

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ В СИСТЕМІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.3

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА, ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Дмитрієв І.А., доктор екон. наук, професор

Майборода Ю.В.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Анотація. У статті визначено зміст поняття «суб'єкти малого підприємництва», розкрито соціально-економічну сутність малого підприємництва та його значущість для національної економіки, визначено роль державної політики у розвитку малого підприємництва.

Ключові слова: суб'єкти малого підприємництва, суб'єкти мікропідприємництва, функції малого підприємництва, державне регулювання, державна підтримка.

The abstract. The concept maintenance of «small business subjects» is defined in the article. The social and economic essence of small business and its importance for national economy is opened, the state policy role in small business development is defined.

Keywords: small business subjects, microbusiness subjects, functions of small business, state regulation, state support.

Постановка проблеми. Сьогодення свідчить, що невід'ємною і важливою частиною сучасної ринкової економіки є мале підприємництво. Цілком очевидно, що розвиток і функціонування всієї економічної системи, успішне вирішення соціальних проблем, прискорення науково-технічного прогресу значною мірою визначатиметься тим, як вдасться реалізувати потенціал малого підприємництва і яку політику здійснюватиме держава у сфері його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретичним обґрунтуванням суті та об'єктивної необхідності розвитку малого підприємництва присвячено багато праць. Серед російських учених слід відзначити В. Афанасьєва, А. Блінова, В. Мінєєва, П. М'ягкова, В. Радаєва, В. Савченка, О. Фесенка, О. Черноуцана, Ф. Шахмалова та інших. Поміж сучасних вітчизняних дослідників, які займаються питаннями малого підприємництва, необхідно назвати О. Варановського, Л. Воротіну, Ю. Єханурова, І. Жиляєва, А. Кисельова, Ю. Клочка, Т. Ковальчука, Є. Панченка, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, О. Титаренко, В. Черняка, О. Щура та інших. Окремі питання створення умов розвитку підприємництва розглядаються також у наукових працях українських учених-економістів, зокрема З. Варналія, Л. Безчесного, В. Бородюка, В. Гейця, В. Голікова, А. Гриценка, М. Долішнього, П. Єщенко, І. Лукінова, С. Мочерного, Ю. Ніколенка, В. Навікова, Ю. Палкіна, Ю. Пахомова, В. Рибалкіна, В. Савчука, В. Степаненка, О. Турчинова та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Однак зазначена проблема у вітчизняній літературі залишається недостатньо розробленою. Немає праць, у яких би комплексно розглядались економічна природа, роль та місце малого підприємництва як одного з ринкоутворюючих чинників, не розглядається проблема фінансових ресурсів малого підприємництва, стан та джерела їх формування, недостатньо обґрунтовано соціально-економічні наслідки розвитку малого підприємництва в Україні.

Формулювання цілей статі. Метою пропонованої статті є вивчення ролі і місця малого підприємництва в національній економіці та проблем його розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Для кращого розуміння соціально-економічної сутності малого підприємництва необхідно з'ясувати, хто є його суб'єктами. Згідно ст. 1 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і

середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. термін «суб'єкти малого підприємництва» охоплює суб'єктів мікропідприємництва [2].

Як зазначено у ст. 55 Господарського кодексу України суб'єктами мікропідприємництва є юридичні особи та фізичні особи - підприємці, у яких кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ. Суб'єктами малого підприємництва є юридичні особи та фізичні особи - підприємці, у яких кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ [1].

Роль і місце малого підприємництва в національній економіці найкраще виявляються в притаманних йому функціях.

По-перше, мале підприємництво формує конкурентне середовище. Конкуренція відображає змагання між господарюючими суб'єктами та стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач. Тоді діяльність учасників ринкових відносин набуває динамічного характеру, вона пов'язана з економічною відповідальністю та ризиком підприємця, що перетворює його на своєрідний соціальний двигун економічного розвитку. Мале підприємництво допомагає утвердженню конкурентних відносин, бо воно є антимонопольним за своєю природою, що виявляється в різноманітних аспектах його функціонування. З одного боку, малий бізнес, внаслідок численності елементів, що його складають, та їх високого динамізму значно меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, за умов вузької спеціалізації та використання новітньої техніки він виступає як дійовий конкурент, що підриває монополічні позиції великих корпорацій.

По-друге, мале підприємництво, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця його риса набула в сучасних умовах особливого значення внаслідок швидкої індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, прискорення науково-технічного прогресу (НТП), зростання номенклатури промислових товарів та послуг.

По-третє, величезним є внесок малого підприємництва в здійснення прориву з ряду важливих напрямів НТП, передусім у галузі електроніки, кібернетики, інформатики. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої продукції, малий бізнес, тим самим, виступає провідником НТП. Наприклад, більшість дрібних фірм, що з'явилися наприкінці 80-х років у Великобританії, є найбільш технічно оснащеними. А у США на сектор малого бізнесу припадає близько 50 % науково-технічних розробок.

По-четверте, мале підприємництво робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості. Ця функція виявляється у 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-х років у розвинутих країнах ішов процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, то дрібні фірми їх не тільки зберегли, а й навіть створювали нові.

По-п'яте, важлива функція малого підприємництва полягає в пом'якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин, бо саме воно є фундаментальною основою формування середнього класу. Отже, воно виконує функцію послаблення притаманної ринковій економіці тенденції до соціальної диференціації та розширення соціальної бази реформ, що здійснюються на даному етапі. Без орієнтації на таку соціальну базу ринкового середовища, яким є середній клас, запроваджені реформи приречені на провал [3].

Таким чином, роль та функції малого підприємництва полягають не тільки в тому, що воно є одним із найважливіших дійових факторів економічного розвитку суспільства, яке спирається на ринкові методи господарювання. 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. За умов дестабілізації економіки, обмеження фінансових ресурсів саме суб'єкти малого підприємництва не вимагають великих стартових інвестицій, мають швидке обертання ресурсів, спроможні за певної підтримки найбільш швидко й економічно доцільно вирішувати проблеми демонополізації, стимулювати розвиток економічної конкуренції.

В Україні перешкодою на шляху розвитку малого підприємництва є відсутність ефективних механізмів його підтримки з боку держави. Саме тому необхідно розробити дієві, науково обґрунтовані підходи щодо вдосконалення системи державної підтримки малого бізнесу на основі аналізу зарубіжного досвіду в цій сфері.

Незважаючи на низку прийнятих останнім часом вищими органами державної влади і управління нормативних документів, розвиток малого підприємництва здійснюється у несприятливому макро- та мікросередовищі. Головними своїми проблемами підприємці визнають недосконалу законодавчу базу, корупцію та систему оподаткування. На розвиток малого підприємництва негативно впливають також чинники загальної макроекономічної динаміки, інфляція, низький рівень платоспроможності населення тощо. Найнебезпечнішим є те, що заходи щодо підтримки малого бізнесу досить часто входять у суперечність з іншими напрямками економічної політики держави – її бюджетно-податковими, грошово-кредитними, валютними та іншими складовими. Відтак, державна політика стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні потребує застосування комплексу взаємопов'язаних заходів і виходить далеко за межі компетенції спеціалізованих державних структур, зокрема – Державної служби України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. Отже, необхідно знайти засоби та виробити пропозиції щодо узгодження потреби всебічного стимулювання розвитку малого бізнесу з потребами забезпечення в Україні макроекономічної стабільності та довгострокового збалансованого інноваційно-орієнтованого економічного зростання.

Проблема підтримки малого підприємництва має носити комплексний характер та включати в себе наступні аспекти: розроблення нових та вдосконалення чинних законодавчо-нормативних документів з питань визначення чітких підходів до власності та форм її захисту, створення сприятливішого податкового, інвестиційного, інноваційного та цінового режимів, упорядкування механізму державного регулювання та контролю підприємницької діяльності. Формування відповідної законодавчої бази розвитку малого підприємництва передбачає встановлення правових гарантій для забезпечення свободи і захисту приватної власності, розробку дійових законодавчо-нормативних актів, спрямованих на стимулювання малого підприємництва, усунення правових суперечностей і скасування положень, що гальмують розвиток приватної ініціативи.

Висновки. У процесі розвитку ринкової економіки в Україні значення малого підприємництва є надзвичайно важливим, оскільки воно є провідним сектором економіки, що впливає на економічне зростання, прискорення науково-технічного прогресу, насичення ринку товарами необхідного асортименту і якості, створення нових робочих, тобто вирішує актуальні економічні, соціальні та інші проблеми.

Соціально-економічна роль та значущість малого підприємництва для економіки країни підтверджує необхідність пошуку нових шляхів вирішення існуючих проблем його функціонування та розвитку.

Основними напрямками державної політики у сфері розвитку малого підприємництва в Україні можуть бути:

- розробка адекватної сучасним реаліям нормативно-правової бази, особливо в податковій сфері, яка б нарешті сприяла розвитку малого бізнесу в Україні;
- здійснення інформаційно-консультуючої кампанії на загальнодержавному і місцевому рівнях з метою ознайомлення підприємців з їхніми правами та обов'язками;
- створення ефективної системи підготовки і перекваліфікації підприємців і менеджерів;

- створення ефективних фінансово-кредитних та інвестиційних механізмів підтримки малого бізнесу;
- зменшення кількості контролюючих органів, які часто дублюють функції один одного;
- створення сприятливого інвестиційного мікроклімату для залучення іноземного капіталу;
- формування нового типу економічного світогляду сучасного громадянина;
- обмеження впливу монопольних утворень з метою забезпечення вільного ціноутворення і зменшення їх тиску на малі підприємства.

Література:

1. Господарський кодекс України № 436 – IV від 16 січня 2003 р. – К.: Атіка, 2012 – 184 с.
2. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618 - VI від 22 березня 2012 р. // Відомості Верховної Ради України, 2012.
3. **Варналій З.С.** Основи підприємництва: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. / З.С. Варналій– К.: Знання-Прес, 2006. – 350 с.
4. **Карпій С.** Розвиток малого підприємництва як стратегія реалізації політики зайнятості на регіональному рівні / С. Карпій, В. Дьоміна // Економіст. - 2007. - № 4.- С.42-48.
5. **Кириченко О.А.** Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О.А.Кириченко, К.Г. Ваганів // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 1 (79). - С. 103-115.
6. **Комарницький І.** Проблеми розвитку малого та середнього підприємництва / І. Комарницький, М. Офік // Регіональна економіка. - 2005. - № 4. - С. 50-58.
7. **Мочерний С.В.** Основи підприємницької діяльності: Посібник. / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чеботар– К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 280с.
8. **Ульяницька О.В.** Соціально-економічні проблеми господарської діяльності підприємств малого бізнесу / О.В. Ульяницька // Актуальні проблеми економіки.-2006.-№2(56). - С.65-73.

Стаття надійшла: 29.09.2012 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.



УДК 94 : 338. 22 (477) «18/19»

СОЦІАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРЄДПРИЄМНИЦТВА ЯК ДІЄВИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Лантух І.В., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Підприємництво – це феномен, що має потужний соціальний потенціал, який не має меж, а є багатовекторним явищем, що формується під впливом конкретних історичних умов і насичується соціальним змістом в залежності від тих завдань, які вирішує суспільство. Тому, чим більший сектор соціального буде вмонтовано в економіку, тим більш цивілізованим буде само суспільство, а підприємництво виправдовуватиме свій статус соціального.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, соціальний потенціал, бізнес, філантропія, благодійність, соціальна відповідальність бізнесу, соціальні інвестиції, особистісні риси підприємців.

The abstract. Business is a phenomenon which has powerful social potential that has no borders. Business is the multivector phenomenon which is formed under the influence of concrete historical conditions and is sated with the social maintenance depending on those problems which are solved by a society. Therefore, than the more sector of the social will be built in the economics, the more society will be especially civilized and business will justify the status of the social.

Keywords: business, social business, social potential, business, philanthropy, beneficence, social responsibility of business, social investments, personal lines of businessmen.