

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

THE NATURE AND SIGNIFICANCE OF SMALL BUSINESS IN THE GLOBAL ECONOMY

Черняєва О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту,
Навчально-науковий професійно-педагогічний інститут
Української інженерно-педагогічної академії

Гриненко А.Ю.

студентка,
Навчально-науковий професійно-педагогічний інститут
Української інженерно-педагогічної академії

У статті надано докладне визначення поняття «мале підприємництво», ознаки підприємств малого бізнесу. Досліджено значення малого бізнесу для економіки різних країн. Розглянуто його основні особливості, переваги та недоліки. Розкрито перспективи розвитку малого підприємництва на державному рівні.

Ключові слова: підприємництво, мале підприємництво, малий бізнес, мале інноваційне підприємництво, критерії малого підприємництва.

В статье представлены подробное определение понятия «малое предпринимательство» и признаки предприятий малого бизнеса. Исследовано значение малого бизнеса для экономики разных стран. Рассмотрены его основные особенности, преимущества и недостатки. Раскрыты перспективы развития малого предпринимательства на государственном уровне.

Ключевые слова: предпринимательство, малое предпринимательство, малый бизнес, малое инновационное предпринимательство, критерии малого предпринимательства.

The article provides a detailed definition of «small business», signs of small businesses. It examines the importance of small business to the economy of different countries. It discusses the basic features, advantages and disadvantages. It reveals the prospects for small business development at the state level.

Keywords: entrepreneurship, small business, small business, small innovative businesses, the criteria of small business.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Малий бізнес – важливий елемент сучасної економіки, без якого не може розвиватися держава. Він як найважливіший складник сучасного виробництва багато в чому сприяє підтримці конкурентного тону в економіці, створює природну соціальну сферу суспільного устрою, організованому на засадах ринку, а також формує новий соціальний прошарок підприємців.

Нині підприємництво потребує серйозної державної підтримки. Сприяння малому бізнесу повинні надавати як державні органи влади, так і громадські організації самих підприємців (союзи, асоціації, агентства). Для цього необхідно сформулювати чітку єдину державну і недержавну політику щодо малого бізнесу, використовуючи наявний накопичений досвід розвинених країн світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вагомий внесок у дослідження ролі та місця підприємництва зробили відомі вчені, серед яких: М. Боултон, В. Зомбарт, Р. Кантільйон, А. Маршал, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, С. Сімсонді, Й. Шумпетер, Ф. Хайек та ін. Серед вітчизняних дослідників, які опублікували низку наукових праць із питань малого підприємництва, необхідно відзначити: О. Барановського, З. Варналія, Г. Васіна, Л. Воротіну, М. Долішнього, А. Даниленко, Ю. Єханурова, І. Жилияєва, А. Кисельова, Ю. Клочка, Т. Ковальчука, В. Корнєєва, А. Мельника, С. Мочерного, Ю. Палкіна, Є. Панченка, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, О. Титаренко, В. Черняка та ін. Однак зазначена проблема у вітчизняній літературі залишається недостатньо розробленою. Висока соціально-

економічна роль малого підприємництва та недостатнє науково-теоретичне обґрунтування зумовили актуальність обраної проблематики дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз діяльності малих підприємств, світовий досвід їх розвитку та вплив на економіку країни, виявлення проблем для визначення шляхів їх подолання і перспектив розвитку на державному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для сучасної економіки характерна складна комбінація різних за масштабами виробництв: великих, із тенденцією до монопольних структур, і невеликих, що складаються під впливом багатьох факторів. З одного боку, стійкою тенденцією науково-технічного прогресу є концентрація виробництва. Саме великі фірми володіють більшими матеріальними, фінансовими та трудовими ресурсами, кваліфікованими кадрами. Вони здатні вести великомасштабні науково-технічні розробки, які й визначають технологічний прогрес. З іншого боку, останнім часом виявилось небувале зростання підприємств малого і середнього бізнесу, особливо у сферах, де поки не потрібно значного капіталу, великих обсягів устаткування і кооперації безлічі працівників. Малих і середніх підприємств особливо багато в наукомістких видах виробництва, а також у галузях, пов'язаних із виробництвом споживчих товарів і наданням послуг.

Використовується термін «мале підприємство», і їм досить часто замінюють поняття «малий бізнес», тому що досі серйозного розмежування цих понять немає; вважається, що відмінність між цими термінами полягає лише в тому, що термін «мале підприємство» – це юридичний термін і вживається переважно в нормативних актах [1; 2], а «малий бізнес» – це економічний термін і використовується здебільшого у зв'язку з економічним розвитком регіону чи держави.

Більш правильним та ємним поняттям є поняття «підприємство», яке передбачає цілеспрямовану підприємницьку діяльність фізичної чи юридичної особи, що пов'язана з підвищеним ризиком, заснована на використанні інноваційної ідеї, основною метою якої є максимізація прибутку за рахунок виробництва і продажу товарів, а також виконання різних робіт і надання різноманітних послуг, що враховує соціальний, екологічний складники господарської діяльності фізичної або юридичної особи з обов'язковим дотриманням норм законодавства.

Під малим підприємством розуміється не тільки цілеспрямована підприємницька діяльність фізичної чи юридичної особи, що пов'язана з підвищеним ризиком, заснована на використанні інноваційної ідеї, основною метою якої є максимізація прибутку за рахунок виробни-

цтва і продажу товарів, виконання різних робіт і надання різноманітних послуг, з обов'язковим дотриманням норм законодавства, а також відповідність критеріям віднесення до малого підприємства.

Оскільки термін «мале підприємство» більш повно відображає сутність, цілі та функції самого терміну «підприємство», а також це поняття ближче за змістом, цілями і функціями до терміну «мале інноваційне підприємство», далі будемо використовувати термін «підприємство».

У світовій практиці є різні підходи до класифікації «підприємства» та критерії віднесення його до «малого підприємства». До найбільш часто вживаних критеріїв належать: чисельність персоналу малого підприємства (середньооблікова чисельність постійних працівників і співробітників, працюючих за сумісництвом); розмір статутного капіталу; фінансові показники діяльності малого підприємства (обсяг чистого прибутку, розмір сукупного доходу, оборотність активів); вид діяльності підприємства.

Існує так звана «комісія Боултона», в якій виділено три головних ознаки підприємств малого бізнесу, з яким абсолютно точно підприємство можна описати як мале [3]:

- невеликий ринок збуту, який не дає змоги організації чинити істотний вплив на ціну або обсяг реалізованого товару;

- правова незалежність – управління малим підприємством здійснюється не через систему формалізованої управлінської структури, а безпосередньо власником або власниками-партнерами, які самостійно контролюють свою справу;

- управління підприємством, яке передбачає, що власник або власники-партнери самі беруть участь у всіх аспектах управління підприємством малого бізнесу і що він (вони) вільні від зовнішнього тиску.

В Україні до суб'єктів малого підприємства належать:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн. євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн. євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Також виділена категорія суб'єктів мікропідприємства, це:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – під-

приємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 млн. євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 млн. євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1, ст. 55].

Отже, вище були описані основні ознаки, за якими можна визначити підприємство як мале. Проте найбільш доцільним буде розглянути також, які основні переваги характеризують малий бізнес.

До основних переваг малого бізнесу можна віднести такі:

1) близькість до клієнта. На відміну від підприємств великого бізнесу малі підприємства практично завжди знаходяться в тісному контакті з клієнтом, майже в повсякденному. Це дає змогу підприємствам найбільш швидко адаптуватися та проявити гнучкість залежно від бажань клієнтів, і, як результат, вони можуть домогтися того, що саме їх продукції споживач у підсумку надасть свою перевагу;

2) здатність постійно змінюватися й адаптуватися. Підприємствам малого бізнесу в процесі здійснення своєї діяльності доводиться постійно боротися за виживання, тому що є велика ймовірність витіснення з боку великих і середніх підприємств. Окрім того, вони сильно залежать від своєї клієнтури і постачальників, тому змушені постійно шукати різні нові способи зниження витрат;

3) низькі накладні витрати. Є фактом те, що в традиційній організації в процесі її розширення кола управлінських завдань, які необхідно вирішувати в найкоротші терміни, постійно зростають. Разом із цим спостерігається і зростання питомих накладних витрат на постійно зростаючий апарат адміністрації. Невеликі компанії, які позбавлені внутрішньої бюрократії, можуть тримати ці витрати на відносно низькому рівні;

4) використання «малих ніш». У процесі насичення ринків збуту все більше зростає необхідність пошуку нових товарних ніш. Порівняно з великими підприємствами, які переважно женуться за збільшенням масштабу діяльності, дрібні підприємства, навпаки, бачать необхідність у пошуку мікроніш. Працюючи на першому етапі з мінімальним прибутком, вони нерідко результатом діяльності отримують розширення ніші, яка з часом може стати новим великим джерелом доходу;

5) інноваційний потенціал. Як було зазначено вище, підприємства малого бізнесу мають необхідність постійно адаптуватися до змін у бізнес-

середовищі, технологіях виробництва, а також у потребах покупців. Більш того, дрібними організаціями часто керують підприємці, які є новаторами у своїй сфері, які цілком готові до ризику, якщо це забезпечить їм зростання прибутку й ефективність роботи організації;

б) мобільність і можливість об'єднувати зусилля. Для того щоб підприємства малого бізнесу були здатні чинити опір своїм великим і середнім конкурентам, доцільно для них утворювати різного роду об'єднання як короткострокового, так і довгострокового характеру.

У малих підприємств є й уразливі місця. Головне з них – мала величина індивідуального капіталу. Для переважної більшості малих підприємств основним джерелом стартового капіталу або поповнення коштів, уже вкладених у бізнес, є самофінансування, і лише в разі досить успішного ведення ділових операцій з'являється можливість використовувати банківський кредит. Але комерційні банки завжди неохоче працюють із малими підприємствами, тому що для них дрібні позички менш вигідні.

Малому виробництву сприяють диференціація і індивідуалізація попиту у сфері виробничого й особистого споживання. Розвиток виробництва підприємств малого бізнесу створює сприятливі умови для оздоровлення економіки, оскільки розвивається конкурентне середовище, створюються додаткові робочі місця, активніше йде структурна перебудова; розширюється споживчий сектор. Окрім того, розвиток малого бізнесу веде до насичення ринку товарами і послугами, підвищення експортного потенціалу, кращого використання місцевих сировинних ресурсів.

Дрібні і середні підприємства можна умовно розділити на дві групи. Перша група – підприємства, прямо або побічно пов'язані з великим бізнесом. Залишаючись юридично самостійними, вони працюють за контрактом із великими підприємствами. Для цієї групи підприємств характерні: спеціалізація на виробництві обмеженого кола деталей і вузлів (що позбавляє великі підприємства від їх виробництва у своїх цехах); більш низькі витрати виробництва, що дають змогу великому бізнесу економити ресурси; гнучкість виробництва, що сприяє його швидкому переналагодженню, зміні та розширенню асортименту.

Нарешті, підприємства малого бізнесу в умовах нового етапу науково-технічного прогресу виступають, з одного боку, як експериментатори для великих фірм, а з іншого – як фірми, що обслуговують нові товари, створені великими підприємствами.

До другої групи належать підприємства малого бізнесу, що безпосередньо конкурують із підприємствами великого бізнесу й один з одним на ринку. Передумовами для бурхливого розвитку підприємств цієї групи є: здатність швидко реагувати на вимоги ринку і задовольняти вини-

кий попит на товари і послуги; істотно менший за розмірами стартовий капітал, що дає змогу вільніше маневрувати порівняно з більш сильними суперниками; прагнення заповнити ніші, які з різних причин не вигідні великим фірмам; і, нарешті, цінова політика великих фірм, які диктують ринку досить високі ціни.

До основних цілей діяльності малого підприємства можна віднести: інноваційне зростання та інноваційний розвиток галузей, регіонів та країни у цілому; підвищення рівня й якості життя населення регіонів і країни у цілому; формування і сталий поступовий розвиток інноваційної економіки держави. Для їх досягнення необхідно сформувати і забезпечити пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємства, а також розробити комплексну модель соціально-економічного функціонування малого підприємства як одного з основних елементів інноваційного виробничого механізму.

Згідно з поставленими цілями, мале підприємство покликане вирішити такі завдання: виявити фактори інноваційного зростання великого, малого та середнього підприємства, а також визначити силу впливу кожного фактору; визначити фактори, що впливають на підвищення рівня й якості життя населення; охарактеризувати можливості розширення середнього соціального прошарку, а також сформувати пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємства. Для вирішення поставлених завдань необхідно визначити складники інноваційного зростання, охарактеризувати шляхи розширення середнього соціального прошарку, забезпечити створення умов інноваційного розвитку підприємства, зокрема малого підприємства.

Роль і значення малого підприємства з методичного погляду, на нашу думку, необхідно розглядати з декількох позицій: економічної, екологічної, науково-технічної, соціальної, політичної.

З економічної боку роль та значення малого підприємства можна визначити за допомогою таких показників, як:

- частка валового внутрішнього продукту (ВВП), що створюється в малому бізнесі;
- частка національного доходу, що виробляється в малому бізнесі;
- частка малих підприємств у загальній кількості комерційних підприємств;
- частка працездатного населення, зайнятого в малому бізнесі;
- частка малого бізнесу в експорті продукції;
- частка податків, що надходять від малого бізнесу, у їх загальній величині;
- частка основного капіталу, що функціонує у малому бізнесі;
- частка окремих видів продукції або послуг, що виробляється малим бізнесом, у загальному їх обсязі та ін.

Зі збільшенням значень цих показників зростає роль малого підприємства в економіці країни.

Наприклад, у США на малі фірми припадає 54% усіх зайнятих, 45% усіх активів, 35% чистого прибутку; у країнах ЄС на малих підприємствах працює понад 70% працюючого населення; в Японії на господарські одиниці з числом зайнятих до 300 осіб (це 99,5% усіх підприємств) припадає 78% зайнятих, 51,8% продажів, 56,6% умовно чистої продукції в обробних галузях промисловості. Частка малих підприємств у ВВП США становить 52%, у країнах ЄС – 67%, в Японії – 55%. В Україні 99,9% усіх підприємств за підсумками 2014 р. становлять малі та середні підприємства. Вони забезпечують робочими місцями 6,9 млн. осіб і 60,9% усього обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг). При цьому у середньому в Європі частка малого та середнього бізнесу у ВВП становить близько 70%, але в Україні не перевищує 15% [4; 5].

З управлінським трактуванням малого підприємства пов'язане і визначення його значення для економічного розвитку держави, зміцнення позицій держави та підвищення його конкурентоспроможності на світових ринках (визначення частки обсягів продукції малого підприємства у ВВП країни або в обсягах регіональних внутрішніх продуктів, частки зайнятих у малому підприємстві від загальної кількості зайнятих тощо).

Багато авторів, у тому числі і А.В. Віленський, в управлінському трактуванні категорії «мале підприємство» включають також соціальний та економічний складники. Але якщо із суспільного погляду ця група суб'єктів відіграє одну з провідних ролей у вирішенні певних соціальних проблем суспільного життя, то з державного погляду основною метою малого підприємства є його економічне значення, і саме тому держава зацікавлена в розвитку малого підприємства та його підтримці. Рішення соціальних завдань із погляду держави щодо його економічного значення відіграє важливу, але не головну роль. У зв'язку з різними завданнями можна по-різному трактувати саме поняття «мале підприємство» виходячи з його соціального й економічного значення для держави [6, с. 23].

Соціальний підхід до поняття «мале підприємство» характеризує його так: малі підприємства, які виконують у суспільстві та економіці певні функції, визнаються особливо істотними із соціального погляду і відіграють дуже важливу роль у вирішенні певних соціальних проблем держави. Соціальна значимість малого підприємства може розглядатися з двох позицій: із погляду значення для економічного розвитку держави (збільшення кількості платників податків та підвищення рівня стабільності) і з погляду суспільного розвитку (зниження рівня безробіття та зниження рівня злочинності).

Значення малого підприємництва з екологічного погляду визначається джерелами місцевої сировини, що використовується, його близькістю до споживача, впливом малого підприємництва на своє безпосереднє оточення, невеликими фінансовими можливостями платити штрафи за недотримання екологічних норм. З екологічного погляду мале підприємництво можна охарактеризувати так: малі підприємства, що використовують інноваційні технології, які дають змогу не забруднювати навколишнє середовище, переробляти відходи або впроваджувати безвідходні технології.

Роль і значення малого підприємництва з погляду формування стратегії розвитку полягає у тому, що саме формування так званого класу малих підприємств або, якщо їх можна так назвати, «сполучного прошарку» між споживачами та великими підприємствами у вигляді малих підприємств, є фундаментом або основою економічного розвитку держави, як це показує досвід розвитку провідних країн світу – Японії, США і Західної Європи.

Стратегію розвитку малого підприємництва також можна розглядати з двох позицій: із погляду значення для економічного розвитку держави (підприємницька діяльність – джерело засобів до існування, прибуток спрямовується на особисте споживання і для держави тільки підвищує рівень стабільності; укрупнення і розвиток підприємства збільшує прибуток і базу оподаткування) і з погляду суспільного розвитку (створення нових робочих місць і зниження рівня безробіття) [7, с. 57].

Отже, під малим підприємництвом будемо розуміти не тільки цілеспрямовану підприємницьку діяльність фізичної чи юридичної особи, що пов'язана з підвищеним ризиком, засновану на використанні інноваційної ідеї, основною метою якої є максимізація прибутку за рахунок виробництва і продажу товарів, виконання різних робіт і надання різноманітних послуг, що враховує економічний, соціальний, екологічний та стратегічний складники даної господарської діяльності фізичної або юридичної особи, з обов'язковим дотриманням норм законодавства, але й прагнення малого підприємництва як економічної необхідності стати сполучною ланкою між великим і середнім підприємництвом і суспільством в особі споживача згідно із запропонованими критеріями.

До критеріїв віднесення підприємництва або підприємства до малого, крім чисельності працівників, варто віднести цілі підприємницької

діяльності, тобто соціальну та екологічну значимість підприємництва для держави і суспільства. Критерії віднесення підприємництва або підприємства до малого повинні визначатися цілями малого підприємництва. Система цілей повинна відповідати інтересам регіону, держави і суспільства у цілому і самих малих підприємств. Формування саме системи цілей зумовлено ймовірністю конфлікту інтересів регіону, малих підприємств держави і суспільства у цілому і необхідністю їх узгодження. Існує громадська думка, що «вищим рівнем ієрархії в системі цілей» малого підприємництва є «ринкова вартість бізнесу», а всі інші цілі є елементами системи цілей і виступають як чинники зростання вартості підприємства [6, с. 60]. Але такий підхід до цілей малого підприємництва, здається, занадто вузький і відображає тільки приватні інтереси і цілі підприємця в перспективі. На нашу думку, основною метою малого підприємництва є підвищення добробуту самого підприємця і членів його сім'ї. І саме ці цілі штовхають підприємця відкривати і розвивати свою справу на конкретній території й у відповідних економічних і соціальних умовах. Ці конкретні умови і повинні визначати, чим збирається займатися підприємець, наскільки цей продукт чи послуга будуть затребувані й ким, тобто умови визначаються соціальним, економічним та екологічним складниками. Виникає необхідність введення додаткових критеріїв віднесення підприємництва або підприємства до малого, оскільки основною метою створення малих підприємств є вирішення соціальних та екологічних проблем суспільства, через що й буде збільшуватися кількість малих підприємств і, як наслідок, будуть збільшуватися обсяги випуску продукції, наданих послуг малими підприємствами, тобто за допомогою рішення соціальних та екологічних проблем будуть вирішуватися економічні проблеми розвитку регіону і країни у цілому.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Підводячи підсумок вищевикладеному, слід сказати, що мале підприємництво є невід'ємною частиною сучасної економіки. Для нього характерні особлива мобільність, гнучкість і висока ефективність. Малі підприємства можуть створюватися у будь-якому секторі економіки у відповідь на незадоволені потреби населення.

Ці та інші переваги малого підприємництва є стимуляторами для розвитку національної економіки, тому держава зобов'язана надавати суттєву підтримку розвитку малого бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2/>.
2. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618-VI від 22.03.2012 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2013. – № 3. – Ст. 23.

3. Revolutionary players [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.revolutionaryplayers.org.uk/archives/people/boulton-matthew/>.
4. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/eurostat/data/browse-statistics-by-theme/>.
5. Самаєва Ю. Краще допоможіть матеріально... / Ю. Самаєва // Дзеркало тижня. Україна. – 2016. – № 45 (26 листопада). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/kraschedoromozhit-materialno-.html/>.
6. Виленский А.В. Макроэкономические институциональные ограничения развития малого предпринимательства / А.В. Виленский. – М. : Наука, 2007. – 236 с.
7. Черняєва О.В. Пріоритети змін у системі пенсійного забезпечення України / О.В. Черняєва // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2016. – № 21. – С. 54–58 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/21-2016/21-2016.pdf#page=54/>.