

УДК 334.012.64

І.М. Єпіфанова, канд. екон. наук, доц.,
О.А. Маковецька, бакалавр,
Одес. нац. політехн. ун-т

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

І.М. Єпіфанова, О.А. Маковецька. **Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні.** Розглянуто основні тенденції і проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. Зазначено позитивні зміни у формуванні суспільної думки щодо процесу підприємництва. Підкреслюється роль вищих навчальних закладів в подальшому розвитку малого бізнесу.

И.Н. Епифанова, Е.А. Маковецкая. **Основные аспекты развития малого бизнеса в Украине.** Рассмотрены основные тенденции и проблемы развития малого бизнеса в Украине. Отмечены позитивные изменения в формировании общественного мнения о процессе предпринимательства. Подчеркивается роль высших учебных заведений в дальнейшем развитии малого бизнеса.

I.N. Yepifanova, E.A. Makovetskaya. **The main aspects of small business development in Ukraine.** The main trends and challenges of small business development in Ukraine are overviewed. Positive changes in forming public opinion on the process of entrepreneurship are observed. The higher education role in the further small business development is emphasized.

Мале підприємництво є органічним структурним елементом ринкової економіки, провідним, одним з найважливіших діючих чинників економічного розвитку суспільства, що спирається на ринкові методи господарювання. Малий бізнес і ринкова економіка виступають взаємозалежними чинниками. З одного боку, ефективність і динаміка розвитку ринкової економіки певним чином залежить від успішного функціонування малого бізнесу, з іншого — справжній ринковий механізм господарювання сприяє формуванню підприємницької активності.

Від розвитку малого бізнесу залежить створення конкурентоспроможного внутрішнього ринку товарів і послуг. За умов вузької спеціалізації малі фірми забезпечують насичення ринку якісною продукцією повсякденного попиту, а також виступають провідником інновацій; здійснюють швидку окупність витрат за рахунок раціонального використання ресурсів; є набагато мобільніші і гнучкіші, ніж великі фірми; швидше реанімуються після негативних наслідків впливу зовнішнього середовища і не потребують побудови складного механізму стратегічного управління.

У соціальному значенні важлива функція малого бізнесу полягає в тому, що він спроможний задовольнити потреби суб'єктів підприємницької діяльності, які мають можливість знайти свою ринкову нішу і тим самим надати робочі місця; наповнити державний бюджет коштами, які перераховуються у вигляді податків та зборів; сприяти створенню якісної структури ВВП.

Саме цим визначається сутність малого бізнесу і пояснюється істотне значення його у формуванні середнього класу і добробуту українського народу.

Приведені переваги малого бізнесу свідчать про його специфічну і фундаментальну роль у зростанні ринкової економіки. Але в Україні малий бізнес вже на самому етапі розвитку стикається з безліччю проблем. І незважаючи на досить велику кількість досліджень, присвячених проблемам малого бізнесу, ефективного функціонування малих підприємств, наукову обґрунтованість їх не можна визначити вичерпною. Проблема розвитку підприємництва та підприємницької активності залишається однією з найактуальніших як в економічному, так і в соціальному вимірах.

Перехід від централізовано керованої системи господарства до ринкової зробив проблему підприємництва, у тому числі малого, предметом інтенсивних наукових досліджень і дискусій. Тому протягом останніх років з'явилося чимало праць вітчизняних науковців і практиків, які з'ясовують сутність малого бізнесу, його місце та роль у розвитку вітчизняної економіки.

Незважаючи на велику кількість вітчизняних та зарубіжних науково-прикладних праць на тему підприємництва, слід відмітити відсутність загальноприйнятих трактувань та єдиних поглядів на це питання.

Так, деякі автори зазначають, що малі підприємства в країні мають певну підтримку, але справжнього підприємницького типу господарювання в малому бізнесі ще не створено [1]. На процеси реальної підприємницької активності населення суттєво впливають, з одного боку, інституційне середовище, механізми державної регуляторної політики в економічній сфері, а з іншого — стан економічної культури, освіти, масової свідомості, що знаходить відображення в громадській думці населення [2]. Запевняється, що треба ще багато зробити для затвердження повноформатних ринкових відносин. І особлива глибина кризових процесів в нашій економіці обумовлена саме цією ситуацією, у тому числі і у сфері малого підприємництва. Проводиться порівняльна характеристика існуючих переваг і недоліків малого бізнесу з іншими формами підприємництва. Підкреслюється, що для розвитку і процвітання малих підприємств необхідна добре розроблена програма підтримки малого бізнесу з боку держави [3]. Зазначаються важливі моменти стосовно того, що керівники малих підприємств не звертають уваги на навчання свого персоналу. Більш популярними стають різноманітні курси підвищення кваліфікації та тренінги, менш популярною стала самопідготовка [4].

Пропонується широке коло питань щодо вивчення стану та перспектив розвитку малого бізнесу [5, 6].

Але, незважаючи на широкий спектр проблем, який висвітлюються авторами, важливим є конкретизування основних проблем малого бізнесу та зазначення вагомих шляхів їх подолання. Відповідно поставлені такі основні завдання:

віділити головні перешкоди на шляху розвитку підприємницької діяльності;

розглянути основні умови вирішення негативних моментів діяльності малих підприємств.

розкрити значення освіти як важливого чинника усунення існуючих проблем малого підприємства.

Сучасний стан вітчизняного малого підприємництва не можна назвати задовільним [1]. Починаючи з 1997 р. спостерігається стійка тенденція до зниження темпів зростання кількості малих підприємств (у 1997 р. — 41,7 %, у 2006 р. — 6,8 %). З огляду на те, що кількість малих підприємств на душу населення утричі відстає від показників країн Центральної і Східної Європи і удесятеро — від розвинутих країн світу, таке уповільнення не можна розглядати, як насичення відповідних ринкових ніш. Навпаки, це є тривожною ознакою негараздів у економіці країни, на тлі яких в останні роки спостерігається різке підвищення темпів зростання кількості підприємців-фізичних осіб: у 1996 р. — 775 тис., у 2006 р. — 1785 тис. Спостерігається загрозлива тенденція до зниження частки малих підприємств у промисловому виробництві. Так, у 2006 р. не було практично жодної галузі промислового виробництва, де частка малих підприємств не зменшилася б порівняно з попереднім періодом. Треба чітко зазначити, що малі промислові підприємства, на яких зайнята понад п'ята частина працівників малого бізнесу, є в цілому збитковими.

Проблема полягає сьогодні також у тому, що розв'язання завдань перехідного періоду і насамперед ринкової трансформації економіки, розвитку підприємництва і формування приватного сектора ринкового господарства покладено на успадковані від адміністративно-командної системи бюрократичні кола. Економіка країни усе ще залишається високо монополізованою [5].

Державна політика більш спрямована на розвиток великих підприємств, ніж малих. Великі підприємства характеризуються дисциплінованістю у виплаті значного обсягу податків, що є вигідним для державного бюджету.

Також, безперечним є той факт, що великі підприємства характеризують конкурентоспроможність країни на зовнішньому ринку. Але для забезпечення стабільної роботи фірм-гігантів значну роль відіграють малі підприємства, оскільки вони виступають допоміжним інструментом, опорою за рахунок часткового або ж повного обслуговування крупних підприємств, постійно чи на окремих стадіях їх розвитку. Завдяки малим підприємствам забезпечується еластичність структури ринків і зменшується комерційні ризики великих підприємств. Останні зві-

льняються від виробництва нерентабельної дрібносерійної та штучної продукції. Звідси випливає, що мале підприємництво утворює ядро — міцну основу для подальшого розвитку середніх та великих підприємств. Також його важливою функцією є сприяння соціально-політичній стабільності суспільства, тобто воно відкриває простір вільному вибору шляхів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення власного добробуту.

Світовий досвід показує, що навіть у періоди глибокої кризи малий бізнес завдяки своїй гнучкості і мобільності позитивно впливав на розвиток економіки завдяки здатності малого підприємництва створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки. У розвинутих країнах на малий бізнес припадає в середньому 50 % всіх зайнятих та до 70...80 % нових робочих місць. Якщо у період криз 70...80 рр. минулого століття у розвинутих країнах ішов процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, то дрібні фірми їх не тільки зберегли, а й навіть створили нові [6].

Стає очевидною роль малого бізнесу у економіці, і держава повинна активно підтримувати розвиток малого підприємництва, створювати відповідне регулювання податкової системи, стимулювати генерування нових ідей.

У реальній же дійсності, розвиток малого підприємництва стримується і на організаційній стадії — реєстрації, юридичного оформлення підприємства, ліцензування, відкриття рахунку в банку, одержання дозволу на виготовлення печатки підприємства і т. д., і на стадії організації функціонування малого підприємництва — забезпечення устаткуванням, приміщенням, залучення персоналу, безпеки, налагодження відносин з місцевими органами влади, постачальниками сировини, здійснення збуту продукції і т. д. [5].

Фахівці стверджують, що вирішення існуючих проблем розвитку малого підприємництва в Україні, створення відповідного середовища потребують докорінної перебудови державної політики щодо сприяння цьому сектору економіки. Зокрема, йдеться про створення відповідної правової бази розвитку малого підприємництва, фінансово-кредитну та матеріально-технічну підтримку, науково-методичне, інформаційно-консультативне та кадрове його забезпечення [7].

Зазначені та інші перешкоди розвитку малого бізнесу набудуть іншого характеру за допомогою введення у вищих навчальних закладах ряду економічних дисциплін, пов'язаних з функціонуванням малого бізнесу. Українське суспільство повинно мати реальну уяву про мале підприємництво, сутність його формування, тенденції розвитку. Таким чином держава зуміє створити сприятливий фон для включення населення у підприємницьку діяльність і значною мірою вплине на економічну поведінку громадян.

Виникнення перешкод на стадії розвитку малого підприємництва обумовлене, насамперед, проблемами не економічного, а соціального характеру. І зусилля держави мають концентруватися у напрямку вдосконалення інституційного середовища, для сприяння економічній активності населення. Стабільність національних інститутів має безпосередній вплив на економічний розвиток. Важливим чинником розбудови системи підтримки сектора підприємницької діяльності є формування в країні сприятливого інституційного середовища [2].

За результатами дослідження, одним із чинників негативної оцінки національного бізнес-середовища є некваліфіковані трудові ресурси. Так, у 2006 р. громадська думка, визначена не лише серед бажаючих офіційно займатися підприємництвом, а стосовно всього населення країни, засвідчила, що однією з основних причин відмови людей від започаткування власного бізнесу є відсутність необхідних для ведення малого бізнесу знань і навичок (приблизно 26 % від кількості опитуваних).

Освіта може стати одним з головних мотивів створення підприємницької активності населення, підвищення економічної культури країни, оскільки почуття спроможності займатися підприємницькою діяльністю значно зростає пропорційно зростанню рівня освіти населення.

За даними соціологічних досліджень останніх років відбуваються суттєві зміни у ставленні населення до мотивації підприємницької діяльності, які свідчать про позитивні зміни громадської думки у бік підприємництва [2] (див. таблицю). Респонденти відповідали на запитання “Що, на Вашу думку, найчастіше спонукає підприємців займатися підприємницькою діяльністю?”. Загальна сума відповідей дорівнює понад 100 %. Це пояснюється тим, що респондент міг обрати декілька варіантів відповіді.

Зрозуміло, що для усіх груп населення головним мотивом підприємництва виступає прагнення до забезпечення високого рівня власного добробуту. Проте за останні роки значно збільшилась кількість респондентів, які вважають, що займатися підприємницькою діяльністю найчастіше спонукає прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві.

Зазначені респондентами різновиди спонукань підприємців до підприємницької діяльності

Варіант відповіді	1999 р.	2006 р.
Прагнення до забезпечення високого рівня власного добробуту	39	75
Прагнення до самостійності та незалежності в діях	13	37
Безробіття, неможливість працювати за колишнім місцем роботи	24	35
Прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві	5	25
Потреба в реалізації своїх здібностей	11	22
Це властивість характеру, потяг душі	6	17
Прагнення до легкої праці, що дає значні та швидкі результати	6	16
Потреба зробити кар'єру	7	15
Інтерес до економічної творчості, інноваційної діяльності, новинок	4	14
Прагнення влади	5	10
Прагнення принести користь суспільству	3	4

Також майже втричі збільшилася кількість респондентів, мотивом підприємництва для яких є прагнення до самостійності та незалежності в діях, а також інтерес до економічної творчості, інноваційної діяльності, новинок.

Таким чином, результати опитування свідчать про те, що у суспільстві розвивається позитивна тенденція формування системи ціннісних орієнтацій населення стосовно підприємницької діяльності та статусу підприємця.

Проте, зберігаються й навіть загострюються негативні оцінки населення щодо перспектив розвитку підприємництва. Найбільш песимістично відносно цього налаштовані респонденти з початковою і середньою освітою. А респонденти з більш високим рівнем освіти частіше дають позитивну оцінку перспективам розвитку підприємництва.

За результатами проведеного аналізу стану та розвитку малого бізнесу спостерігається тенденція потенційного розвитку економічної та соціальної активності населення, яка потребує певних інституційних перетворень у сфері регуляторної політики держави, освіти населення, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

Нагальним стає питання створення якісного інтелектуального капіталу країни, коли людина виступає не тільки як чинник, що впливає на виробництво (труд), але і як його результат. Це є дуже важливим, оскільки ми зараз знаходимося на порозі впровадження нової економіки — “економіки знань”, де основною рушійною силою прогресу є знання, зосереджені у людському капіталі і інформаційному полі навколо.

Аналізуючи результати проведеного дослідження, можна зробити висновок, що за сучасних умов розвиток малого бізнесу в країні стримується на організаційних стадіях як створення, так і функціонування малого підприємства. Для усунення цих перешкод фахівцями висувається пропозиція щодо зміни державної політики в бік сприяння відповідному розвитку малого підприємства. Але провідне місце серед перешкод займає проблема відсутності необхідних для ведення малого бізнесу знань і навичок.

У суспільстві поступово зростає імідж та соціальний статус підприємця, привабливість підприємницької діяльності. Для підтримки цього становища держава повинна приділяти більше уваги освіті населення, створювати сприятливий фон для включення населення у підприємницьку діяльність.

Основними умовами розвитку малого підприємства повинні стати:

- стабільність економічної та соціальної політики держави, яка є джерелом упевненості підприємців у тому, що вони не стануть жертвами кон'юнктурних політичних рішень;
- позитивна громадська думка — ставлення до підприємства як до одного з престижних видів діяльності;
- подальший розвиток інфраструктури підприємства;

- ефективна система захисту інтелектуальної власності;
- спрощення процедур регулювання підприємницької діяльності з боку державних органів.

Особливу увагу треба приділити вищим навчальним закладам як рушійній силі у цьому питанні, а саме: поширенню реальної співпраці між вищими навчальними закладами та підприємствами малого бізнесу; включенню у перелік дисциплін, які вивчаються у ВНЗ студентами різного рівня кваліфікації, дисциплін, пов'язаних з функціонуванням підприємств малого бізнесу в усіх сферах діяльності.

Література

1. Кириченко, О.А. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О.А. Кириченко // Актуал. проблеми економіки. — 2008. — № 1(79). — С. 103 — 118.
2. Балакірева, О.М. Розвиток підприємництва в Україні: інституційне середовище та громадська думка населення / О.М.Балакірева // Економіка і прогнозування. — 2008. — № 2. — С. 7 — 23.
3. Покатаєва, О.В. Переваги й недоліки в роботі великих підприємств / О.В.Покатаєва // Держава та регіони. — 2006. — № 6. — С. 243 — 248.
4. Падерін, І.Д. Аналіз діяльності малих підприємств за результатами анкетування / І.Д.Падерін // Економіка, фінанси, право. — 2005. — № 12. — С. 38 — 39.
5. Підприємство: Навч. посіб. / За ред. В.А. Подсолонко, Т.Л. Миронової. — К.: Центр навч. л-ри, 2003. — 616 с.
6. Варналій, З.С. Основи підприємництва: Навч. посіб. / З.С. Варналій. — К.: Знання-Прес, 2002. — 239 с.

Рецензент канд. екон. наук, проф. Одес. нац. політехн. ун-ту Поповенко Н.С.

Надійшла до редакції 10 березня 2009 р.