих підприємств, приватних підприємств): відсутність розуміння потреб малого бізнесу з боку структур, що реєструють підприємство, здійснюють ліцензування, оподатковування, перевірки діяльності та ін. Такими ж актуальними проблемами є проблеми внутрішньокорпоративних відносин, що безпосередньо впливають на ефективність праці, управління персоналом.

Аналіз публікацій. З проблеми використання якісних методів й, зокрема, методу «фокус-груп» у наукових дослідженнях є ряд публікацій. У роботі В.В. Семенова відзначається, що метод «фокус-групи» – це спосіб виявити розходження у розумінні деякої проблеми, події, явищ життя між певними групами людей. Цим методом глибинного інтерв'ю поступово уточнюються позиції учасників щодо даної проблеми [33, С. 107].

У монографії В. Ядова вказується, що якісну соціологію називають також суб'єктивною соціологією. Суб'єктивні значення інтерпретуються дослідником і вибудовуються у певній логічній послідовності для конструювання типових моделей людської поведінки [45, С. 393].

У колективній монографії за редакцією професора В.Г. Городяненко відзначено, що метод «фокус-груп» був розроблений і вперше застосований американським соціологом Р. Мертоном під час Другої світової війни для вивчення радіо й кіно як засобу пропаганди і навчання в армії. Цей метод популярний на Заході, але в практиці вітчизняних наукових досліджень порівняно новий. В останні роки він усе частіше використовується в прикладних маркетингових дослідженнях при вивченні купівельного попиту, реакцій на рекламу та ін. [36, С. 503].

Методика підготовки та проведення «фокус-груп» містить наступні етапи:

- визначення мети проведення;
- склад групових респондентів з урахуванням вимог методики;
- формулювання вимог до модератора, що проводить опитування респондентів;
- підготовка і затвердження сценарію проведення «фокус-групи»;
- забезпечення місця й організації проведення «фокус-групи» при наявності технічних засобів (диктофона, відеокамери);
- спільна обробка отриманої інформації у складі групи: економіста, соціолога та психолога;
- підготовка звіту за результатами дослідження.

Результати проведених досліджень. Метою даного дослідження було виявлення основних «бар'єрів» ведення підприємницької діяльності, вивчення механізмів внутрішньої організації малих підприємств Дніпропетровської області, зокрема проблем маркетингу, менеджменту, підбору персоналу, підвищення кваліфікації персоналу, розв'язання міжособистісних конфліктів з погляду самих суб'єктів малого бізнесу.

Досягнення поставленої мети вимагало у першу чергу:

- виявлення основних перешкод на шляху розвитку малого бізнесу в сучасних умовах;
- виявлення труднощів при реєстрації підприємства й одержанні дозволів та ліцензій;
- аналізу механізмів перевірки підприємств;

- вивчення стратегії взаємодії підприємців з контролюючими службами;

- вивчення рівня ознайомлення підприємців із законодавчою базою, що регулює їхню діяльність, а також джерел одержання цієї інформації;

- з'ясування найбільш ефективних шляхів захисту підприємцями власних інтересів.

Було проведено дві «фокус-групи». Перша відбулася 20 грудня 2005 р. на базі Управління з підприємництва та регуляторної політики облдержадміністрації Дніпропетровської області. Відбір учасників здійснювався після семінару, проведеного для керівників малих підприємств області. Обрані були керівники близьких за обсягом реалізації продукції малих підприємств різних сфер діяльності у кількості шести осіб.

Дискусію «фокус-групи» вела модератор, кандидат соціологічних наук Колісник Л. Дискусія записувалася на відеоплівку і на цифровий диктофон. Отримані стенограми стали основою для складання звіту. Дискусія проводилася із заздалегідь підготовленим сценарієм, зміст якого був відомий модератору, але невідомий учасникам групи. Під час проведення «фокус-групи» відбувалося спілкування респондентів не тільки з модератором, а й віч-на-віч, що стало джерелом інформації, яка в індивідуальному інтерв'ю часто не може бути отримана. Дискусія тривала 1 год. 10 хв.

Друга «фокус-група» була проведена 25 квітня 2006 року на базі Дніпропетровської державної фінансової академії. «Фокус-групу» проводили викладачі кафедри менеджменту: кандидат економічних наук І.Д. Падерін і старший викладач, психолог В.В. Гавяда. Тривалість другої «фокус-групи» склала одну годину. Склад і сфера зайнятості учасників – починаючи підприємці, представники Новомосковського, Синельниковського, Дніпропетровського, Магдалинівського районів Дніпропетровської області та міста Дніпропетровська (усього 10 осіб).

При аналізі результатів проведених «фокус-груп» можна виділити труднощі, з якими зіштовхується при веденні свого бізнесу підприємець, їх умовно можна розділити на три рівні:

- бар'єри макрорівня, обумовлені формуванням нового соціально-економічного простору в Україні, у тому числі становленням системи кредитування, податковим кліматом у державі та ін.;

- бар'єри мезорівня, обумовлені ситуацією в регіоні, характером місцевої влади і структур, що регулюють підприємницьку діяльність (відношення до підприємців, рівень їх загальної і «спеціальної» - економічної та правової культури, корумпованість цих структур і т.ін.);

- бар'єри мікрорівня (особистісні), обумовлені рівнем знань підприємців, необхідних для виконання економічних ролей – успішного ведення бізнесу, досвіду, психологічної готовності до підприємницької діяльності, сформованості певних соціально-психологічних якостей, цінностей, менталітету та ін.

Перераховані труднощі викликають чимало негативних явищ у суспільстві, гальмують і деформують підприємництво. На регіональному рівні легше вирішувати бар'єри другої й третьої групи.

Як з'ясувалося, основною проблемою на шляху розвитку бізнесу є корупція і уседозволеність чиновників.

Наступними за значимістю перешкодами є, на думку респондентів, проблеми, які пов'язані з перевітками підприємств контролюючими органами, одержанням ліцензій, дозволів на ведення бізнесу. Ускладнюють роботу на малих підприємствах позапланові перевірки, зустрічні перевірки податкових органів, некомпетентність співробітників контролюючих органів, які тиснуть на підприємців. Названі фактори можна віднести до мезорівня.

Крім перешкод, викликаних суб'єктивними факторами, зокрема корумпованістю чиновників, свавіллям при перевірках та ін., підприємці також негативно відносяться до об'єктивно обумовлених у суспільстві труднощів підприємництва – високим податкам, нечесній конкуренції, частим змінам нормативно-правових актів, що регулюють бізнес. Керівники малих підприємств вважають податкову політику держави, що існує на сьогоднішній день, несправедливою стосовно малого бізнесу: *«Немає диференціації в податках. Потрібно збільшувати диференціацію, щоб підприємства з різними можливостями платили податки по-різному. Необхідно використовувати досвід країн– сусідів, тієї ж Польщі; там пропонується підприємству на вибір вид податку, що влаштовує його. А зі зрівнялівки нічого гарного не буде».*

Найбільш «складними» податками респонденти вважають податок на прибуток і податок на додану вартість. А єдиним способом, при якому може з'явитися можливість виходу підприємств із тіні – оптимізація податкових ставок (тобто всі готові платити податки, але розумні).

Також розвиток малого і середнього бізнесу значною мірою залежить від законодавства України, що регулює підприємницьку діяльність, та від обізнаності з ним підприємців.

Респонденти вважають, що необхідно обмежити таку велику кількість законів, які б регулювали діяльність малих підприємств.

Окресливши проблемний простір підприємницької діяльності, зупинимось на труднощах, що виникають у підприємців у зв'язку із реєстрацією, одержанням дозволів і ліцензій, орендою приміщень, постійним зовнішнім контролем відповідними службами. Спостерігається, що «болюча точка» перебуває на межі «підприємець-чиновник», на кожному етапі взаємодії вони вдаються до неофіційних платежів.

Результати дослідження свідчать про те, що для вирішення проблем, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, підприємці регулярно змушені пропонувати чиновникам подарунки, матеріальні винагороди. Причому, чим дрібніше саме підприємство, тим у меншій мірі його керівники захищені від даної проблеми, і тим менше вони вірять в інший спосіб вирішення своїх проблем.

У дослідженні підприємцям було запропоновано, опираючись на власний досвід, назвати ті служби, які вони вважають найбільш корумпованими, це: міськвиконком, райвиконкоми, міліція, екологічна служба, санепідеміологічна служба, пожежна охорона. Причому, респонденти так і не визначились до якої ж інстанції надходить найбільший обсяг неофіційних платежів – скрізь дуже багато. Несплата загрожує непідписанням документів. Найбільше обурення викликають стосунки з міськвиконкомом і райвиконкомом.

У корумпованому соціальному середовищі закономірним є феномен хабарництва. Формується замкнене коло залежності посадових осіб від хабарів, а підприємців – від посадових осіб. Крім цього, у певній мірі, причина корупції криється в особистісних установках індивідів щодо розв'язання тих або інших питань.

Спостерігається соціальний конфлікт: з одного боку, корупція та хабарництво засуджуються суспільною думкою, вважається патологічним, оскільки суперечить легальній системі норм і цінностей, з іншого боку – їхня масштабність, масовий характер прояву перетворюють ці явища в «нормальні». Хабар стає однією зі стратегій адаптації підприємця до сучасних умов. Така поведінка може бути визначена як «соціальна мімікрія» – це тип змушеного пристосування до макросистеми, при якому коригування поведінки базується на маскуванні традиційних установок, а зовнішнє пристосування по'єднується з негативним відношенням до її норм і вимог. В умовах кризової ситуації у суспільстві соціальна мімікрія – не оптимальний, але найбільш прийнятний метод адаптації. Орієнтація підприємця на хабар є своєрідним способом індивідуальної адаптації до нестабільних, невизначених умов економічного середовища. Використання неформальних каналів спрощує механізм вирішення проблем. Простіше підприємцеві домовитися, дати певну винагороду посадовій особі, ніж офіційно звернутися до суду, у громадські організації або державні структури. І тут, дійсно, вихід може бути в легалізації багатьох видів послуг, які затребувані та за які люди готові платити гроші (приміром, за терміновість).

Також респондентам був заданий блок питань, що стосуються менеджменту і маркетингової діяльності підприємства. Судячи з відповідей респондентів на малих підприємствах, де працюють не більше 10 чоловік, проблемами підбору персоналу займається найчастіше сам директор або його заступник, або компаньйони. Тримати маркетолога таким компаніям не вигідно матеріально, оскільки, як відзначали опитувані, у таких компаніях кожен працівник повинен бути універсальним майстром, уміти виконувати різні види діяльності: *«На малих підприємствах потрібні майстри-фахівці: одна людина повинна бути, наприклад, і бухгалтером, і юристом, і секретарем...»*.

Респонденти нічого не змогли повідомити про стратегію маркетингової діяльності та застосуванні на підприємстві. Найімовірніше, це дійсно стосується вузьких фахівців-маркетологів, а дозволити їх можуть

собі лише підприємства з більшою кількістю персоналу, обороту та ін.

Що стосується методів мотивації праці, що використовуються на підприємстві, то це, насамперед, досягається шляхом створення ефективної команди, *«де будуть задовольнятися запити по зарплаті, потреба в спілкуванні, коли не хочеться йти з колективу»*. Таку команду, на думку учасників інтерв'ю, повинен створювати керівник. Найчастіше в компанії є 3-4 особи, які *«задають тон»*, формують правила поведінки та фундаментальні цінності, яких потім доводиться дотримуватись усім членам колективу. Ті, хто не дотримується таких цінностей, стають в опозицію й пізніше залишають компанію.

Деякі респонденти вважають, що при індивідуальному підході та доброзичливому ставленні до кожного із співробітників, гроші не є головним мотивом праці.

Проте інші працівники які вважають саме заробітну плату головним мотивом роботи, стимулятором її ефективності.

Респонденти також відзначили такий мотив праці, як прагнення працівників до інновацій. *«Крім сумлінної роботи людям цікаво знаходити щось нове»*. Звідси висновок – заохочення інноваційної діяльності працівників фірми або підприємства – важливий сучасний фактор посилення мотивації праці. Заохочення навчанням, просуванням по службі, стажуванням, на думку респондентів, створюють гарну мотивацію праці.

Один із респондентів відзначив як мотив якісної праці моральний тиск на співробітників. Це здавалося ефективним у його організації, оскільки штрафи і погрози, на його погляд, уже зовсім не діяли. Але це стосувалося зовсім невеликого підприємства – комп'ютерного клубу, на чолі якого був молодий керівник, що лише почав набирати досвід роботи зі співробітниками та у вибудовуванні вертикалі влади.

Що стосується навчання персоналу, то всі учасники інтерв'ю відзначили, що це ефективний шлях до підвищення ефективності компанії. Найчастіше вони брали участь у різного роду тренінгах, семінарах, які дійсно дали їм необхідні знання. Деякі підприємства таким чином навчають своїх стажистів, а пізніше, коли стажисти стають повноцінними працівниками, віднімають вартість навчання з їхньої заробітної плати. На деяких підприємствах зобов'язували відвідувати подібні тренінги, а відмова мала стати приводом для звільнення або відмовою у працевлаштуванні. Респонденти відзначали також, що тренінги допомагають виявити наскільки людина зможе впоратись із дорученою їй роботою.

На думку одного з респондентів, робота стажистів повинна у будь-якому разі оплачуватись, навіть якщо це буде нескладна робота. Часто стажистів прикріплюють до так званих наставників, *«підкидають»* несподівані завдання, щоб з'ясувати, як людина може з ними впоратися.

До основних вимог працевлаштування респонденти відносять надійність, чесність, порядність і професіоналізм. Але відзначають, що на різних видах робіт необхідний різний досвід та бажання працювати.

Що стосується конфліктів, то для даної групи респондентів це питання не було надзвичайно актуальним. Одні відзначали, що в них на підприємстві з метою профілактики використовують попередження, розбір помилок з виробленням рекомендацій та подальшим простеженням й урахування помилок.

Найбільшою мірою в компанії утримує працівників почуття відповідальності, своєї необхідності та корисності. Працівник повинен обов'язково бачити результати своєї праці. Іноді втримує на роботі страх перед чимось новим, страх втрати стабільності.

Ознаки, за якими можна робити висновок про успішність підприємства, респонденти відзначили досягнення своєї мети, дохід підприємства, перспективи подальшого розвитку, зростання числа клієнтів підприємства, розвиток підприємства (зростання кількості зайнятих у ньому людей). *«Успішне те підприємство, яке досягає своєї мети, а не просто заробляє гроші, отримує прибуток»* - відзначали респонденти.

У якості критеріїв особистого успіху на підприємстві респондентами називалися: впевненість у собі як працівнику, відчуття своєї перспективи, можливості росту. Як бачимо, розуміння особистого успіху переноситься на успіх усього підприємства. Тобто, мова йде про сприятливий мікроклімат на підприємстві, основою якого є якісна мотивація праці.

Таким чином, у результаті проведення «фокус-груп» були отримані наукові результати та соціологічна інформація, які неможливо (або не повною мірою можливо) було одержати за допомогою вивчення статистичної звітності й навіть масового опитування респондентів. Насамперед, це інформація про проблеми малого бізнесу з позицій самих підприємців:

1. Основною проблемою на шляху розвитку малого бізнесу, на думку самих підприємців, є корупція на всіх етапах становлення і функціонування підприємства, уседозволеність чиновників.

2. Із корупцією пов'язуються дуже часті й упереджені перевірки підприємств контролюючими органами.

3. Погіршує ситуацію паперова тяганина, складні процедури одержання ліцензій, дозволів на ведення бізнесу. Представники малого бізнесу вказують, що при реєстрації підприємства і сьогодні вимагають занадто багато документів, а процедура реєстрації підприємства занадто складна, тривала та дуже дорого коштує.

4. Високі податки, на думку підприємців, також сильно гальмують розвиток чесного бізнесу. Найбільш «складними» податками респонденти вважають податок на прибуток і податок на додану вартість. А основною умовою, при якій може з'явитись можливість виходу підприємства із тіні, називається нормалізація податкових ставок і порядку вилучення податків.

5. Перешкодою для розвитку підприємництва є часті зміни нормативно-правових актів, що регулюють бізнес, «за якими неможливо встежити».

Із проблем менеджменту та маркетингової діяльності підприємства можна зробити наступні висновки.

1. Питаннями підбору персоналу та маркетингу на малих підприємствах найчастіше займається директор, його заступник або один із співробітників поєднуючи цю роботу зі своєю основною роботою. У таких компаніях кожен працівник повинен бути універсальним майстром, уміти виконувати різні види діяльності.

2. Основою формування ефективної мотивації праці є створення ефективної команди. Таку команду повинен створювати сам керівник. Важливо щоб у колективі була одна думка, яка б задавала тон, формувала певні правила поведінки, фундаментальні цінності, яких потім необхідно дотримуватися усім членам колективу.

3. Мале підприємство тримається, як правило, на керівникові, на його індивідуальному підході до кожного співробітника, зацікавленості у співробітниках. Керівник повинен практикувати для своїх працівників загальні культурні заходи, колективні екскурсії, виїзди на природу тощо.

4. Важливим джерелом ефективної мотивації праці є властиве багатьом прагнення до інновацій. Звідси – заохочення інноваційної діяльності працівників фірми або підприємства – важливий сучасний фактор посилення мотивації праці.

5. Навчання персоналу – вірний шлях до підвищення ефективності компанії. Найчастіше це різного роду тренінги, семінари, стажування. Вони також допомагають виявити, наскільки людина зможе справитись із дорученою їй роботою.

6. Деякі керівники (непідготовлені як професійні менеджери) у якості мотиватора до якісної праці використовують моральний тиск на співробітників. Однак цей метод навряд чи буде давати довгострокові результати тривалий час.

7. До основних вимог до кандидатів на роботу нині називаються надійність, чесність, порядність і професіоналізм.

8. Ознаки, за якими прийнято робити висновки про успішність підприємства, – перспективи його зростання (зростання обсягу послуг, розширення виробництва, збільшення кількості зайнятих у ньому людей).

9. Критеріями особистого успіху на підприємстві є: відчуття перспективи, можливості росту, упевненість у завтрашньому дні. Також має місце перенесення розуміння особистого успіху на успіх усього підприємства. Тобто, мова йде про сприятливий мікроклімат на підприємстві, основою якого є якісна мотивація праці.

8.6. Соціальна відповідальність бізнесу

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему ставить перед українськими підприємцями нові питання. В українському суспільстві назріла потреба у соціальному діалозі і соціальній відповідальності бізнесу (СВБ). Більше всіх у цьому заінтересовані великі

вітчизняні компанії – вони стрімко розвиваються і бажають вийти на міжнародні ринки капіталу, а там від них вимагають дотримання західних принципів ведення бізнесу. Але малий і середній бізнес рано чи пізно змушені будуть також перейти до цивілізованих стосунків з працівниками, державою та суспільством і виробити лінію поведінки відповідно до загальноприйнятих у всьому розвиненому світі. Формування цивілізаційних відносин між трудом і капіталом вимагають процес демократизації економіки, її гуманізації та наповнення соціальним змістом.

Про те, що необхідно вітчизняному бізнесу в цілому, щоб наблизитися до західного рівня соціальної відповідальності і нормам ведення соціального діалогу, вже кілька років ведеться дискусія в українському суспільстві і у науковому співтоваристві. Так, у квітні 2007 р. за ініціативою журналу «Експерт – Україна» була організована міжнародна конференція «Соціальна відповідальність бізнесу», де одним із питань були соціальні технології українських підприємств. 14-15 грудня 2007 р. в Харкові пройшла міжнародна науково-практична конференція «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва» [44]. Ця ідея поки що не знайшла своєї одностайної визначеності. Виконавчий віце-президент Конфедерації роботодавців України Олексій Мірошніченко вважає, що український бізнес сьогодні іще не готовий бути таким же соціально відповідальним, як і провідні світові компанії, що йшли до цього десятиліттями [15, 44]. Журналіст Гліб Простаков наводить приклад, що у вересні минулого року між корпорацією «Індустріальний Союз Донбасу» (ИСД), яка належить Алчевському металургійному комбінату, і місцевою владою Алчевська було підписано договір про соціально-економічне партнерство. У цьому договорі відсутні конкретні заходи і цифри. Він виявився скоріше декларацією як протоколом про намір. Керівники корпорації готові допомогти привести у порядок під'їзди, прибудинкові території, ліфти та багато іншого, однак все це потребує не тільки грошей, але й активної співпраці з місцевим населенням, розподілу повноважень, обговорення бюджетів, тобто серйозного діалогу. «Ні одна з сторін вести такий діалог ще не готова. І ніхто не готовий: для нашої країни це нова справа» [18, 31]. Зрозуміло, не всі поділяють таку думку. Мабуть, це тому, що саме поняття «соціальна відповідальність бізнесу» розуміється по-різному.

Зазначене зумовлює необхідність з'ясування СВБ як органічної частки сучасних виробничих взаємовідносин та ступеня готовності українських підприємців до активного соціального діалогу. З цією метою доцільно розглянути окремі елементи системи соціальної відповідальності бізнесу.

Понятійно-сутнісний зміст соціальної відповідальності. Нині в публікаціях економічного і соціологічного спрямування це питання є популярним. СВБ розглядається не як обов'язкове правило, а лише як етичний принцип, який повинен бути задіяний у процесі прийняття рішень. «Обов'язковість» тут є внутрішньою, тобто перед самим собою, і ґрунтується на моральних нормах і цінностях, що набуваються у процесі соціалізації. СВБ має багаторівневий характер.

Базовий рівень передбачає виконання таких операцій: своєчасну сплату податків, виплату заробітної плати, створення нових робочих місць або розширення штату співробітників (якщо це можливо).

Другий рівень СВБ передбачає забезпечення співробітників адекватними умовами не тільки для роботи, але й для життя: підвищення рівня кваліфікації, профілактичне лікування, медичне та соціальне страхування персоналу, будівництво житла, розвиток соціальної сфери тощо. Такий тип відповідальності набув умовної визначеності **«корпоративної відповідальності»**.

Третій рівень СВБ означає благодійність.

Звичайно, всі рівні неоднаково представлені у підприємницькому середовищі. Повнота їх додержання підприємцем свідчить про ступінь його моральної відповідальності перед суспільством.

СВБ як певний феномен можна також розглядати ззовні і зсередини.

До внутрішньої СВБ можна віднести безпеку праці, стабільність заробітної плати та підтримку її гідного рівня, додаткове медичне і соціальне страхування працівників, розвиток творчого потенціалу працівників через програми, що навчають, і програми підготовки і підвищення кваліфікації, надання допомоги у критичних ситуаціях.

До зовнішньої СВБ можна віднести спонсорство і корпоративну благодійність, сприяння охороні зовнішнього середовища, взаємодію з місцевою громадськістю і місцевою владою, готовність допомогти у кризових ситуаціях, відповідальність перед споживачами товарів та послуг (випуск якісних товарів), своєчасні відрахування у фонди соціального страхування.

Соціальний діалог як основа СВБ. В Україні під соціальною відповідальністю здебільшого розуміється спонсорство та благодійність. Проте вони не замінюють соціального діалогу тому, що перш за все він передбачає взаємну довіру. Роботодавці не повинні використовувати благодійність як причину, через яку вони не повинні вести чесного та відкритого соціального діалогу. Як справедливо зазначив заступник міністра праці та соціальної політики Георгій Галиц, «соціальна відповідальність – це не тільки благодійні акції чи спонсорство. Між власниками підприємств і найманими працівниками повинен встановитися нормальний соціальний діалог. Якщо нам вдасться у 2007 р. роз'яснити крупному бізнесу необхідність розробки певних стандартів соціальної відповідальності, це буде великим кроком вперед» [10, 35].

Організації, що керуються принципом соціального діалогу, визначають це поняття по-різному. Однією з найбільш авторитетних організацій в сфері суспільного діалогу є Міжнародна організація праці (МОП).

МОП з 1919 р. намагається запевнити роботодавців та робітників в тому, що соціальний діалог є більш дієвим інструментом регулювання відносин на ринку праці, ніж конфлікти і страйки. Ця організація була створена як альтернативна класовій боротьбі всього лише два роки після більшовицької революції в Росії. Тоді на Заході зрозуміли, що класам

краще співпрацювати, чим воювати. Основоположними документами у роботі МОП є конвенції про свободу асоціації і правила проведення колективних переговорів.

Як вважає Ханс Хаммер, колишній виконавчий директор МОП, консультант шведського проекту «Діалог на ринку праці», «капітал повинен вести постійний діалог і з владою, і з суспільством, і з найманими працівниками. Альтернатива такому діалогу одна – революція» [20,43].

МОП визначає соціальний діалог як всілякі переговори, консультації, обмін інформацією між урядом, роботодавцями і працівниками чи між членами однієї групи на теми, що представляють взаємний інтерес, і пов'язані з економічною і соціальною політикою.

Така організація як Європейська комісія визначає соціальний діалог як процес постійної взаємодії соціальних партнерів, ціль яких – прийти до згоди з економічних і соціальних питань на рівні держави, сектора (галузі) економіки чи підприємства. Соціальний діалог є однією зі складових частин соціальної політики Європейського Союзу, тому що при підготовці до вступу до ЄС кожна країна повинна розвивати соціальний діалог.

Соціальний діалог може бути двостороннім і тристороннім. Класичний соціальний діалог встановлюється між двома сторонами: роботодавцями і організаціями, що представляють інтереси робочих (профспілки). Двостороннє соціальне партнерство існує у Швеції. Тристороннє партнерство (у деяких розвинутих країнах його ще називають «Суспільний договір») встановлюється між роботодавцями, працівниками і державою. Ця концепція ефективно функціонує в Ірландії. Там усі учасники сумісно вирішують актуальні для трудових відносин питання. У результаті соціального діалогу приймаються так звані пакетні домовленості, тобто обговорюється не тільки розмір заробітної плати, але і розмір оподаткування, а також інвестиційна і економічна політика. Перед прийняттям Суспільного договору старанно вивчається економічна ситуація у країні. Ці дослідження проводять економісти, що представляють інтереси уряду, роботодавців і працівників. Вони роблять прогнози економічного зростання, на яких будуються пакетні домовленості.

Крім того, часто у суспільному діалозі беруть участь громадські організації і церква. Це досить важливо, бо розширює межі відповідальності й масштабність дій, та дозволяє досягти згоди. Інакше кажучи, у світі діють різні моделі. Кожна з них була напрацьована внаслідок історичного розвитку країни, впливу її культури, тому не можна казати, що одна модель ефективна, а інша – ні.

Сьогодні у середовищі українського бізнесу все виразніше спостерігається розуміння необхідності роботи над своїм позитивним соціальним іміджем. На нашу думку, Україні краще піти по шляху тристороннього партнерства, тому що дуже багато в нашій країні (в економіці, у суспільстві) ще залежить від держави.

Шведський досвід соціального партнерства. Швеція ще сто років тому зробила прорив у питанні соціального діалогу. Як вже було зазначено

вище, там функціонує двостороння модель. На галузевому рівні вирішуються питання відносно зарплат і умов працевлаштування. Переговори національного рівня ведуться між центральною організацією роботодавців і національною організацією профспілок. Вони обговорюють питання пенсій і соціального страхування. Для того, щоб переговорний процес був ефективним, бізнес повинен бути прозорим і відкритим. Це важливо, оскільки домовляючись про будь які економічні показники, необхідно знати реальну ситуацію на підприємстві. А для цього компанії повинні надавати об'єктивну фінансову інформацію.

Успішного соціального діалогу вдається досягти лише тільки у разі проведення чесних, відкритих, поважливих, прозорих переговорів на всіх рівнях. Крім того, учасники переговорів повинні дотримуватися політичного нейтралітету. Заставою успіху соціального діалогу також є підготовка кваліфікованого персоналу, який може компетентно проводити переговори, укладати угоди.

У Швеції домовленість між роботодавцями і профспілками здійснюється за принципом «ти – мені, я – тобі». Роботодавці визнали за працівниками право на свободу асоціацій, на участь у колективних переговорах, а профспілки і працівники визнали за роботодавцями право на управління компаніями, на приймання і звільнення працівників.

Українським підприємцям ще потрібно навчитися визнавати і шанувати права працівників на участь у колективних переговорах і на профспілкову діяльність. Українським профспілкам також варто здійснювати вплив на керівництво підприємств через соціальний діалог, колективні переговори, а не через спроби втручання в управління компаніями, тому що це все ж таки прерогатива роботодавців. Якщо профспілки будуть втручатися у процес управління, це призведе до падіння конкурентоспроможності українських підприємств, а отже знизить рівень оплати праці. А це вже не в інтересах працівників.

Галузева угода в Швеції була підписана в 1997 р. Завдяки цьому значно поліпшилася економічна ситуація у країні в цілому і на ринку праці. В основі трудової угоди лежать два принципи.

Перший принцип. Ріст заробітної плати повинен бути адекватним економічному зростанню і міжнародній конкурентоспроможності шведських підприємств. На жаль, в Україні профспілки вимагають підвищення заробітної плати, не прив'язуючись до прогнозних показників економічного зростання і рівню конкурентоспроможності підприємств.

Другий принцип – взаємна повага до партнерів, взаємна відповідальність. Обидві сторони намагаються запобігти галузевим акціям і забастовкам. З тих пір, як була підписана галузева угода, в країні не виникло жодного трудового конфлікту [43, 46].

У Швеції працює інститут Трудового суду, який було засновано у 1928 році, коли на ринку праці існувала нестабільність та невизначеність правового статусу колективних угод, зростала кількість національних угод і соціальних партнерів. Трудовий суд вирішує суперечки відносно

трудового законодавства, колективних угод та індивідуальних контрактів. Трудовий суд – це перша і остання інстанція при розгляданні питань соціальними партнерами. Це друга і остання інстанція при розгляданні суперечок між конкретним роботодавцем і співробітником, який не є членом профспілки.

Спочатку профспілки з недовірою ставились до Трудового суду. Але, переконавшись, що він є незалежною інстанцією, почали ставитися до нього з великою повагою.

Система трудових судів існує не тільки у Швеції, а й у Німеччині. На думку автора статті, поки що не можна стверджувати, що запровадження аналогічного інституту в Україні, точніше його робота, буде такою ж успішною. Для цього необхідні, по-перше, рішуча боротьба всього суспільства з корупцією, по-друге, виховання українських підприємців у дусі високої соціальної відповідальності, по-третє, завершення розпочатої судової реформи в країні. А отже, потрібен час для поглиблення процесу демократизації економіки та формування громадянського суспільства.

Нині в Європі активно обговорюється питання конкурентної переваги соціально відповідальних компаній. Наприклад, компанії США та Данії вважаються «найконкурентоспроможнішими» у світі. Проте, якщо порівнювати їх між собою за рівнем СВБ, то виявляється, що конкурентоспроможність тут різного типу – датські компанії вважаються значно відповідальнішими, ніж американські, вони працюють у жорсткіших регуляторних умовах у країні, яка активно пропагує сталий розвиток. У Данії вважають, що можна бути соціально відповідальним і залишатися конкурентоспроможним. Навіть існує теорія кластерів корпоративної відповідальності, що розглядає можливість утворення географічних кластерів компаній із наближеною стратегією корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на кшталт індустріальних парків. Компанії з подібних кластерів, наприклад, матимуть синергію від впровадження власних стратегій КСВ, матимуть спільні напрацювання у сфері КСВ, що сприятиме їхній конкурентоспроможності.

Корпоративна соціальна відповідальність. Дебати про корпоративну соціальну відповідальність на Заході розпочалися у далеких 70-х роках минулого століття, коли громадськість дізналася про приховані негативні наслідки діяльності компаній, а екологічні катастрофи, спричинені діяльністю виробничих підприємств, досягли тієї межі, що стала погрозливою нормальній життєдіяльності людей. Із розголосу подібних проблем розпочалася дискусія про роль бізнесу в суспільстві, про його соціальну відповідальність. А в 90-ті роки в Європі та й у світі загалом вже з'явилося багато компаній, яким була притаманна КСВ. Вони вирішували не тільки окремі соціальні питання, а навіть здійснювали програми з КСВ.

Визначення КСВ різняться. У США часто КСВ пов'язується із програмами волонтерства працівників компаній та доброчинністю, європейське розуміння КСВ полягає у веденні бізнесу в соціально-відповідальний спосіб. За версією Світової Ради Компаній зі Сталого

Розвитку, КСВ – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращенню якості життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом. Єдиного визначення КСВ немає і, напевно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми.

Але західна громадськість усвідомлює КСВ як необхідний чинник сталого розвитку суспільства. Це – уважність до впливу поточних рішень на можливості наступних поколінь. За визначенням Організації Економічної Співпраці та Розвитку (ОЕСД), сталий розвиток передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні політику та практичні заходи [9].

Для цього суспільство повинно мати відкриту систему відносин і чіткий розподіл сфер впливу та відповідальності між суспільством, державою та бізнесом. Це - так би мовити, соціальний контракт. І якщо у розвинутих країнах світу ці питання є більш-менш вирішеними, то в нашій країні все ще вирішується, чи держава повинна дбати про соціальні питання, а бізнес – платити податки, чи бізнес повинен брати на себе частину відповідальності. Згадуваний у статті О. Мирошніченко вважає, що проблема не стільки у неготовності українського бізнесу, скільки у тому що українська економіка поки що не дозріла до того, щоб прийняти у себе по-справжньому соціально відповідальний бізнес. Він справедливо відзначає, що український бізнес працює в умовах нестабільної політичної ситуації, неприйнятого Податкового Кодексу і постійно змінюваних економічних реалій. Підприємці не можуть у повній мірі задовольнити державу і суспільство, тому що «сьогодні у суспільства завищені соціальні очікування, які постійно підігріваються політиками» [15, 27].

Автор статті не згодний з тією частиною висловлювання, що українське суспільство не готове прийняти соціально відповідальний бізнес. В Україні традиції доброчинності існують давно. Власне, українські магнати кінця ХІХ ст. Микола Терещенко, Лев Бродський, Михайло Дегтерьов, Богдан Ханенко, барон Штейнгель та багато інших значним чином долучилися до підвищення соціального і культурного рівня життя населення України. Окрім внесків на розбудову церков, лікарень, музеїв тощо, вони активно сприяли розвитку національної культури і науки, започатковували навчальні заклади. Євген Чикаленко, заможний землевласник з Херсонщини, передавав свої знання і поділив землі між своїми односельчанами, створив перший в Російській імперії земельний банк в Одесі. Окрім розвитку цілого регіону, завдяки передачі землі та активному навчанню, він допоміг розвинути новий сектор економіки – *земельне кредитування*. І таких прикладів можна навести чимало.

Щодо сучасного стану, то тут є певна проблема. Нині є конкретна історична координата, в якій знаходиться країна. Вона полягає у цілому букеті «негараздів»: збіглися зношені основні виробничі фонди, високі ціни на енергоносії, політична нестабільність і необхідність інвестування в екологію. Безумовно, все це не дає можливості підприємцям повністю

відповідати очікуванням суспільства. Дійсно, проблем у соціальній сфері накопичилося дуже багато. Їх масштабність та складність вимагають великих зусиль і коштів. Чи може піклуватися про це тільки сама держава? Звичайно, ні. Наприклад, доходи Укрзалізниці у 2003 р. склали біля 12000 млн. грн. і бюджетні призначення за державною програмою «Соціальний захист та соціальне забезпечення в Україні», що були передбачені бюджетом 2004 р. – майже такі ж самі 12630 млн. грн. [9, с. 2].

Соціальні інвестиції повинні бути прогнозованими, а це можливо тільки в умовах стабільної роботи підприємства. Бізнес повинен сам визначати, яку частку своїх коштів направляти на розвиток персоналу чи місцевих територій. Проте розпочинати потрібно вже зараз, поки соціальна напруга в суспільстві не досягла свого апогею.

Вірно і те, що населення покладає на бізнес великі надії, а місцева влада або не діє, або зловживає «спонсорством» бізнесменів, або виявляється неорганізованою і не вміє витратити гроші за цільовим призначенням. За словами директора Алчевського металургійного комбінату Т. Шевченка, завод щорічно витрачає близько 30 млн. грн. на потреби персоналу (окрім заробітної плати), ще 10 млн. дає місту (не враховуючи податків). «Уливати у місто більше грошей немає сенсу: ефективно витратити їх просто нема кому. З цим завданням мерія просто не може упоратися. Впливових громадських організацій, що могли б не тільки чітко сформулювати запит до бізнесу, а і взятися за реалізацію конкретних проектів, також немає». Він вважає, що «Соціальні договори повинні передбачати паритетну участь бізнесу, міста і центральних органів влади у фінансуванні проектів благоустрою» [28,31]. Т. Шевченко каже: «В Алчевську маса невирішених проблем. І чого тільки не просять люди у заводу: налагодити систему постачання води, підключити дім до телефонного зв'язку, відремонтувати дороги. У місті багато інвалідів, яких треба навчати і працевлаштовувати. Куди не глянь – всюди проблема, і у місцевого бюджету, як завжди не вистачає грошей» [31].

На жаль, описана ситуація є типовою для українського сьогодення. На думку автора статті, це все відбувається через те, що між усіма соціальними партнерами немає чіткого розподілу сфер впливу та відповідальності, не відпрацьовані механізми взаємодії. Кожний грає за своїми правилами.

Для того, щоб ефективно визначити програми КСВ, слід знати не тільки про традиції добродійності, потрібно також враховувати особливості середовища, які існують в Україні. Деякі з них такі:

- *розвинена система соціального захисту*. Радянська система залишила у спадок великим підприємствам розвинену соціальну інфраструктуру (дитячі садочки, спортивні майданчики, заводські профілакторії, туристичні бази, будинки відпочинку тощо). Крім того, населення звикло в певній мірі до безкоштовної медицини та освіти, дешевих путівок, різного роду пільг;

- *економічні реалії*. Українська економіка значним чином залежить від галузей важкої промисловості таких, як металургійна промисловість,

гірничодобувна. Розвиток і важливість КСВ значно залежить від позиції компаній, що працюють у цих галузях економіки;

- *спадщина соціалістичного господарювання* в економіці, довікллі та суспільстві – неефективне розміщення ресурсів, неефективні технологічні та управлінські технології продовжують і далі наносити шкоду;

- *психологічний бар'єр між минулим та сьогоденням*. В українському суспільстві існує значна відмінність між поколіннями, складнощі у людей похилого віку до адаптації до сучасних вимог;

- *національне самовизначення*. Поруч із значним зростанням інтересу до національних питань, у т.ч. до місцевого національного розвитку, зберігається ще певна байдужість у частини населення, яка не виявляє особливого інтересу ні до мови, ні до культури, оскільки до розпаду СРСР ці люди мешкали у різних його куточках або взагалі за кордоном і, на момент 1991 р. випадково опинилися в Україні. Тому вони ще не прониклися ідеєю національного відродження. Для цього, безперечно, потрібен час і розуміння з боку владних структур. І як би нам не хотілось представити Україну суто українською, історично склалося так, що на її території проживає велика кількість національних меншин, а це накладає свій відбиток і на культуру як таку і на культуру бізнесу.

- *великі політичні прорахунки*, допущені у перші роки розбудови незалежності країни, стосовно переходу до ринку (проведення приватизації, лібералізація цін, «розбазарювання» ресурсів і т.ін.).

Перелічені особливості здатні помітно вплинути на стратегію КСВ. Наприклад, компанії, у власність яких перейшли індустріальні комплекси, повинні забезпечити наявність соціальної інфраструктури, до якої працівники звикли. З огляду на традиції української доброчинності, від компаній очікуватимуть допомоги для закладів культури або проведення заходів, що сприяють національному самовизначенню. Малим підприємствам, зрозуміло, не під силу, наприклад, спонсорувати поїздку дитячого оркестру або хору до Європи, але підтримати дитячий будинок або школу, або перерахувати кошти на будівництво будинку для літніх людей – це завжди можливо і почесно.

Деякі фактори, що є важливими при визначенні програм КСВ, є відкритими для суспільства і визнаними проблемами, наприклад, вплив Чорнобильської катастрофи, свобода слова, розвиток громадянського суспільства, корупція. Проте, існує низка факторів, які ще не набули розголосу в суспільстві, але які, тим не менш, є важливими для компаній. Серед таких «прихованих» факторів можна назвати бідність, поширення СНІДу, реінтеграцію кримських татар, стан системи соціального захисту в країні тощо. Всі вони мають бути ретельно враховані при визначенні стратегії КСВ.

А що стосується концепції КСВ, то у світі вже оцінили певні переваги її застосування, а саме:

- **Покращення ефективності процесів** – під час впровадження КСВ компанії виявляють приховані важелі підвищення ефективності, що інакше просто не можливо було побачити. Це особливо стосується технологічних процесів. Наприклад, якщо цілеспрямовано не шукати способів зменшення

викидів, технології можуть змінюватись дуже повільно.

- **Підвищення мотивації та продуктивності працівників** – оскільки всі працівники компанії водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство трансформуватиметься у турботу про працівників. Психологічні фактори мотивації до роботи є дуже важливими для будь-якої організації.

- **Зростання вартості нематеріальних активів** – підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії, зменшення ризиків від можливої втрати ринків, покращений доступ до нових ринків завдяки кращій репутації, – впровадження активної політики у сфері КСВ становить реальну вигоду для компанії (якщо стратегія комунікації КСВ підтверджена реальними кроками компанії).

Зрозуміло, серед економічних факторів важливими є ті, які безпосередньо впливають на короткострокову прибутковість, – зростання доходів, доступ до ринків, скорочення витрат на зростання продуктивності й доступ до капіталу.

Але там, де фактори сталого розвитку та фактори успіху бізнесу збігаються, існує можливість визначити чітку умову доцільності КСВ. Покращення корпоративного управління допомагає покращити доступ до капіталів, підвищити доходи і забезпечити зростання продуктивності роботи компанії. І це стосується всіх підприємств незалежно від табелю про ранги у бізнесі.

Українські компанії рано чи пізно постануть перед питанням вибору моделі свого розвитку. Чи стане соціальна відповідальність конкурентною перевагою українських компаній, як це сталося з рядом міжнародних компаній, – покаже час. Але вже зараз можна побачити, як умови доцільності впливають на розвиток соціальної відповідальності в Україні. Передові підприємства та компанії активно проводять модернізацію виробництв і управлінських процесів, не лише підвищуючи економічну ефективність, але й скорочуючи використання природних ресурсів. Сертифікація ISO 14001, зростання ринку тренінгових компаній та компаній, що надають послуги у сфері управління людськими ресурсами, розроблення принципів корпоративного управління України, Кодексу честі добropорядного виробника України, (добровільні зобов'язання перед споживачами і суспільством) Української Асоціації Якості – все це ознаки зародження ефективного підходу до питання відповідальності бізнесу. Говорячи про Україну, можна навести багато прикладів, коли компанії отримують значні прибутки і зменшують ризики, приділивши увагу соціальній відповідальності. Розширюючи сферу застосування КСВ, компанії перетворюють КСВ на **корпоративну соціальну вигоду**. Усвідомлення необхідності соціальної підприємливості підштовхує бізнесменів до пошуку нових ринків, нових послуг на існуючих ринках і т.ін. За цим феноменом стоїть уміння побачити нові можливості, а отже, отримати нові прибутки.

Соціальне підприємництво. Якщо галузеві ініціативи здатні допомогти передусім великим та середнім компаніям, малий бізнес може

значно виграти від застосування КСВ у соціальному підприємстві. За висловом В.Вороб'я, координатора Управління знаннями в Європейській академії бізнесу в суспільстві, «соціальне підприємство – це успішний бізнес там, де більшість убачає виключно соціальну проблему» [9, 22]. На нашу думку, соціальне підприємство – це бізнес, що націлений на отримання не тільки прибутку, а й соціального ефекту. Зважаючи на зростаюче розшарування населення країн (у т.ч. України) на багатих і бідних, компанії, здатні ефективно і взаємовигідно працювати з найбільш бідними прошарками населення (на дні соціальної піраміди), вирішують не лише соціальну проблему, але й утримують доступ до неймовірно великого ринку. Таким прикладом може бути газета «Порадниця», що має мільйонний тираж, тоді як успішні жіночі журнали мають лише декілька сотень тисяч. Таких газет в країні вже чимало. Зважаючи, що ЗМІ – бізнес, успіх цих газет говорить про відкриття газетою нових ринків, не помічених основними видавничими групами. Багато перукарень почали з благодійництва, тобто з того, що розпочинали свою діяльність як соціальні перукарні. А згодом переродились на популярні салони краси. Показним є приклад львівського винахідника О.Скімовських. Він нещодавно винайшов ефективний пальник для газової плити, спроможний видавати у 7 разів більше тепла, ніж звичайна газова плита. У світі проблеми нестачі коштів у пенсіонерів та малозабезпечених людей для сплати за спожите тепло, цей винахід матиме значний попит.

Підхід КСВ може допомогти виявити нові ринки не лише на дні соціальної піраміди, але й на найвищому міжнародному рівні. Наприклад, із ратифікацією Кіотського протоколу, нові механізми, передбачені протоколом для заміщення викидів шкідливих речовин, набудуть юридичної сили. Фактично Кіотський протокол відкриває двері для створення нового ринку – ринку заміщення шкідливих викидів, а отже, для нових інвестицій. Такі терміни як «механізм чистого розвитку», «сертифіковані зменшення викидів», «одиниця зменшення викидів», «проекти спільного впровадження» використовуватимуться не тільки спеціалістами Міністерства охорони навколишнього середовища, а й увійдуть у повсякденну практику господарювання.

Україна безумовно виграє від набуття сили Кіотським протоколом. Важливо, щоб українські підприємства усвідомили, що вуглекислий газ – це товар, за який треба платити за ринковими цінами, і стали достатньо відповідальні, щоб боротися за зменшення викидів.

Ще одним активним інструментом КСВ є **соціальні звіти** – звіти зі сталого розвитку, корпоративної громадської позиції, що включають інформацію про діяльність компанії у соціальній сфері та у сфері охорони довкілля. Кількість соціальних звітів неухильно зростає в Європі впродовж останніх 10 років. Останнім часом означилася тенденція до оприлюднення компаніями одночасно традиційних фінансових річних звітів і соціальних звітів, тим самим засвідчується важливість концепції потрійної кінцевої мети. Всесвітня Ініціатива зі Звітності (Global Reporting Initiative) надає перелік

нефінансових показників, рекомендованих для звітності. Відсутність соціальної інформації може спричинити ще більше проблем, ніж її наявність.

В Україні звіти подібного типу навряд чи з'являться найближчим часом. У когось це виключно модна термінологія. Ті, хто налаштовані серйозно, повинні спочатку визначити власну стратегію стосовно різних аспектів КСВ, визначити цільові показники, окреслити програми, зібрати інформацію як всередині, так і поза межами компанії. В рамках стратегії КСВ потрібно аналізувати, що роблять інші підприємства, в т.ч. конкуренти, і чого вони не роблять. Часом потрібно скерувати зусилля на вирішення тієї проблеми, яка ще не вирішена, або з'єднати зусилля з іншими підприємствами, щоб досягти найбільшої віддачі від вкладеного часу, фінансів та інших ресурсів.

Стратегія комунікації, пов'язана із відкритістю та прозорістю діяльності компанії. Це – ще один активний інструмент КСВ. Для компаній, які серйозно сприймають необхідність ведення СВБ, важливо не лише впроваджувати програми, але й правильно доносити інформацію про такі програми до груп впливу. Компанія повинна приймати вивірене рішення про необхідність донесення тієї чи іншої інформації. Цікавим прикладом є стратегія виведення ВАТ «Оболонь» напою «Живчик» на початку 2000-2001 рр. Відносно малобюджетна маркетингова компанія у міжсезоння не гарантувала успіху, проте резонанс у ЗМІ, спричинений появою напою, що сприяє підсиленню імунної системи у постчорнобильській країні і має яскраве національне забарвлення і хороший смак, значно допоміг вивести «Живчик» у лідери ринку. Здоров'я людей – це соціальна проблема.

Стан соціальної відповідальності сучасного українського бізнесу та її перспективи. Українські компанії (підприємства) незалежно від приналежності до великого чи малого бізнесу мають, безперечно, багато прикладів відповідальної поведінки: від покращення умов роботи працівників чи запровадження нових технологій, до активної благодійної діяльності. Але потрібен критичний аналіз подібних програм, створення національної бази даних прикладів, що спроможні допомогти компаніям у розширенні існуючих програм або розробленні власної стратегії КСВ.

Серед лідерів КСВ в Україні, швидше за все, опиняться філіали або СП за участі іноземного капіталу, що мають розвинені програми КСВ. Саме таким чином концепція КСВ впроваджується на теренах наших західних сусідів. З часом компанії змушені будуть поступатися тискові громадськості та організацій, які борються за охорону довкілля, і які спостерігають за кожним кроком компаній у світі й здатні ускладнити життя компаній за допомогою преси, радіо та Інтернету.

Достатньо подивитись на приклад німецької компанії Josef Moebius, підрядника робіт зі спорудження глибоководного суднового ходу «Дунай-Чорне море» через територію Дунайського біосферного заповідника НАН України. Активісти екологічних організацій проводили акції протесту біля центрального офісу компанії в Гамбурзі, було проведено кампанії в пресі та Інтернеті. Після чого репутація цієї компанії значно постраждала.

Навіть, нідерландські компанії відмовились від послуг, що надає їм Josef Moebius, оскільки це суперечило їхнім принципам КСВ.

Ще одна проблема, що отримала резонанс у західних мас-медіа, це – застосування дитячої праці. Так, з'ясувалося, що килими, які продає компанія ІКЕА, виготовлені пакистанськими та індійськими дітьми. Керівництво фірми розуміло, що у випадку розголосу, цей факт дуже нашкодить іміджу компанії, тому її засновник приїхав до МОП і попросив допомогти краще контролювати підрядників, щоб ті не використовували дитячу працю [43, 47].

Справа в тому, що в умовах глобалізації компанії часто звертаються до використання дитячої праці. Ця проблема особливо турбує міжнародну громадськість, МОП та інші міжнародні організації. Зрозуміло, що дитячу працю використовували і раніше. Але сьогодні до неї інакше ставлення. Міжнародна асоціація роботодавців, Міжнародна конфедерація профспілок погоджуються з тією думкою, що з цим явищем необхідно боротися. Вони прийняли згоду про те, що спільними зусиллями будуть намагатися мінімізувати дитячу працю, а то й взагалі її заборонити.

Отже, є чому повчитися у західних колег. До речі, вчить і приклад Алчевська. А таких міст в Україні дуже багато. Соціальні інвестиції не будуть ефективні, поки не розпочнеться конструктивний діалог бізнесу, влади й суспільства. Виголошуючи слова «соціальна відповідальність», великий капітал продемонстрував лише прагнення до високих стандартів, але не вміння їм відповідати. Можна очікувати, що уряд, місцева влада і суспільні організації сформулюють свою позицію у соціальному діалозі, що щойно розпочався, і, нарешті зрозуміють, що взаємна довіра, повага бізнесу і суспільства – умова виживання обох.

Ремонт міського житла, шосейних доріг, теплотрас і багато чого іншого потребує сотні мільйонів гривень. Таких грошей не має жодна сторона, хоч то бізнес, хоч то муніципалітет. Першим етапом тут могло би стати створення кондомініумів – співтовариств мешканців будинків. Другим етапом можна назвати паритетну участь бізнесу, міста і центральних органів влади у фінансуванні проектів, а також взаємний контроль за діями одне одного. Тільки тоді соціальна відповідальність бізнесу стимулює соціальну відповідальність місцевих муніципалітетів і держави в цілому.

Виховання ментальності у бізнесменів та у населення у дусі соціальної відповідальності – це також важливий етап. Практика виплат зарплат у конвертах призвела до того, що у міський бюджет надходить мізерна сума від невеличких фірм. А як може бути інакше, якщо великі супермаркети і аптеки мають можливість працювати за єдиним податком, тоді як їх прибутки несумірно більші. Рішення цієї проблеми знаходиться у компетенції уряду і парламенту.

Скорочення людей, що стане незапобіжним у результаті модернізації виробництв, – це проблема не одного підприємства, яким би соціально відповідальним воно не було, вирішити її наодинці бізнес не може. Працевлаштування – проблема місцевої та центральної влади, проблема держави. Вже давно йдеться про необхідність створення єдиної в країні

оперативної комп'ютерної бази даних про наявність вільних місць по всій країні і влаштуванні такою базою місцевих, районних та т.ін. центрів зайнятості.

Серйозною проблемою є модернізація металургійних підприємств. Ця модернізація суттєво знизить екологічне навантаження на прилеглу територію. Фахівці стверджують, що заходи по охороні довкілля, вбудовані у виробничий процес, набагато ефективніші так званих «технологій на кінці труби». Так, наприклад, установка конвертора замість мартену завжди краще, ніж які би то не було очисні споруди, що знижують викиди мартенівської печі. Цим реконструкція Алчевського меткомбінату вигідно відрізняється від модернізації інших металургійних підприємств в Україні. «Ми добре розуміємо, що років через п'ять світове співтовариство застосувати певні екологічні норми, і підприємства, що їх не дотримуються, будуть платити чималі штрафи, що негативно відгукнеться на їх конкурентоспроможності», - підкреслює згадуваний вище Тарас Шевченко [31, с. 28].

Вкладення в екологію перестали бути актом доброї волі і сьогодні безпосередньо ув'язуються з комерційною політикою підприємства. Нині більш вигідним з точки зору оборотності вкладень є модернізація сталеплавильних і прокатних виробництв. Проте люди бажають дихати чистим повітрям зараз. І ця тема – добрий привід для діалогу між корпораціями, містами та їх мешканцями, що дозволить поєднати комерційну політику компанії з інтересами населення. Залишається сподіватися, що уряд, місцеві влади і громадські організації сформулюють свою позицію у соціальному діалозі, який щойно намітився.

Майбутнє СВБ в Україні залежить від важливості та нагальності соціальних питань для підприємств. Моральні переконання власників бізнесу, тиск з боку груп впливу, необхідність сертифікації для освоєння інших ринків – всі ці фактори спричинять визначення загальної національної сутності КСВ та власної позиції компаній. Лише коли КСВ знайде відгук серед українських підприємців, можна буде говорити про поступовий розвиток концепції в українських реаліях.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ГЛАВИ 8

1. Авраамова Е.М. Формирование среднего класса в России: определение, методология, количественные оценки // *Общественные науки и современность*. - 2002. - № 1. - С. 17-24.
2. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. – М.: Наука, 1991. – 106 с.
3. Альман Г.Х. Звездные часы лидерства. – М: АО Интерэкспрот, 1999.–271 с.
4. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. - М.: Прогресс-Традиция, 2000.
5. Белановский С.А. Метод фокус-групп. - М.: Издательство Магистр, 1996. - 272 с.
6. Беляева Л.А. Социальная стратификация и средний класс в России. - М.: Academia, 2001.
7. Бизнес. – № 50 (77). – 10 декабря 2007 года. – С. 10.
8. Великанова О.В. Функции образа лидера в массовом сознании/Психология и психоанализ власти. Т.2. Самара, 1999. – 318 с.
9. Воробей В. Корпоративна відповідальність чи вигода ? // *Києво-Могилянська Бізнес-Студія*. – 2005. - № 10.
10. Галиц Г. Социальная ответственность бизнеса – это не только благотворительные акции и спонсорство // *Бизнес*. - № 6. – 05.02.07.
11. Голенкова З.Т., Изитханян Е.Д. Средние слои в современной России // *Социологические исследования*. - 1998. - № 7. - С. 44-53.
12. Головаха Е.И. Изменение социальной структуры и формирование среднего класса в Украине // *Трансформирующееся общество* - К., 1996. - С. 112-126.
13. Горшков М.И. Некоторые методологические аспекты анализа среднего класса в России // *Социологические исследования* - 2000. - № 3. - С. 4-13.
14. Грибов В.Д. Менеджмент в малом бизнесе. – М.: Финансы и статистика, 1999. - 128 с.
15. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. – СПб.: Питер, 2001. - 720 с.
16. Заславская Т.И. Социоструктурный анализ трансформации российского общества // *Социологические исследования*. - 2001. - № 8. - С. 3-11.
17. Заславская Т.И., Громова Р.Г. К вопросу о «среднем классе» российского общества // *Мир России*. - 1998. - № 4. - С. 3-22.
18. Зуб А.Т., Смирнов С.Г. Лидерство в менеджменте. М.: ЗАО Принт-Ателье, 1999. – 287 с.
19. Коновалова В.Г. Управление персоналом организации. / *Организационное поведение. Хрестоматия*. – Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2006. – 752 с.

20. Кочеткова А.И. Введение в организационное поведение. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2001. – 512 с.
21. Кочеткова Л.И. Психологические основы современного управления персоналом. / Организационное поведение. Хрестоматия. – Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2006. – 752 с.
22. Макеев С.О., Оксамитна С.М. Тенденції становлення середнього класу // Українське суспільство: десять років незалежності. - К.: 2001. - С. 278-285.
23. Макиавелли Н. Государь. - М.: ЗАО ЭСКИМО-Прогресс, 1999. – 311с.
24. Маркс К. Полное собрание сочинений // Маркс К., Энгельс Ф., ПСС, 2-е изд.-Т.10.
25. Маркс К. Теории прибавочной стоимости // Маркс К., Энгельс Ф. ПСС, 2-е изд. - Т. 26. - Ч. 2.
26. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1995. - 704 с.
27. Мірошніченко А. Завышенные социальные ожидания // Эксперт – Украина. – 2007. - № 13. – 2-8 апреля.
28. Ницше Так сказал Заратустра.
29. Обыденкова Т.Б. Средний класс и его работа // Социологические исследования. - 2000. - № 3. - С. 33-42.
30. Політика становлення середнього класу // Послання Президента України до Верховної Ради України "Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2001 році"
31. Простаков Г. Новая домна и старый дом // Эксперт – Украина. – 2007. - № 13. – 2-8 апреля.
32. Радаев В.В. Средний класс в России, или к появлению нового мифа // Знание - сила. - 1998. - № 7.
33. Семенов В.В. Качественные методики: введения в гуманистическую социологию. - М.: Добросвет, 1998. - 292 с.
34. Симончук Е.В. Средний класс: люди и статусы. - К.: Институт социологии НАНУ. - 2003. - 464 с.
35. Симончук О.В. В пошуках українського середнього класу // Україна - 2002. - К.: Інститут соціології НАНУ. 2002. - С. 31-45.
36. Соціологія. За ред. проф. В.Г. Городяненко. - К: Академія, 2006. – 542 с.
37. Тихонова Н.Е. Российский средний класс: особенности мировоззрения и факторы социальной стабильности // Социологические исследования. - 2000. - № 3. - С. 13-23.
38. Тихонова Н.Е. Факторы социальной стратификации. М.: РОССПЭН. - 1999.
39. Томилов В.В. Культура предпринимательства. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. - 368 с.
40. Хахулина Л. Субъективный средний класс: доходы, материальное положение, ценностные ориентации // Экономические и социальные

перемены: мониторинг общественного мнения. - 1999. - № 2 (40). - С.24-33.

41. Хессельбейн Ф., Голдсмит М. Лидерство без границ. М.: Альпипра Публишер, 2001. – 315 с.

42. Шангина Л. Отложенная жизнь или средний класе в украинском исполнении // Зеркало недели. - 2002. - 9 ноября.

43. Шинкаренко И. Лучше спорить, чем воевать // Эксперт – Украина. – 2007. - № 11. – 19-25 марта.

44. Эксперт – Украина. – 2007. - № 13. – 2-8 апреля;

45. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. - М.: Добросвет, 1999. - 596 с.

46. Якокка Л. Карьера менеджера / Общ. ред. С.Ю. Медведкова. – М.: Прогрес, 1994. – 384 с.

47. Hackman R., Vidmar N. Effects of Size and Task Type on Group Performance and Member Reaction // Sociometry, Vol. 33 (1970), pp. 37-54.

48. Manners G.E., Jr. Another Look at Group Size, Group Problem Solving, and Member Consensus // Academy of Management Journal. Vol. 18, No. 4 (December 1975), pp. 715-724.

49. Webber R.A. The Relation of Group Performance to the Age of Members in Homogeneous Groups // Academy of Management Journal, Vol. 17, No. 3 (September 1974), pp. 570-574.

50. Weber M. Witzshaft и D. Gesselschft. Bd. 2.

ПІСЛЯМОВА

МАЛИЙ БІЗНЕС: НАДБАННЯ, ПРОБЛЕМИ, РОЗВИТОК

Становлення в Україні ринкової системи господарювання зумовлюється нагромадженням змін у продуктивних силах суспільства, в соціальному статусі, культурі самосвідомості людини, що генеруються діями ринкових економічних законів. Одним із індикаторів цих змін є масштабність і досконалість функціонування в економічній та соціальній структурі суспільства сектору малого бізнесу та середнього класу. Сучасний цивілізаційний поступ переконливо свідчить про їх прогресивний вплив на розвиток підприємництва як внутрішнього спонукального імпульсу економічного розвитку, соціально-економічних відносин громадськості й демократії. Саме ці, нові для постсоціалістичного періоду, елементи є рушійними чинниками економічного зростання, збільшення валового внутрішнього продукту та чисельності робочих місць, а відтак – і трудової зайнятості населення та зміцнення їхнього добробуту. Це виступає запорукою і визначальним чинником соціально-економічної стабільності суспільства, зміцнення місцевих органів влади як виразу самоуправління (і наповнення їх бюджетів коштами), що у сукупності є запорукою формування розвиненої самодостатньої демократичної економіки.

Світовий досвід підтверджує, що бізнес малих форм широких верств населення як соціально-економічне явище не може виникнути спонтанно, а утверджується протягом певного часу, проходячи у своєму становленні декілька якісних фаз. Лише досягнувши у своєму становленні певної критичної маси насиченості, фінансової стійкості та адаптивності, підприємництво втілюється в найбільш ефективних організаційно-правових формах, які згодом формують відчутний сектор національної економіки та середній клас суспільства. У процесі свого становлення малий бізнес істотно впливає на структурну перебудову економіки країни, сприяє збільшенню обсягів виробництва затребуваної продукції та послуг, забезпечує раціональне використання наявних ресурсів, формує конкурентне середовище, долає монополізм.

Слід зазначити, що становлення малого бізнесу і середнього класу в розвинутих країнах і в Україні має специфічні відмінності. Найголовнішою із них є те, що у нині розвинутих країнах ринкової економіки становлення малого бізнесу відбувалось на засадах еволюційного розвитку і було на початковому періоді (після перемоги буржуазно-демократичних революцій) домінантною формою господарювання, на основі якої (та із надр якої) згодом вийшов крупний бізнес. Саме тривалість часу становлення сприяла відпрацюванню ідеології приватного бізнесу та правових форм функціонування його організаційних утворень як прояву

економічного індивідуалізму. В Україні становлення малого бізнесу має історично короткий час. Цей сектор економіки аж до початку третього тисячоліття не був бажаним і легальним, тим більше – основним масивом підприємств національної економіки. Крім того, слід враховувати і ту обставину, що основна маса бізнесменів-початківців була позбавлена стартового капіталу внаслідок державної експропріації заощаджень населення та унеможливлення її компенсації кредитами внаслідок тієї гіперінфляції, що була на час зародження малого бізнесу.

Виникнення малого бізнесу в економіці України (в історичному аспекті) має реверсивний характер у тому розумінні, що він не був логічно-послідовним явищем в еволюційному процесі економічного розвитку сімейного бізнесу, а є поверненням до тієї фази загальносвітового розвитку, який для більшості країн світу залишився майбутньому. Раніше сімейного бізнесу в Україні не існувало, він виник як форма виживання людей в умовах економічної кризи та безробіття. Тому фінансово-економічні проблеми не могли бути вагомими в соціально-економічній політиці того часу, оскільки вона формувалась одночасно з появою малого бізнесу та була адекватною до того, який вклад здійснював цей сектор у доробок національної економіки. Це підтверджується тим, що навіть зараз у продуктивному відношенні малий бізнес в Україні мало відчутний. У загальній кількості офіційно функціонуючих суб'єктів господарювання малі підприємства становлять переважну більшість, проте їх сумарний реальний внесок у створення валового внутрішнього продукту в 2007 р. становить лише близько 5,5% доходу національної економіки. У країнах же Європи цей показник більш ніж на порядок вищий: у Данії він досягає 80%, в Італії – 60%, а в середньому по сукупності держав Європейського Союзу – 63-37% від створюваного національного продукту. Крім того, в Україні щільність малих і середніх підприємств зараз у 3 рази менша ніж у Європі: в розрахунку на 10000 осіб населення в Україні припадає 66 одиниць суб'єктів малого бізнесу, а в Європі їх 340. Це свідчить про те, що в Україні ще відсутні стимулюючі чинники розвитку малого бізнесу та недосконалість регуляторної політики. Зокрема це підтверджують і порівняльні матеріали досліджень Світового банку, опубліковані в доповіді «Ведення бізнесу – 2009» (Doing Business – 2009)¹.

Як показали ці дослідження, в Україні в звітному фінансовому році (червень 2007 р., липень 2008 р.) представники малого і середнього бізнесу не отримали покращень у регуляторній політиці. Незначна кількість реалізованих у цій сфері реформ супроводжується їх безсистемністю і половинчастістю.

Критерієм оцінки, прийнятої для визначення ступеня дієвості регуляторної політики держави в сфері розвитку малого і середнього бізнесу, є загальний рейтинг умов ведення бізнесу, що включає кількісне значення десяти окремих позицій по кожній країні світу. Кількісна

¹ Світовий банк, МФК, www.doingbusiness.org

визначеність кожної позиції обчислювалась за спеціально розробленою методикою оцінки нормативно-правових умов ведення бізнесу для малих і середніх підприємств, що функціонують у формальному (а не у так званому «тіньовому») секторі. Ці 10 показників стосуються різних сторін життєвого циклу підприємства, зокрема: відкриття підприємства, одержання дозволу на будівництво, залучення найманих працівників, реєстрації прав власності, одержання кредитів, захисту прав інвесторів, оплати податків, здійснення міжнародної торгівлі, забезпечення використання договорів і, нарешті, – ліквідації підприємства.

Рейтинг проведено в 181 країні світу, в його розрахунку взяли участь 6700 місцевих спеціалістів, у т.ч. понад 50 осіб в Україні. Виявлено, що кількість реалізованих за рік реформ у сфері державного регулювання підприємницької діяльності досягло в порівнянні з минулими роками рекордних показників: у 113 (із загальної кількості 181) досліджуваних країнах реалізовано 239 реформ, що сприяють покращанню умов для розвитку бізнесу. Визнано, що в Україні новим надбанням є початок функціонування кредитних бюро. Доречно зазначим, що це надбання відноситься до заслуг не держави, а самого бізнесу.

До першої п'ятірки країн, в яких найбільш сприятливий режим функціонування малого бізнесу, увійшли Сінгапур (займає перше місце третій рік поспіль), Нова Зеландія, США, Гонконг і Данія. У другу п'ятірку увійшли Великобританія, Ірландія, Канада, Австрія і Норвегія. Найвищі місця серед групи країн Східної Європи та Центральної Азії (до якої входить Україна) зайняли Грузія (15 – місце), Естонія (22 – місце), Литва (28 – місце), Латвія (29 – місце) та Азербайджан (33 – місце).

Незважаючи на те, що в групі країн Східної Європи та Центральної Азії жодна країна не увійшла у групу лідерів, саме ця група країн п'ятий рік поспіль є найбільш динамічною в порівнянні з іншими регіонами в прогресивному поступі реформування умов, що стосуються підприємницької діяльності. У 2007-2008 фінансовому році (червень-липень відповідно) у 23 країнах із загальної кількості 25 країн цього регіону було реалізовано 62 реформи, тобто понад четверту частину від загальносвітового обсягу. Тут же знаходяться і перші чотири світових лідери за кількістю реалізованих за минулий фінансовий рік реформ у сфері нормативно-правового регулювання розвитку малого бізнесу в своїх країнах. Це такі країни: Азербайджан (піднявся із 97-го на 33-є місце рейтингу), Албанія (з 135-го на 86-е), Киргизтан (з 99-го на 68-е) і Білорусь (з 115-го на 85-е). Україна ж у загальносвітовому рейтингу регуляторного режиму розвитку малого бізнесу опустилась із 144 на 145 місце. Серед сусідів України по рейтингу фігурують такі екзотичні країни, як Мозамбік, Іран, Кабо-Верде, Мадагаскар, Суринам, Судан, Буркіна-Фасо, Сенегал.

Якщо порівнювати позиції України в рейтингу регуляторного режиму розвитку малого бізнесу з іншими країнами, що виникли внаслідок розвалу Радянського Союзу, то і в цій групі країн Україна пасивна: Грузія займає 15-ту позицію, країни Балтії – входять до третього десятка країн,

Азербайджан посів 33-є місце (піднявшись лише за минулий рік на 64 позиції). Україна ж, маючи 145-у позицію, знаходиться між Узбекистаном (138-е) і Таджикистаном (159-е місце), тобто потрапляє в нижню, заключну частину загальносвітового рейтингу.

Позитивним зрушенням у минулому фінансовому році в сфері регуляторної політики в Україні є, як уже зазначалось, створення нового приватного бюро кредитних історій. Це певною мірою полегшує суб'єктам малого бізнесу процедуру одержання кредиту завдяки обміну кредитної інформації між фінансовими закладами, що дозволяє їм з більшою вірогідністю оцінювати платоспроможність потенціальних позичальників, «відсіваючи» неблагонадійних. Тобто, покращання доступу бізнесових підприємств до кредиту в Україні є єдиною позицією із десяти, у загальносвітовому рейтингу, у якій досягнуто прогрес. За оцінкою цього показника Україна просунулась із 61-го на 28-е місце, тобто піднялась на 33 сходинки вгору. Поте цей успіх затьмарюється погіршенням ситуації в інших контрольованих сферах умов функціонування бізнесу. Найбільш істотними із тих, що погіршують рейтинг України, є такі:

- *режим оподаткування.* За цим показником Україна перебуває на 180-му (передостаньому) показнику загальносвітового рейтингу. Незважаючи на те, що податковий тиск в Україні в минулому фінансовому році дещо зменшився за рахунок скорочення деяких ставок відрахувань до фондів соціального призначення, а введення електронної системи подачі податкової інформації дозволило скоротити термін оплати податків, загалом податкова система залишається неупорядкованою. Зокрема, в Україні ще не прийнято Податковий кодекс, а сама система податків нестабільна, щорічно міняється із прийняттям бюджету. В цілому українським компаніям необхідно здійснювати майже 100 різного роду податкових платежів. Завдяки впровадженню електронної системи податкової звітності, обсяг часу на здійснення податкових платежів скоротився на 1237 годин за рік, проте в порівнянні з іншими країнами залишається ще досить високим – де витрати часу становлять в межах 800 годин в розрахунку на одне підприємство;

- *режим дозволу на будівництво.* За минулий рік зросли витрати та термін одержання дозволу на будівництво. Наприклад, у Києві всі нові проекти на будівництво оподатковуються (на розвиток інфраструктури), а загальний термін одержання дозволу на будівництво в країні зріс на 42 доби. У зв'язку із цим Україна у загальносвітовому рейтингу спустилась на 4 сходинки, зайнявши 179 місце. За цим показником гірший стан лише у 2-х країнах – Росії та Еритреї;

- *режим міжнародної торгівлі.* Внаслідок модернізації інфраструктури і служб морських портів в Україні в минулому фінансовому році в Україні на 3 доби скоротився термін проведення імпорتنих операцій. Проте в інших країнах світу покращання ситуації у цій сфері відбувалося більш швидкими темпами, так що за цією позицією Україна у загальносвітовому рейтингу опустилась на 10 сходинок – із

121-го на 131-е місце.

Таким чином, необхідно зробити висновок про те, що в Україні реформи, що стосуються розвитку малого бізнесу, проводяться не тими темпами, які б дозволили просунутися вперед у порівнянні з економіками інших країн, з якими Україна конкурує за інвестиції та ринки. Регулярні перепони розвитку малого бізнесу в Україні є досить істотними, вони тягнуть Україну вниз по шкалі загальносвітового рейтингу, зокрема із 50% кращих країн, де вона повинна б бути за своїм потенціалом, до тих 20% країн, що є аутсайдерами. Тим більше, що аналізований всесвітній рейтинг регуляторного режиму не включає такі важні питання, як рівень безпеки (ризиковість) бізнесу, макроекономічна стабільність, злочинність і корупція, кваліфікація робочої сили, міцність і надійність суспільно-економічних інститутів, якісь інфраструктури, норми регулювання іноземних інвестицій тощо, де в Україні також негаразди.

За експертними оцінками, шкала загальносвітового рейтингу досконалості регуляторних механізмів розвитку малого і середнього бізнесу корелює із більш широкими дослідженнями умов підприємства і його конкурентоспроможності, зокрема здійснюваних Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), коефіцієнт кореляції між якими становить 0,80. Рейтинг світової конкурентоспроможності, що публікується Всесвітнім економічним форумом, та індекс конкурентоспроможності країн світу за версією Інституту управління процесами розвитку, у порівнянні із шкалою досконалості регуляторних механізмів розвитку малого і середнього бізнесу (використаною нами із «Ведення бізнесу – 2009») корелюються із величиною коефіцієнта відповідно в розмірі 0,80 і 0,76. Це дає підставу сприймати наведену інформацію як таку, що достатньо достовірно відповідає реальній дійсності. На підставі цього представники групи Всесвітнього банку вносять такі пропозиції, що позитивно мають вплинути на ситуацію, що склалася:

- скоротити податки та упростити податкові процедури. В Україні залишається одна із найбільших кількостей податкових платежів – 99. Вона більша лише в трьох країнах світу: в Узбекистані (106), Білорусі (112) та в Румунії (113). У світі відбувається консолідація податкових платежів. Зокрема, в країнах-лідерах за цією ознакою (Швеція, Гонконг, Норвегія, Сінгапур, Латвія) існують від одного до семи податкових платежів суб'єктів малого бізнесу, а податкова звітність подається лише один раз на рік;

- спростити процедури дозволу на ведення бізнесу та режим видачі ліцензій на окремі його види;

- прийняти досконалий закон про акціонерні товариства з метою наближення України до принципів організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) у сфері корпоративного управління та завершити реформу системи технічних норм для спрощення міжнародної торгівлі.

Для розвитку малого бізнесу в Дніпропетровській області характерні

ті ж проблеми, що і для малого бізнесу України в цілому, і показує такі основні відмінності від малого підприємництва зарубіжних країн як:

- недостатність у суб'єктів малого бізнесу підприємницького капіталу. На жаль, належного розуміння ролі підприємницького капіталу як чинника ефективної розбудови ринкової економіки в українському політикумі та соціумі ще бракує. Ще не відбулося одностайного сприйняття розбудови ринкової системи як послідовно капіталістичної, що функціонує на основі дії капіталістичних економічних відносин, визначальним фактором розвитку якої є примноження капіталу. Ігнорування провідної ролі капіталу у розвитку існуючої економічної системи, призводить до самовпливу процесу при незворушному «нейтралітеті» державних органів управління. Це управління зводиться більше до простого спостереження за існуючою ситуацією, а не до активного регулярного втручання;

- наслідком зазначеного є пасивна фіксація кількісних параметрів динаміки малого бізнесу без належної оцінки якісних зрушень цього важливого соціально-економічного процесу – ступеня зрілості і відповідності сектору малого бізнесу сучасним потребам українського суспільства як засобу «капіталізації» соціальної психології. Адже ринкова економіка – ніяк не просто покращена модель раніше існуючої, а докорінно відмінна, капіталістична, що має свої закони розвитку та адекватні їм фінансові механізми і мотивації розвитку;

- так названа державна підтримка розвитку малого підприємництва є малоефективною і скоріше є показною «опікою» державних органів, ніж системною теоретико-методологічною обґрунтованою програмою дій з відповідним матеріально-технічним та фінансовим забезпеченням;

- втрачається привабливість малого бізнесу для молоді та осіб середнього віку в якості їх ініціативної творчої діяльності, а відтак – у досягненні підприємницького успіху. Це підтверджується не лише результатами соціологічних опитувань, а й статистичними даними кількості ліквідацій бізнесу та призупинення малими підприємствами господарської діяльності, стійкою тенденцією до зменшення чисельності в малих підприємствах працівників.

Зокрема, в Дніпропетровській області в 2007 р. було створено 2459 одиниць малих підприємств, а призупинили свою діяльність 5880 одиниць, або у 2,4 рази більше. Це не просто показники статистичної динаміки кількості малих суб'єктів господарювання, а вираз співвідношення надій та розчарувань;

- посилюється орієнтація малих підприємств на сферу послуг та посередництва, ухилення від товарного виробництва. У 2007 р. в загальній структурі видів діяльності малих підприємств Дніпропетровської області частка виробництва товарної продукції становила лише 29%, а надання послуг – 71%.

Зазначені негативні ознаки розвитку малого бізнесу зумовлені не лише суб'єктивними, а й об'єктивними причинами. Проте справа не

повинна зводитись лише до фіксації негативу, необхідно вживати реальні дії для покращення ситуації відповідними організаційними заходами. Зазначене зумовлює необхідність створення постійно діючої системи моніторингу розвитку малого бізнесу як системи координат оцінки його поточного стану та визначення рушійних чинників його зміцнення.

Стратегічним напрямом розвитку малого бізнесу в перспективному періоді є орієнтація його в урбанізованих сферах на інтеграцію із середнім та крупним (корпоративним) бізнесом. За цієї умови підприємства малого бізнесу набувають більш високої стійкості в конкурентному середовищі, посилюється їх виробнича спеціалізація, зменшуються організаційно-маркетингові та логістичні витрати, оптимізується структура капіталу, зростає можливість одержання банківського та товарного кредиту тощо. У межах не урбанізованих зон стратегічним напрямком розвитку малого бізнесу в перспективному періоді є його консолідація, створення інтегрованих структур різного типу (від простих консорціумів до системних об'єднань, асоціацій) з координацією їх діяльності з місцевими органами самоуправління.

Реальною умовою розвитку бізнесу є поєднання принципів самоврядування та самофінансування, рушійним чинником чого є ініціатива, наполегливість, економічний інтерес. Адже здатність для підприємництва належить до загальних чинників суспільного відтворення і цей ресурс не менш важливий, ніж фінансові, матеріальні, трудові, земельні, інформаційні, професійні та інші види ресурсів.

У сфері державного управління розвитком малого бізнесу на перший план виступають заходи регулювання не окремих (хоча і важливих, але локальних питань), а системних, розрахованих на тривалий період заходів – фінансово-економічного механізму функціонування суб'єктів бізнесу, що охоплює основи фінансової, кредитної та бюджетно-податкової системи в органічному поєднанні з заходами соціально політики, стимулювання внутрішнього і зовнішнього ринків, зростання обсягів виробництва товарної продукції та платоспроможного попиту, підвищення добробуту та стабільності. Все більшою проблемою в регулюванні розвитку малого бізнесу має формування і операційний доступ суб'єктів господарювання до інформаційних баз даних, результатів маркетингових досліджень розвитку окремих ринків та їх товарно-продуктових сегментів, набуття суб'єктами господарювання професійних знань та навичок менеджменту, оцінки підприємницьких ризиків, моделювання ситуацій, експертизи підприємницьких ідей та їх дієздатності і ефективності, що може здійснюватись у формах створення зональних консалтингових служб.

Найважливішим завданням розвитку малого бізнесу на сучасному етапі є розробка заходів з підвищення ефективності його діяльності та забезпечення достатнього рівня капіталоутворення для переходу цього виду бізнесу в режим розширеного економічного відтворення на власній фінансовій основі. Це потребує створення резервних стабілізаційних фондів, які надаватимуть можливість одержання доступних

довгострокових кредитів для перспективних галузей та оперативних короткострокових кредитів для підтримки платоспроможності в поточному періоді. Доцільним є розгортання франчайзингу як взаємовигідної форми партнерського співробітництва (кооперації) малого та крупного бізнесу. Ця модель дозволить істотно полегшити входження бізнесменів-початківців в ефективну модель бізнесу, надаючи їм певні переваги: стажування-навчання, консультативної підтримки, використання визнаної ринком торговельної марки-бренду та її позитивної репутації, зменшує стартові фінансові витрати, надає можливість користування пільговими кредитними ресурсами та результатами централізованих рекламних акцій, наукових розробок, централізованого пільгового товаропостачання та інших послуг.

Важливим аспектом в діяльності місцевих органів влади є запровадження індикативного планування розвитку малого бізнесу на основі досліджень його фактичного стану та потреб повного насичення. На цій основі можливе планомірне створення повноцінної структури малого бізнесу як за галузевою ознакою, так і за ємністю ринку та повним використанням трудових ресурсів відповідних територіальних громад.

У системі удосконалення фінансового менеджменту функціонування малих підприємств, крім впровадження регулярного моніторингу їх фінансового стану та підтримки платоспроможності, важливим є запровадження комерційного розрахунку, чіткого визначення виробничих програм та оцінки їх виконання за окремими центрами відповідальності, освоєння методики бюджетування та контролінгу як інструментів оперативного управління їх діяльністю. Важливим завданням є досягнення високої культури та етики бізнесу як запоруки надійності бізнесових утворень, так і бізнес-середовища в цілому.

Реалізація зазначених та інших заходів буде сприяти підвищенню ефективності діяльності сектору малого бізнесу як окремих адміністративно-територіальних утворень, так і всієї національної економіки задля подальшого соціально-економічного розвитку суспільства.

В.Я. Олійник, к.е.н., головний науковий співробітник

Наукове видання

Видання 3-є, переопрацьоване і доповнене

СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

Колективна монографія

Становлення і розвиток малого бізнесу в регіоні: Колективна
С76 монографія / За заг. редакцією Н.І. Редіної. – Дніпропетровськ:
ДДФА, 2008. – 508 с.

ISBN 978-966-8866-30-2

У монографії здійснено спробу системного і комплексного дослідження такого явища, яким є сектор малого підприємництва, на регіональному рівні. Досліджується динаміка і структура формування сукупності підприємств малого бізнесу в Україні та на регіональному рівні, галузеві особливості створення і функціонування малих підприємств, аспекти фінансово-економічного регулювання їх розвитку. У монографії також підняті проблемні питання формування в Україні середнього класу, демократизації суспільно-економічних відносин та громадянськості.

Монографія призначається для широкого кола читачів: представників малих форм господарювання, працівників місцевого самоврядування, науковців, викладачів, студентів.

УДК 334.012.64:338.24
ББК 65.290

Редактори *Л.І. Малигіна, А.А. Майна, О.С. Косенко, В.В. Савельєва*

Коректори *А.А. Майна, О.С. Косенко*

Технічний редактор *Т.Г. Пунтус*

Дизайн обкладинки *Т.Г. Пунтус*

Підп. до друку _____ Формат $84 \times 108^{1/32}$ Папір друк.

Ум.друк.арк. 26,8 Облік.-видав.арк. 36,9 Тираж 300 Замовлення № _____

РВВ ДДФА Дільниця оперативного друку. Св. Держкомітету інформ. політики, телебачення та радіомовлення сер. ДК 852 від 09.06.1999 р.