

НАПРЯМКИ І ФАКТОРИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Наведено визначення малого підприємства (МП) як об'єкта державної та регіональної підтримки. Розглянуті основні групи факторів впливу на господарську діяльність МП в Україні (соціально-економічні, правові, організаційно-технологічні, соціально-психологічні) та запропоновані напрямки їх активізації в сучасних умовах.

Малий бізнес як самостійний і незамінний елемент ринкової економіки є одним з дійових важелів розв'язання таких економічних і соціальних завдань, як сприяння структурній перебудові економіки, зміцнення економічної бази регіонів, швидке насичення ринку товарами та послугами, послаблення монополізму і розвиток конкуренції, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення експортних можливостей країни, забезпечення зайнятості значної частини населення.

Важливе значення малого бізнесу потребує розробки взаємопов'язаних заходів щодо забезпечення сприятливих правових і організаційно-економічних умов для його становлення та ефективного розвитку в Україні.

Розробка таких заходів — предмет чітких уявлень про об'єкт дослідження. Тим більше, що в світі немає загальновизнаного підходу щодо віднесення господарських суб'єктів до категорії малих підприємств. Звернемося до таблиці, складеної за даними Н. Колесника [2; 3]. В ній відображені погляди на проблему законодавців деяких країн.

Таблиця 1

1	2	3	4	5	6
Німеччина	1 – 500	До 100 млн. DM	60	Не встановлено	-
Греція	1 – 100	До 700 млн. DRS	2,5	Не встановлено	-
Данія	1 – 500	Не встановлено	-	Не встановлено	-
Ірландія	1 – 500	Не встановлено	-	Не встановлено	-
Іспанія	1 – 250	До 5000 млн. ESP	35	До 1500 млн. ESP	10,5
Італія	Мікрофірма: 1 – 19 Мала фірма: 20 – 99 Мала середня фірма: 100 – 199 Мала велика фірма: 200 – 499	Не встановлено	-	Не встановлено	-
Люксембург	1 – 500	Не встановлено	-	Не встановлено	-
Нідерланди	МП: 1-10 СП: 11-99	Не встановлено	-	Не встановлено	-
Японія	МСП***: 1 – 300 Дрібні підприємства: 1 – 20	Не встановлено	-	100 млн. ієн для промисловості, транспорту 30 млн. ієн — для оптової торгівлі	-
Україна	МП: 1 – 200 (диференційовано за галузями)	Не встановлено	-		-

* МП — малі підприємства;

** СП — середні підприємства;

*** МСП — малі і середні підприємства

Критерії віднесення суб'єктів підприємницької діяльності до розряду малих в різних країнах

Критерій Країна	Чисельність персоналу, чол.	Річний обсяг		Загальний баланс	
		місцева валюта	млн. дол. (не більше)	місцева валюта	млн. дол.
1	2	3	4	5	6
Бельгія	МП*: 1-50; СП*: 50-250	До 5 млн. ЕКЮ	5,9	До 2 млн. ЕКЮ	2,35

Як бачимо, вони використовують здебільшого кількісні критерії класифікації підприємств: чисельність персоналу, річний обсяг, балансову вартість активів. Це природньо, бо пов'язане з наданням державами підприємствам, віднесеним до категорії малих, певних пільг та допомоги. Джерела їх надання неневицерпні. Звідси — намагання обмежити коло пошукачів дешевих кредитів, пільгового оподаткування, а то й прямих грошових субсидій. Чітко підтверджує цей висновок українське законодавство, в якому діяльність малих підприємств регламентується законами "Про підприємництво" та

"Про підприємства". Згідно з останнім, саме чисельність працюючих — критерій віднесення новостворюваних та діючих підприємств до категорії малих (див. таблицю).

Дещо інший підхід стосовно визначення суб'єктів малого бізнесу спостерігається в Указі Президента України "Про державну підтримку малого підприємництва" від 12 травня 1998 р., згідно з яким до них належать [1]:

індивідуальні підприємці, тобто фізичні особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності, що займаються нею без створення юридичної особи;

підприємницькі організації зі статусом юридичної особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, де середньоспискова чисельність працюючих за звітний період не перевищує 50 осіб (враховуються всі робітники, в тому числі ті, що працюють за цивільно-правовими договорами та за сумісництвом), а обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт і послуг) за рік не перевищує 1 млн. грн.

Крім того, в указі з'явилася така категорія, як мікропідприємства, до яких належать фірми зі середньосписковою чисельністю працюючих за звітний період до 10 осіб та обсягом виручки від реалізації не більше, ніж 250 тис. грн. за рік.

Кількісні критерії спрощують класифікацію підприємств. У цьому їх позитивна риса, але водночас і недолік. Тому, вважаємо, що при розгляді малих підприємств в контексті саморегульованої господарської системи, яка використовує специфічні методи менеджменту, кількісні критерії слід доповнити якісними.

Останні розширюють можливості аналізу, бо враховують широкий спектр особливостей, притаманних саме малому бізнесу. Але й вони не вільні від недоліків, серед яких — певний суб'єктивізм, з якого випливають труднощі їх використання на практиці.

Можна припустити, що визначене протиріччя між якісними та кількісними методами вирішується завдяки їх поєднанню. Така точка зору має серед фахівців своїх прихильників. Наприклад, Болтонський Комітет, створений у Великобританії в 1971 р., дав "економічне" та "статистичне" визначення малої фірми. Малою, за економічним означенням, вважається фірма, що відповідає таким трьом умовам: володіє відносно невеликою часткою ринкового простору її сфери діяльності; управління здійснюється її власником (або співзасновниками) особисто, а не за допомогою формалізованої управлінської структури; є незалежною (не є часткою великого підприємства) [3, с. 55]. Щодо статистичного визначення, то воно базувалося на оцінці внеску підприємства у ВВП, вирішенні проблеми зайнятості, на експортній діяльності тощо.

Діяльність підприємців, що діють у сфері малого бізнесу, залежить від впливу соціально-економічних, організаційних та соціально-психологічних факторів. Структура факторів, які впливають на діяльність малих підприємств, наведена на рисунку.



Рис. 1. Фактори, що впливають на господарську діяльність малих підприємницьких структур

Перша група факторів (соціально-економічних і правових) формується під впливом фінансово-кредитної, антимонопольної, інвестиційно-інноваційної політики держави і проявляється в процесі реалі-

зації законів України, указів Президента України, постанов Кабінету Міністрів України та інших урядових структур. Ефективність дії цієї групи факторів оцінюється за кінцевими результатами функціонування реального сектора економіки, представленого сукупністю малих форм господарювання.

Друга група факторів (організаційно-технологічних) формується під впливом ринкового середовища, включаючи розвиток ринків фінансових ресурсів, цінних паперів, кредитних ринків тощо. Дослідження багатьох авторів свідчать, що існуючі фінансові інституції не націлені на співпрацю з малими підприємницькими структурами, оскільки останні не мають можливостей відповідати умовам надання комерційними банками кредитів. Малі підприємницькі структури в більшості випадків не мають матеріальних ресурсів або капіталів у формі основних засобів, котрі можна запропонувати комерційним банкам як заставу. Існують проблеми в наданні кредитних гарантій дрібним підприємницьким структурам з боку державних владних структур.

Саме з цих причин вітчизняні комерційні банки надають перевагу у кредитуванні підприємницьким структурам, які вже зарекомендували себе на ринках, мають стабільний фінансовий стан і при отриманні кредитів можуть представити аргументовані докази їх надійності у поверненні позичкових коштів.

Однак за останні два – три роки у фінансово-кредитній сфері відбулись суттєві зміни на користь розвитку структур малого бізнесу. До таких змін слід віднести:

- створення мережі прабанківських установ, діяльність яких спрямована на надання фінансових послуг;

- створення цільових регіональних фондів підтримки малих підприємницьких структур;

- розвиток кредитних спілок, які надають фінансову допомогу малим підприємницьким структурам;

- лібералізацію чинного законодавства в напрямках створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва;

- зниження податкового тиску на малі підприємницькі об'єкти тощо.

Третя група факторів (соціально-психологічного характеру) здійснює опосередкований вплив на розвиток малого бізнесу в Україні.

У розвинених країнах з ринковою економікою ця група факторів здійснює позитивний вплив на розвиток малого бізнесу. Більш того, в суспільстві сформувалось позитивне ставлення до підприємництва і підприємця як людини заможної, що забезпечує свій добробут за рахунок творчої праці, вміння організовувати власну справу, досягати успіху в конкурентному середовищі. В Україні такої суспільної позиції поки що не вироблено. Значна частина

населення негативно сприймає підприємницьку діяльність. В першу чергу це стосується тих підприємницьких установ, які займаються реалізацією товарів, надають посередницькі послуги фінансово-кредитного характеру. Позитивні результати підприємницької діяльності майже не рекламуються в засобах масової інформації, що значно гальмує процеси вироблення позитивного ставлення суспільства до малого бізнесу як до прогресивної форми господарювання. Високий рівень недовіри населення проявляється і стосовно вітчизняної банківської системи, яка практично не захищає інтереси вкладників, вирішуючи при цьому за їх рахунок власні проблеми. Недовіра до банків та інших фінансово-кредитних установ негативно впливає на залучення коштів, заощаджень населення у розвиток національної економіки і, зокрема, в розвиток підприємництва.

Розв'язання проблем, пов'язаних зі створенням в країні сприятливого організаційно-економічного клімату для розвитку малого бізнесу, потребує реалізації заходів в таких напрямках:

- повернення довіри населення до вітчизняних банків та інших фінансово-кредитних установ;

- проведення широкої рекламної кампанії у засобах масової інформації про кращі результати підприємницької діяльності;

- прийняття нових законів України і вдосконалення існуючої законодавчої бази з метою посилення захисту інтересів власників і споживачів;

- зниження податкового тиску на функціонуючі малі підприємства;

- посилення податкової дисципліни на базі розвитку партнерських відносин: податкові структури — платники податків;

- розробка та здійснення регіональних програм розвитку малого бізнесу.

Реалізація зазначених заходів спрямована на створення в Україні сприятливого організаційно-економічного клімату для розвитку малого бізнесу як для прогресивної форми господарювання, здатної забезпечити населення новими робочими місцями, створити умови для зростання їх доходів і добробуту.

Література: 1. Про державну підтримку малого підприємництва: Указ Президента України від 12 травня 1998 р. №456/98 // Урядовий кур'єр. — 1998. — 12 травня. 2. Колесник Н. Мале підприємництво: світовий досвід і реалії України // Економіст. — 2000. — №10. — С. 29 – 31. 3. Колесников А., Колесников Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопросы экономики. — 1996. — №7. — С. 46 – 58.

Стаття поступила до редакції
8.10.2002 р.