

ФЕНОМЕН МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦІЛІСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

УДК 373.33

Михайло Мащакевич, доцент кафедри менеджменту та адміністрування,
Дрогобицького державного педагогічного університету
імені Івана Франка

ФЕНОМЕН МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦІЛІСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті висвітлено необхідність вивчення учнівською молоддю в загальноосвітніх закладах сутності про підприємництво та його розвиток, дати чітке розуміння цієї науки учнівській молоді і сформувати необхідний рівень знань про підприємницьку діяльність в загальноосвітніх школах, ліцеях, коледжах, що сприятиме готовності молоді до трудової діяльності в сучасних умовах.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, підприємницька діяльність, маркетинг, власна справа підприємництва, види підприємництва, шляхи становлення.

Лит. 15.

Продовження статті опублікованої в №6 (89) 2012. Актуальність проблеми. Підприємництво – це не лише особливий вид діяльності, а й певний стиль і тип господарської поведінки, яким притаманні [3]:

- ініціативність і пошук нетрадиційних рішень у сфері бізнесу;
- готовність наражатися на власний ризик;
- гнучкість і постійне самооновлення;
- цілеспрямованість і наполегливість у бізнесовій діяльності.

Підприємницька діяльність – праця індивіда, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в господарській діяльності, на отримання економічної вигоди і насамперед привласнення додаткового продукту [12, 15 – 21].

Аналіз останніх публікацій. Проблемі підприємництва випущено значну кількість навчально-методичної літератури, вітчизняних авторів: З.С. Варналій [1], М.В. Вачевський, В.М. Мадзігон, Н.М. Примаченко [3], Т.А. Говорушко [5], В.Д. Грибов [6], О.А. Кириченко [7], А.П. Кисельов [8], М.Г. Лапуста [9], О.Є. Мазур [10], С.В. Мочерний [11], Д.В. Нікітенко [14], Ю.Ф. Пачковський [15].

Мета статті. Розкрити питання становлення та розвитку малого підприємництва і вивчення цього напрямку економіки у загальноосвітніх навчальних закладах відповідно рішення МОН молоді та спорту України.

Виклад основного матеріалу. *Мале підприємництво* – це самостійна (за рахунок власних коштів) систематична інноваційна діяльність громадян – підприємців та малих підприємств на власний ризик з метою отримання підприємницького доходу (надприбутку). При визначенні поняття “малого підприємництва” треба враховувати не стільки кількісні критерії

(кількість працюючих, розмір капіталу, прибутку грошового обігу, обсяги валової продукції, продажу тощо), скільки якісну характеристику. В першу чергу треба виділяти такі якісні критерії, як правова незалежність, єдність права власності та безпосереднього управління фірмою; безпосередній характер відносин між господарем та робітником; повна відповідальність за результати господарювання; невеликий ринок збуту, сімейне відання справою, зазначає З.С. Варналій [1, 23].

При визначенні суб’єктів малого підприємництва треба виділяти базові та похідні властивості цього типу підприємницької діяльності. До базових властивостей слід віднести економічну свободу, володіння ресурсами, інноваційність, пошук нових видів діяльності, та швидке виконання замовлення для споживачів.

Стверджується, що в основі малого підприємництва, особливістю якого є діалектична єдність власності, управління і контролю в особі суб’єкта підприємницької діяльності, лежить саме приватна власність на засоби виробництва та кінцеві результати виробничої діяльності. Крім відзначеного мале підприємництво ґрунтується на основних принципах маркетингової діяльності, а саме:

Мале та середнє підприємництво як самостійний і невід’ємний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову економіки країни, підвищує загальні обсяги виробництва і роздрібного товарообігу, сприяє раціональному використанню всіх ресурсів, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції і усунення монополізму. За рахунок мобільності, гнучкості та інноваційного підходу малі підприємства здатні швидко пристосовуватись до змін споживчого попиту, знайти свою ринкову нішу, оперативно здійснити виробництво нової продукції малими партіями. Вони мають невисокі експлуатаційні витрати, створюють раціональну

ФЕНОМЕН МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦІЛІСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

структуру організації та управління, здійснюють постійний пошук нетрадиційних рішень і способів дій, відзначають О.А. Кириченко та К.Г. Ваганів [7, 103 – 108].

В.Д. Грібов вказує, що зокрема наявність суттєвих переваг забезпечує малим фірмам, що знаходяться в умовах менш привілейованих, мають набагато менше засобів для життєво важливих стратегічних досліджень, можливість відвоювати свою долю на ринку [6, 15], і виділяє такі переваги.

1. Гнучкість і мобільність малого бізнесу, що дозволяє йому оперативно реагувати на запити ринку, швидко адаптуватись до змінних умов. Мале підприємство можна кваліфікувати як особливий творчий тип економічної поведінки, для якого характерні підприємницький дух і ініціативна творча діяльність, зв'язана в той же час з певним ризиком для обмеженої кількості заінтересованих осіб.

2. Створення такої атмосфери в малій фірмі і можливості ефективного господарювання сприяє об'єднання в одній особі власника і управлінця, що є характерним для більшості малих підприємств.

3. Важливою перевагою малого бізнесу, що забезпечує його ефективність, є взаємозамінність працівників. При відомому розмежуванні функцій між співробітниками для малого колективу характерні взаємодопомога і підтримка один одного, а у випадку необхідності дублювання і взаємозамінності.

4. Суттєвою перевагою малої фірми висока швидкість проходження інформації, що обумовлено меншим об'ємом інформації на малих підприємствах і безпосереднім спілкуванням керівника і підлеглих.

5. Малі розміри фірми забезпечують їй хороше управління при порівняно низьких управлінських видатках.

6. І, що важливо необхідно відзначити, для організації малого бізнесу, як правило, не потрібно великих вкладень в основні засоби. Ця перевага притягує багатьох підприємців-початківців і позитивно відображається на собівартості продукції та послуг.

Проте, поряд з перевагами виділяються наступні недоліки малого бізнесу:

1. Підприємець працює під страхом розорення, тобто велика ступінь ризику. Багато залежить не лише від вміння керівника, скільки від дії зовнішнього середовища. Тому в кризові для економіки періоди невеликі підприємства в перше чергу стають банкрутами.

2. Іншим слабим місцем малого бізнесу є

низька можливість накопичення капіталу. Як правило, для розширення виробництва власники малого бізнесу можуть виділити незначну частину капіталу. Є обмеження в одержанні кредиту, оскільки відсутні засоби для виплати високого відсотка.

3. Малий бізнес не знаходить своє використання у фондоемких, наукоємких галузях, що вимагають великих капіталовкладень. Сфера його діяльності обмежена.

4. У підприємств нема можливості купувати сировину зі значними оптовими скидками, так як закупки обмежені масштабами виробництва. Їм також не по засобах організувати власну службу маркетингу і дилерську мережу. З цієї ж причини малі підприємства не спроможні проводити наукові дослідження і перспективні починання.

5. Обмежена номенклатура продукції, що випускається робить мале підприємство уразливим з точки зору кон'юнктури ринку. Відносно скромні масштаби виробництва і обмежені ресурси ставлять в не вигідне положення малий бізнес, роблять його нездатним у рівних умовах конкурувати з крупним виробництвом [7, 16].

Велике значення малих підприємств у процесі реалізації господарської функції підприємства (тобто ефективного використанню трудових, інтелектуальних, матеріальних і фінансових ресурсів) та соціальної функції (виготовлення товарів, надання послуг необхідних суспільству, працевлаштування значної частини населення тощо).

Основними недоліками діяльності малих підприємств є:

- нижча продуктивність праці порівняно з крупними підприємствами;

- нездатність впроваджувати важливі капіталомісткі досягнення науки і техніки у виробництво;

- вища інтенсивність праці за рахунок тривалішого робочого дня, використання сімейної праці;

- економія на умовах праці та правилах техніки безпеки;

- обмежені можливості підвищувати кваліфікаційний рівень найманих працівників;

- значні труднощі з фінансуванням, отриманням кредитів;

- відсутність професійних спілок, а отже тих прав управління виробництвом, які мають наймані працівники на великих підприємствах;

- обмеженість у впровадженні найпрогресивніших форм та методів організації виробництва;

- формування малими підприємствами

ФЕНОМЕН МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦІЛІСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

загалом стихійного характеру розвитку монополізованого сектора економіки [12, 15].

Мале підприємництво як тип підприємницької діяльності найбільш повно розкривається через характеристику її суб'єктів. Тобто підприємця. *Підприємець* – це особистий фактор відтворення, здатний на інноваційній і інвестиційній основі йти на ризик і раціонально поєднати інші фактори виробництва. Так щоб у перспективі одержувався підприємницький дохід. Це визначення повністю підходить і до поняття “мале підприємництво” зазначають автори М.В. Вачевський, В.М. Мадзігон, Н.М. Примаченко [3].

Автором М. Мащакевичем виділяються наступні особливості, які трактуються як конкурентні властивості (переваги) малих фірм.

1. Підприємницький дух – глибока зацікавленість персоналу в успіхах фірми.

2. Оперативність управління малою фірмою, де 1 – 2 керівники набагато вища ніж на середніх і великих підприємствах.

3. Швидкість проходження, аналізу, переосмислення інформації на малих підприємствах дуже висока; у той же час як менеджери великих фірм через цейтнот сортують потоки інформації на короткострокові і довгострокові втрачаючи їх актуальність.

4. Всі співробітники малих фірм на видноті, що стимулює їх активність в пошуку покращень, оскільки середній вік життя малих фірм 6 років.

5. Малі підприємства мають більшу маневреність ніж великі фірми.

6. На МП менше порушень трудової дисципліни.

7. Зниження цін і розширення доступу до ринкової сільової інформації підвищило конкурентоспроможність МП.

8. За кордоном МП мають податкові пільги та переваги.

9. Стосунки на МП нагадують сімейні, а не холодні службові, і оцінка особистих заслуг і якостей повніша, іде самореалізація взаємовідносин.

10. Внутрішній порядок і ієрархія на МП встановлюються автоматично, що на великих фірмах потребує певних зусиль, коштів і засобів.

11. Менеджери МП і персонал затверджують, схвалюють і реалізують не плани, а товари і більш реально приймають ризики та нововведення.

12. Універсальність знань та умінь персоналу і сумісництво професій на МП – на відміну від вузької спеціалізації на великих фірмах.

13. Собівартість продукції МП нижча, а працевіддача вища [12].

Суб'єкти малого підприємництва краще знають рівень попиту на місцевих (локальних) ринках, часто товари виробляють на замовлення

окремих споживачів, дають засоби для існування великій кількості людей, ніж великі підприємства, і тим самим сприяють підготовці професійних працівників і розповсюдженню практичних знань.

М.Г. Лапуста, аналізуючи закордонний досвід вказує, що більшість невдач малих фірм пов'язані з менеджерською недосвідченістю або професійною некомпетентністю власників малих підприємств.

Наводиться опитування, що проводились в середовищі малих бізнесменів США, де вказується, що головними причинами невдач найчастіше є:

- некомпетентність;

- незбалансований досвід (наприклад, досвідчений інженер, але недосвідчений комерсант);

- недостатній досвід в комерції, фінансах, постачанні, виробництві, управлінні в одноосібних володіннях і товариствах, вміння наводити і підтримувати ділові зв'язки і контакти, загального управлінського досвіду [9, 20].

Слід відзначити твердження З. Варналії [3, 41 – 42], де робляться наступні узагальнюючі висновки стосовно малого підприємництва.

1. Мале підприємництво є особливим типом підприємницької діяльності. Його слід розглядати як єдність соціально-економічної та організаційно-технічної сутності цього явища, тобто єдність підприємницьких (виробничих) відносин та продуктивних сил як сукупності матеріально-речових елементів виробництва, робочої сили та форм організації виробництва.

2. Мале підприємництво є важливим структуроутворюючим чинником ринкової економіки.

3. Мале підприємництво має винятково велике значення в перехідний період до ринкової економіки.

4. Економічною основою малого підприємництва є приватна власність у різних її формах та різновидах.

В основі малого підприємництва, особливістю якого є діалектична єдність власності, управління і контролю в особі суб'єкта підприємницької діяльності, лежить приватна власність на всі складові виробництва. Саме воно індивідуалізує власність, робить розпоряджання нею найнаочнішим, конкретнішим. Мале підприємництво ґрунтується переважно на особистій праці його членів, які зацікавлені в нарощуванні та примноженні власності, зазначає В.В. Виговська [4].

Поряд з перевагами малому підприємству властиві і певні недоліки. До недоліків відносять хронічну нестачу фінансових коштів та обмеженні

ФЕНОМЕН МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦІЛІСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

можливості для розширення капіталу; слабке сегментування власної частки ринку; недостатність кваліфікованої робочої сили; повну відповідальність підприємця; найменш стійкі організаційні форми підприємництва тощо. Разом з тим за умов дестабілізації економіки, обмежених фінансових ресурсів саме суб'єкти малого підприємництва, які не вимагають великих стартових інвестицій, спроможні усунути диспропорції на окремих товарних ринках, активізуючи інноваційні процеси, створювати додаткові робочі місця, забезпечити швидке насичення ринку товарами та послугами.

В економіці вся діяльність так чи інакше пов'язана з виробництвом продукції та її рухом у сферу споживання. Тому будь-який епізод господарського життя характеризується різноманітністю ділових відносин, з допомогою яких здійснюється відтворення. По суті ділові відносини – це вираження того суспільного явища, яке в класичній політекономії прийнято називати виробничими відносинами. Діяльність будь-якого із суб'єктів виробничих відносин є його особисте “виробництво”, а обмін діяльністю та її результатами (матеріальними благами), що має місце в різних формах суспільного виробництва, є обмін “матеріальними благами, продуктами, товаром”, діловий контакт, стверджує А.П. Кісельов [8].

Підприємство – основна ланка бізнесу, тому що саме на підприємстві відбувається процес виробництва матеріальних благ та послуг і воно виступає як самостійний господарський осередок, як організаційна структура підприємницького бізнесу [8, 30].

Бізнес – це ділова активність, справа, націлена на вирішення завдань, пов'язаних у кінцевому результаті із здійснення на ринку операцій обміну товарів і послуг між економічними суб'єктами ринку, використовуючи при цьому форми і методи конкретної діяльності, що склалася в ринковій практиці. Бізнес роблять заради одержання доходів (прибутків) від результатів діяльності в найрізноманітніших сферах – у разі проведення орендних, транспортних, та багатьох інших операцій як видів діяльності, у виробництві та торгівлі товарами та послугами, банківській та страховій справах.

Вільні в своїх діях одноосібні власники капіталу можуть бути в бізнесу суб'єктами. Це власники і співвласники капіталу фірм або фізичні особи, які виступають як юридичні особи. Позичальники капіталу, які одержали позички і кредити в банку для проведення господарської діяльності, можуть виступати в бізнесі як суб'єкти. Важливо, щоб суб'єкт в бізнесі мав у своєму розпорядженні

капітал, що надходить в оборот. Такий капітал може бути виражений не тільки у грошовій формі, а й у товарній і у формі послуг.

Бізнес – більш широке поняття, ніж підприємницька діяльність. До бізнесу належить здійснення будь-яких одиничних разових комерційних угод, спрямованих на одержання доходу (прибутку) в будь-якій сфері діяльності.

Водночас між бізнесом та підприємництвом є відповідні відмінності як стверджує С.В. Мочерний [13]:

а) *бізнес* – ширше поняття, оскільки охоплює відносини, які виникають між усіма учасниками ринкової економіки, залучає не тільки підприємців, а й споживачів, найманих робітників державних структур тощо; підприємництво – одна із основних складових системи бізнесу;

б) *бізнес* – це будь-який вид економічної діяльності з метою отримання прибутку; підприємництво передбачає елемент інноваційності;

в) у *бізнесі* не обов'язкове безпосереднє керівництво, можлива тільки участь; підприємець має безпосередньо організувати діяльність, керувати нею. Тому підприємництво означає переважно персональну економічну відповідальність, а бізнес – частіше колективну відповідальність за результати роботи.

г) *підприємництво* є не тільки елементом системи бізнесу, а й фактором його розвитку;

д) *основна мета бізнесу* полягає в максимізації вигоди (доходу, прибутку) від реалізації угод, підприємництва – в максимізації вигоди від підприємницької ідеї;

е) *бізнес* – характер, спосіб дій; підприємництво – особливий новаторський стиль господарської поведінки керівника, основою якої є творчий пошук нових можливостей господарювання, уміння залучати і використовувати в умовах конкуренції ресурси з найрізноманітніших джерел;

є) *бізнес* – вища сучасна форма організації підприємницької діяльності, що передбачає обов'язкове використання різних видів менеджменту, наукової організації, корпоративної культури тощо.

Висновки. Отже, суть і значення малого бізнесу полягає в тому, що він є провідним сектором ринкової економіки, основою дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, здійснює структурну перебудову економіки, швидко окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживачькими товарами та послугами повсякденного попиту, додатковими робочими місцями; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий прошарок

ФЕНОМЕН МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦІЛІСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

підприємців власників; сприяє послабленню монополізму та розвитку конкуренції.

Малий бізнес є клітинкою малого підприємництва – особливого сектору економіки, який створений сукупністю малих підприємств і приватних підприємців і представляє собою специфічну суспільну форму дрібного виробництва та вузькоспеціалізованих послуг в умовах ринку.

Малий бізнес – це будь-яка діяльність малих підприємств і окремих громадян (фізичних осіб), що скерована на одержання прибутку, тобто будь-яка діяльність суб'єктів господарювання, яка не суперечить чинному законодавству і скерована на реалізацію власного економічного інтересу. Не обов'язково це має бути особливо ризикова та інноваційна діяльність на засадах повної економічної відповідальності.

Будучи специфічним суб'єктом національної економіки малий бізнес відрізняється від інших за наступними критеріями:

- метою створення малого підприємства. Переважно малий бізнес створюється для задоволення працюючих в малому бізнесі осіб достатнім рівнем матеріальної забезпеченості, а не з метою доводгративалої експансії та отримання прибутків;

- динамікою розвитку певного суб'єкта малого бізнесу. На першому етапі становлення мале підприємство розширює свою діяльність і набирає темпи зростання, орієнтуючись на власні сили та використовуючи всі доступні йому ресурси. На другому етапі розвитку потужність стабілізується на відповідному рівні або переходить до іншої категорії суб'єктів економіки. Перебіг розвитку цих етапів набагато швидший, ніж у інших суб'єктів економіки, що і визначає високий динамізм цього сектору;

- високим ризиком ведення власної справи суб'єктами малого бізнесу. У першу чергу це обумовлено обсягом малого бізнесу та відсутністю необхідних матеріально-фінансових резервів, що й визначає високу мобільність малого бізнесу, але й водночас і підвищує його уразливість;

- особливістю оподаткування та звітності. Специфіка оподаткування суб'єктів малого підприємництва у можливості переходу на сплату єдиного податку та спрощену систему бухгалтерського обліку і звітності.

- кадровим забезпеченням малих підприємств. Через незначний обсяг та цілі існування малого бізнесу, як правило, такі підприємства не мають можливості для залучення висококваліфікованих найманих працівників, особливо менеджерів та бухгалтерів, а у ході своєї діяльності орієнтуються на власні сили.

Для розвитку підприємницької діяльності в

нових умовах господарювання необхідно вести цілеспрямовану підготовку молоді в навчальних закладах, збагачуючи її знаннями економіки, розвиваючи її творчість, які згодом стануть до підприємницької діяльності.

Розвиток підприємництва передбачає стабільне функціонування ринкової інфраструктури. Без цього неможливе стабільне використання ресурсів та реалізація продукції виробництва. Крім цього важливе широке використання сучасних концепцій менеджменту та принципів маркетингу.

1. Варналій З.С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики.* // З. Варналій. – К.: "Знання". КОО, 2005. – 302 с.

2. Воротіна Л.І. *Розвиток підприємництва в економіці України.* Вісник Київського університету. / Л. Воротіна. Економіка. Вип. 1. 1994. – С. 40.

3. Вачевський М.В., Мадзігон В.М., Примаченко Н.М. *Основи економіки. Навчальний посібник для учнів ліцеїв, коледжів, гімназій та загальноосвітніх шкіл 10 – 11 – 12 класів.* // М. Вачевський, В. Мадзігон, Н. Примаченко. – К.: Педагогічна думка, 2007. – 616 с.

4. Виговська В.В. *Малий бізнес України: сучасний стан та тенденції розвитку.* // В. Виговська. / Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 59 – 64.

5. Говорушко Т.А., Тимченко О.І. *Малий бізнес: Навчальний посібник.* // Т. Говорушко, О. Тимченко. – К.: Центр учбової літератури, 2006. – 200 с.

6. Грибов В.Д. *Менеджмент в малому бізнесі: Учебное пособие.* // В. Грибов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 128 с.

7. Кириченко О.А., Ваганів К.Г. *Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Актуальні проблеми економіки.* // О. Кириченко, К. Ваганів, 2008. – №1. – С. 103.

8. Кісельов А.П. *Основи бізнесу: Підручник.* // А. Кісельов. – К.: Вища школа, 1997. – 191 с.

9. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. *Малое предпринимательство.* // М. Лапуста, Ю. Старостин. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 320 с.

10. Мазур О.Є. *Оцінка сучасного стану малого підприємництва в Україні.* // Актуальні проблеми економіки. / О. Мазур. – 2003. – №12. – С. 80 – 88.

12. Мацакевич М.В. *Феномен малого підприємництва у контексті розвитку цілісної економічної системи.* // М. Мацакевич. / Молодь і ринок. – 2012. – №6. – С. 15 – 21.

13. Мочерний С.В. *Основи економічної теорії.* // С. Мочерний. – К.: Академія, 1997. – 464 с.

14. Нікітенко Д.В. *Вплив розвитку малого підприємництва на становлення та розвиток середнього класу в Україні.* // Актуальні проблеми економіки. / Д. Нікітенко. – 2003. – №10(28). – С. 119 – 127.

15. Пачковський Ю.Ф. *Підприємництво в новітніх теоретичних пошуках та інтерпретаціях.* // Ю. Пачковський. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. – №3. – С. 149 – 159.

Стаття надійшла до редакції 29.05.2012