

УДК 330.33:336.56

Дадак О.О., к.е.н, доцент¹©, Гачек Т.С., к.е.н., доцент¹, Дудяк Р.П., к.е.н.²¹Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького²Львівський національний аграрний університет

СТАН МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

На основі досліджень окремих економістів тлумачаться поняття бізнес, підприємство, підприємництво, фірма. Наводяться найпоширеніші форми малого бізнесу в АПК та його значення в період формування ринкових відносин.

Ключові слова: бізнес, підприємець, підприємництво, підприємство, фірма, малий бізнес, прибуток, конкурентний розвиток.

Постановка проблеми. Україна протягом багатьох віків не мала власної державності, власного законодавства, що негативно вплинуло на ефективність становлення і розвитку підприємництва. Після здобуття незалежності в Україні розпочався прискорений розвиток підприємницької діяльності, в тому числі — спільної з іноземними фірмами.

Створення умов для вільної виробничо-господарської діяльності, різних форм власності є основою ефективного функціонування агропромислового комплексу. Забезпечення рівних економічних умов діяльності різних типів господарств сприятиме їх нормальному конкурентному розвитку, подальшій приватизації суб'єктів суспільного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями вивчення малого бізнесу займаються багато вчених. Зокрема Кисельов А.П., Варналій З.С., Вороніна Л., Кузьмін О.Є., Долішній М.І., Саблук П.Т., Козоріз М.А. та інші. Однак в них немає єдиної думки щодо визначення понять бізнес, підприємець, підприємництво, підприємство, фірма, малий бізнес, прибуток, конкурентний розвиток.

Постановка завдання. Мета дослідження - на основі узагальнення дифеніцій окремих дослідників дати визначення понять бізнес, підприємець, підприємництво, підприємство, фірма, малий бізнес, прибуток.

Виклад основного матеріалу. В Західному регіоні, як ні в якому іншому збереглися певні соціально-економічні умови розвитку підприємництва.

В економічній літературі і на практиці зустрічаються такі поняття, як "бізнес", "підприємництво", "підприємець", "підприємство", "фірма", які часто ототожнюють.

А.П.Кисельов твердить, що "підприємництво — динамічний, активний елемент бізнесу, який являє собою ініціативну, самостійну діяльність, здійснювану на свій ризик і під свою майнову відповідальність

громадянами, об'єднаннями громадян по виробництву продукції, виконанню робіт і наданню послуг з метою одержання прибутку" [1,с.30]. Інші автори [2,с.7], вважають, що підприємництво є ширшим поняттям, ніж бізнес, тому, що бізнес охоплює тільки сферу торгівлі, а підприємництво — і виробництво, і обіг. Звідси можна зробити висновок, що підприємець — це людина, яка зайнята на фірмі і для роботи в ній може найняти бізнесмена.

Окремі економісти [3, с.4] вважають підприємництво і бізнес якщо не тотожними, то подібними економічними поняттями, очевидно, тому, що англійське слово "бізнес" має багатозмістове значення. Воно означає діло, покупку, комерційне або виробниче підприємництво, комерційну практику. Синонімами слова "бізнес" є комерція, торгівля, галузь, фірма, ділова активність, підприємництво.

Бізнес (англ. business - справа, угода, біржова операція, комерція) - назва підприємницької діяльності, що дає прибуток [4, с.96].

Бізнес - справа, заняття, підприємництво, економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку: це загальноекономічний термін, який характеризує сферу діяльності господарського суб'єкта, його економічний інтерес, величину і обсяги діяльності [5, с.24].

Вищенаведене дозволяє стверджувати, що бізнес - це система виробничо-торговельних відносин між виробниками і споживачами, метою яких є одержання прибутку або іншої вигоди. Поняття "підприємництво" ширше від поняття "бізнес", оскільки охоплює в основному сферу виробництва.

В теорії і на практиці відсутнє єдине розуміння та трактування понять "підприємство" і "фірма". Окремі економісти [6, с.85] вважають, що фірма — це виробнича одиниця (виробник), яка купує ресурси для виготовлення товарів і послуг з метою продажу їх споживачам для максимізації прибутку.

Підприємство — це економічна одиниця, в якій відбувається процес поєднання робочої сили з засобами виробництва. В економічному плані підприємство є: по-перше, колектив людей, пов'язаних у певному виробничому процесі кооперацією праці і спільними економічними інтересами; по-друге, комплекс засобів виробництва, який технологічно пристосований до виготовлення певного продукту [7, с.106].

А.С.Гальчинський та інші зауважують, що фірма і підприємство відмінні, різнопланові поняття: "Підприємець є організатором, який володіє неабиякою винахідливістю; серед людей він відбирає найбільш здібних; серед товарів проникливо відшукує найкращі; швидко оцінює свої шанси на успіх; виявляє наполегливість в торгових відносинах з постачальниками; підприємець бачить так, ніби він має тисячу очей, слухає так, ніби у нього тисяча вух, і відчуває так, ніби він володіє тисяччю пальців" [8, с.266].

А. Кісельов [1, с.34] зазначає, що малий бізнес - це малі, дрібненькі фірми, які функціонують в умовах ринку в різних сферах суспільного виробництва, характеризуються невеликими обсягами виробництва (робіт, послуг) і кількістю зайнятих. Інші [9, с.134] зауважують, що малий бізнес виступає у формі малих господарських формувань у вигляді малих фірм.

На сьогодні є багато тлумачень терміну "мала фірма". Так, одні автори [10, с.100] твердять, що мале підприємство - фірма, якою управляє незалежний власник, яка не має у своїй галузі домінуючого положення і відповідає певним критеріям за числом зайнятих і щорічним обсягом продажів. Існує і така думка, що до розряду малих підприємств необхідно відносити підприємства з обмеженим числом штатних працівників.

Виходячи з вищесказаного, автори дотримуються наступних дефініцій. Підприємницька діяльність — самостійна, ініціативна господарська діяльність громадян і їх об'єднань з метою отримання прибутку, яка здійснюється на свій ризик і під свою матеріальну відповідальність.

Бізнес — економічна діяльність, будь-яке інше заняття, внаслідок яких отримують прибуток, вигоду. Людина (або група людей), що займається бізнесом, самостійно організовує будь-яку діяльність, не заборонену чинним законодавством України, називається бізнесменом (бізнесменами).

Малий бізнес — економічна діяльність, що дає прибуток на малих та середніх підприємствах, які не входять в монополні об'єднання.

Розрізняють виробниче, комерційне і фінансове підприємництво, яке охоплює всі фази відтворювального циклу: виробництво-розподіл-обмін-споживання.

Найскладнішим є виробниче підприємництво тому, що строк його окупності значно більший, ніж інших. Враховуючи це, основна маса бізнесменів займається комерційним видом підприємництва, де строк оборотності оборотних засобів значно коротший і окупність його вища.

У процесі здійснення виробничого підприємництва буває так, що підприємець не в змозі своїми силами здійснити свій підприємницький задум, тому він буде залучати сторонні організації та особи. В більшості випадків такі організації та особи стають посередниками між підприємцем і споживачем.

При здійсненні комерційного підприємництва немає необхідності забезпечувати себе виробничими ресурсами, які потрібні для випуску продукції, тому що матеріальні ресурси купуються підприємцем у вигляді готового продукту, який потім реалізуються покупцеві. Однак при виробничому підприємстві підприємець залучає додаткових працівників для виконання операцій із закупівлі, проведення реклами, продажу товару, транспортування та інших послуг. Він забезпечує себе основними фондами невиробничого призначення у вигляді найму або придбання складів, приміщень, торгових закладів, необхідних для зберігання та реалізації товарів тощо.

До фінансового підприємництва належать підприємства, які займаються виключно продажем грошей у прямій або непрямій формі. Це підприємство відрізняється від комерційного тим, що в ньому товаром виступають гроші, валюта, цінні папери.

Для успішного здійснення будь-якого виду підприємницької діяльності необхідно провести маркетингове дослідження, тобто систематичне нагромадження даних, необхідних для визначення та реалізації стратегії фірми, її маркетингової діяльності, що пов'язана зі збиранням, аналізом, опрацюванням

інформації, звітністю про наслідки проведеної роботи, безпосередньою службою маркетингу фірми або із залученням зовнішніх консалтингових фірм.

На території України, відповідно до Закону України "Про підприємства в Україні" [11], передбачаються такі види підприємств: індивідуальне, сімейне, державне, державне комунальне, спільне підприємництво, яке засноване на власності юридичних осіб та громадян іноземних держав.

Останнім часом розвитку підприємництва в нашій країні вченими та критиками приділяється значна увага. Вони вбачають можливість існування підприємництва у створенні конкурентного середовища і наданні економічної свободи суб'єктам господарювання. Провідну роль в цьому повинен відігравати малий бізнес.

До головних принципів малого бізнесу відносять:

- вільний вибір діяльності;
- юридичну й економічну незалежність в прийнятті рішень;
- вільний найм працівників;
- самостійне формування програми діяльності та вибір партнерів насамперед постачальників і споживачів продукції, встановлення цін;
- вільне розпорядження прибутком після сплати податків, згідно чинним законодавством України;
- самостійне здійснення підприємцем-юридичною особою зовнішньоекономічних зв'язків відповідно до Закону "Про зовнішньоекономічну діяльність".

Найпоширенішими формами малого бізнесу в АПК є малі підприємства, селянські (фермерські) господарства та спільні підприємства.

Головні проблеми розвитку малого і середнього бізнесу в зв'язку із наявною економічною кризою тісно пов'язані з проблемами всього українського суспільства. Сьогодні це в першу чергу - проблема значного зубожіння населення та загроза на цій підставі соціальних вибухів, народного невдоволення з непередбаченими наслідками. Особливо маючи на увазі перманентну політичну кризу у суспільстві, у тому числі й регіонально-політичну. Недосконала система оподаткування: головне навантаження припадає на малий і середній бізнес, не відрегульовані відносини у банківській сфері, відсутність протекціоністських заходів з боку держави, все це негативно відображається на розвитку бізнесу в нашій країні.

Як діяти? Особливо "лякає" ситуація навколо валютних курсів: сьогодні фірма надає комерційну пропозицію покупцю по одній ціні, а завтра вартість товару піднімається на 20-30%, і як наслідок втрата прибутків, а саме страшніше довіри серед партнерів! Куди ж ми прямуємо? Влада мусить щось робити і робити якнайшвидше.

Основою економічного зростання є і буде середній клас, саме на ньому тримається економіка будь-якої держави, саме він і стане великим стартом відродження. На думку авторів, сьогодні з боку влади повинні бути втілені ряд наступних заходів:

По-перше - не заважати: не ускладнювати систему оподаткування, не вводити нові, а навпаки намагатися якомога спростити їх, як це робиться у країнах ЄС.

По-друге - треба негайно скасувати драконівські вимоги стосовно отримання дозволів на організацію виробництва, вимогу обов'язкової сертифікації засобів виробництва, обов'язкового розроблення та реєстрації ТУ, плати за підключення до електромереж та все таке інше. Люди, які хочуть й можуть щось виробляти повинні негайно отримати змогу це робити без всіляких перешкод з боку величезної армії контролюючих органів. Нехай ці органи контролюють якість того, що вже виробляється, й то лише тоді, коли йдеться про товари, що можуть реально загрожувати здоров'ю користувача.

По-третє - вирішення проблеми збуту виробленої продукції. На жаль, ситуація зі збутом товарів, вироблених вітчизняним малим і середнім бізнесом, значно погіршилась. Тому треба якнайшвидше відродити розгалужену систему ринків, яка існувала на початку 2000-х років, а не впроваджувати ганебну практику їхнього витіснення. Це забезпечить надходження до місцевих бюджетів не лише єдиного податку та ринкового збору (зростання надходження яких є вкрай важливим для місцевих бюджетів під час кризи), але й прибутку з оренди торговельних місць, що є доходом власника ринка. Бажано, щоб ці ринки мали достатньо цивілізований характер, були захищеними й привабливими для покупців не менш, ніж ті ж самі супермаркети, що є лише технічною проблемою. Головне, щоб вже існуючі та нові ринки почали масово створювати додаткові робочі місця, бо саме вони є найкоротшим шляхом між виробником продукції та покупцем, дозволяють виробнику швидко реалізовувати свій товар, швидко отримувати інвестовані в його виробництво гроші та розвиватися.

По - четверте - банківські структури повинні здійснити ряд заходів зі свого боку:

- видача коштів за першою вимогою їх власника;
- зниження процентних ставок по кредитах, особливо для лізингових форм;
- орієнтація не на валютний ринок, а на реальний сектор економіки;
- призупинення погроз щодо відчуження майна застави при умові втрати раніше існуючих обсягів доходів позичальника;
- передбачення у договорах надалі чіткі механізми розрахунків відсоткових ставок;
- орієнтація на співпрацю не з колекторами, а безпосередньо з самими клієнтами тощо.

У поточних умовах банки мають зрозуміти переваги отримати все, але згодом, ніж частину, але одразу.

Усі ці заходи обов'язково допоможуть вийти з економічної кризи з найменшими втратами для суспільства і держави в цілому, дозволять створити нормальні умови для життя її мешканців.

Висновки. Отже, виходячи з вищенаведеного, до підприємств малого бізнесу в АПК необхідно віднести підприємства з кількістю працівників до 50 осіб.

Значення бізнесу в період формування ринкових відносин в економіці визначають такі положення:

- створення робочих місць, які мала б створювати держава;
- поповнення загальнодержавного і регіонального бюджету за рахунок сплати податків;
- поповнення ринку новими і потрібними товарами та послугами;
- сприяння підвищенню якості і зниженню цін товарів і послуг за рахунок конкуренції;
- заповнення "пустих ніш" на ринку товарів і послуг.

Література

1. Киселёв А.П. Теория и практика современного малого бизнеса / А.П. Киселёв - К.: Либра, 1995.-248 с.
2. Пашкус Ю.В. Введение в бизнес / Ю.В.Пашкус, О.Н. Мисько. - Л.: Северо-Запад, 1991.-С.299.
3. Иванов Ю.Б. Вступ до бізнесу / Ю.Б.Іванов, Ю.Б.Кравченко, М.М.Хоменко - К.:Лібра, 1995. – 286 с.
- 4.Словник іншомовних слів /За ред. чл. кор. АН УРСР О.С.Мельничука. - К.: Головнаредак УРЕ, 1997.-775 с.
5. Економічний словник-довідник /За ред.докт.екон.наук С.В. Мочерного .- К.: Феміда, 1995.- 368 с.
- 6.Сисмонди С. Новые начала политэкономии / С. Сисмонди. - М.: Тов-во типографии Мамонтова,1987.- 198 с.
7. Економічна теорія: Тексти лекцій.// За ред. З.Г.Ватаманюка: Львів: ЛДУ, 1992.-Ч.1. – 196 с.
8. Гальчинський А.С. Основи економічної теорії / А.С.Гальчинський, П.С.Єщенко, Ю.І.Палкін. - К.: Вища школа, 1995.- 268 с.
9. Киселёв А.П. Теория и практика современного малого бизнеса / А.П. Киселёв. -К.: Либра, 1995.- 248 с.
10. Ичитович Б.Н.Малые формы хозяйствования / Б.Н.Ичитович. -М.: Экономика, 1991 .-204 с.
- 11.Современный бизнес: Учебник: В 2 т. //перевод с англ. Дж. Рочмен и др.-М.:Республика,1995.-Т.1. – 316 с.
12. Миль Дж.С. Основы политической экономии / Миль Дж.С. - М.: Прогресс, 1980.-Т.1. – 238 с.
13. Про підприємства в Україні. Закон України // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію .- 1993.-№4,5.-С.3.-31.
14. Про зовнішню діяльність: Закон України від 16 квітня 1991р. // Вісті Верховної Ради України.-1994.-№24.-С. 337.
15. Про підприємства в Україні. Закон України // Відомості Верховної Ради України.-1991.- №24.- С. 272.

16. Про господарські товариства: Закон України //Відомості Верховної Ради України.-1991.-№42.-С. 142.
17. Віскузі В.К. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика / В.К.Віскузі, Дж. М.Вернон, Дж.Е.Гарингтон. - К.: "Основи", 2004. - С.183-185.
18. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

Summary

Dadak O. O.¹, Gachek T.S.¹, Dudjak R.P.²

¹ *Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies
named after S.Z. Gzhytskij*

² *Lviv National Agrarian University*

**STANCE OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS
IN MODERN CONDITIONS OF MANAGEMENT**

Based on the investigations of some economists, the concepts as: business, enterprise, firms are commented. It was shown the widest forms of small business in AIC and its meaning during the period of formation the market retention.

Key words: *business, entrepreneurship, enterprise, firm, small business, profit.*

Стаття надійшла до редакції 16.04.2011 р.